

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ**

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему «Образ біженця у вітчизняних медіа: на початку вторгнення та у
сьогодення»

Виконав: студент 4 курсу, групи 6.0610-1ж
спеціальності 061 журналістика
освітньої програми «Журналістика»

Грицун Микита

Керівник: к. соц. ком., доц. Костюк Ю. В.

Рецензент: доц. соц. ком., Іванець Т. О.

Запоріжжя 2024

ЗМІСТ

Реферат.....	3
Завдання.....	4
Вступ.....	6
Розділ 1. Теоретичні засади дослідження висвітлення образу біженця в українських медіа.....	8
1.1 Особливості репрезентації біженців в медійних матеріалах в умовах гібридної війни.....	8
1.2 Еволюція образу українських біженців в матеріалах вітчизняних медіа з початку вторгнення до сьогодні (на прикладі онлайн-видання УНІАН).....	13
Розділ 2. Супровідна записка до творчого проєкту.....	18
2.1 Опис та обґрунтування творчого проєкту.....	18
2.2 Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту.....	22
2.3 Формально-змістові характеристики проєкту.....	23
2.4 Особливості оформлення проєкту.....	25
2.5 Технічні і програмні засоби.....	26
2.6 Зв'язок із творчим доробком.....	27
Висновки.....	28
Список використаних джерел.....	30
Додаток А. Список матеріалів портфоліо.....	33
Декларація академічної доброчесності здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ...	34
Abstract.....	35

РЕФЕРАТ

Назва теми: «Образ біженця у вітчизняних медіа: на початку вторгнення та у сьогодення»

Обсяг основної частини роботи: 25 сторінок.

Кількість використаних джерел – 20.

Мета роботи – аналіз еволюції образу біженця в українських медіа від перших місяців повномасштабного вторгнення до початку 2024 року.

Для досягнення мети дослідження ми виконали наступні **завдання**:

1) узагальнити погляди науковців щодо репрезентації вразливих категорій у медіа;

2) систематизувати вимоги до висвітлення образу українських біженців у медійних публікаціях;

3) визначити специфіку та характерні риси презентації біженців у журналістських матеріалах на початку війни та сьогодні;

4) з'ясувати, як змінилася риторика медіа щодо біженців протягом повномасштабного вторгнення РФ на територію України.

Об'єкт дослідження – матеріали про біженців, опубліковані виданням УНІАН з лютого по березень 2022 року та з січня по березень 2024 року.

Предмет дослідження – зміна образу українських біженців у вітчизняних медіа в умовах тривалої військової агресії РФ.

Формально-змістові характеристики проєкту. Творчий проєкт є циклом з трьох журналістських блогів для студентського інтернет-видання «Пороги», присвячених темі українських біженців, що також демонструє вплив продовжуваної військової агресії на території України на тематику медійних публікацій.

Ключові слова: медіарепрезентація вразливих категорій, висвітлення гуманітарних криз, медіавплив на громадську думку, журналістика конфлікту.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти – бакалавр
Спеціальність 061 журналістика
Освітня програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Чернявська Л. В.

«17» травня 2023 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТОВІ
Грицуну Микиті Віталійовичу

1. Тема роботи – «Образ біженця у вітчизняних медіа: на початку вторгнення та у сьогодення» («The image of a refugee in the national media: at the beginning of the invasion and in the present»).

керівник роботи – Костюк Юрій Вікторович, доц., к. соц. ком.,
затверджені наказом ЗНУ від «08» грудня 2023 року № 2086-с.

2. Строк подання студентом роботи – 15 червня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників: Вусик Г., Глушко А., Костовська А, Кхасраві О., Мельничук Ю., Холодова В. та ін.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) проаналізувати дотичні до теми роботи журналістичнознавчі наукові праці; 2) з'ясувати й окреслити аспекти висвітлення теми війни на радіо 3) презентувати власний творчий доробок.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав (дата і підпис)	Завдання прийняв (підпис)
Вступ	Костюк Ю. В., доц.	15.12.2023	
1 розділ	Костюк Ю. В., доц.	12.02.2024	

2 розділ	Костюк Ю. В., доц.	17.03.2024	.
Висновки і додатки	Костюк Ю. В., доц.	10.04.2024	

6. Дата видачі завдання –

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження.	07.02.2024	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	10.03.2024	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури	27.04.2024	Виконано
5	Сформувати список творчого доробку, написати всі інші підрозділи практичної частини.	25.04.2024	Виконано
6	Написати висновки і остаточний варіант вступу.	02.05.2024	Виконано
7	Оформити всі додатки.	08.05.2024	Виконано
8	Пройти рецензування. Здати роботу на нормоконтроль.	12.06.2024	Виконано
9	Виправити недоліки оформлення і здати роботу на кафедру.	15.06.2024	Виконано

Студент _____
(підпис)

М. В. Грицун
(ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____
(підпис)

Ю. В. Костюк
(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____

Чабаненко М. В.

ВСТУП

Суспільно-політичні та культурні зміни знаходять своє відображення в матеріалах медіа та впливають на еволюцію медійних образів. Одним з таких доцільно вважати образ українського біженця, що з початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації на Україну в лютому 2022 року став одним з найчастіше згадуваних у публікаціях вітчизняних медіа. При цьому варто також визнати значущість ролі медіа у формуванні уявлень та ставлення основної маси суспільства до біженців та їхню інтеграцію. Оскільки через тривалість активних бойових дій на території країни образ біженця в медіа зазнає суттєвих змін.

Сучасне відображення образу переселенців в матеріалах медіа суттєво відрізняється від того, що було на початку вторгнення. Тому ретельне вивчення цієї теми дозволить виявити відповідні тенденції до висвітлення біженців, а також певні стереотипи та ідеологічні упередження, що сформувалися за час повномасштабного вторгнення в українському суспільстві та знайшли своє відображення зокрема і в медіа, а також визначити можливі шляхи покращення інформаційного дискурсу щодо цієї вразливої соціальної групи, що підкреслює *актуальність нашої кваліфікаційної роботи.*

Метою нашого дослідження визначаємо простеження еволюції образу біженця в матеріалах українських медіа на початку повномасштабного вторгнення і станом на початок 2024 року.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні *завдання*:

- узагальнити думки вчених щодо репрезентації вразливих категорій в медіа;
- систематизувати вимоги до висвітлення образу українських біженців в медійних публікаціях;
- визначити специфіку та характерні особливості презентації біженців в журналістських матеріалах на початку війни та сьогодні;

- з'ясувати, як змінилася риторика медіа по відношенню до біженців за час повномасштабного вторгнення РФ на територію України.

Об'єктом дослідження є матеріали, присвячені біженцям й опубліковані виданням УНІАН упродовж лютого-березня 2022 року, а також з січня по березень 2024 року.

Предмет нашого дослідження – зміна образу українських біженців в матеріалах вітчизняних медіа в умовах продовжуваної військової агресії РФ на території України.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається з реферату, вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Обсяг роботи – 35 сторінок, основна частина – 25 сторінок. Список використаної літератури включає 20 найменувань, (викладене на 3 сторінках).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИСВІТЛЕННЯ ОБРАЗУ БІЖЕНЦЯ В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА

1.1 Особливості репрезентації біженців в медійних матеріалах в умовах гібридної війни

Анексія Криму та окупація частини Донбасу Російською Федерацією у 2014 році, а згодом у 2022 р. повномасштабне вторгнення російської армії на територію України призвело до руйнування українських міст, загибелі громадян, а також до вимушеного переселення населення на території, де не ведуться активні бойові дії, а також за кордон. Згідно з офіційними даними, близько 4,9 млн українців сьогодні мають статус ВПО [9], а понад 4,2 млн громадян виїхали лише до країн ЄС, отримавши статус тимчасового захисту [20]. Таким чином в українському інформаційному полі починають активно використовуватися такі терміни як «біженці», «переселенці», «внутрішньо-переміщені особи», або «ВПО».

Незважаючи на майже тотожне, на перший погляд, значення згаданих термінів, між ними прослідковуються відмінності. Зокрема О. Кхасраві, розмежовуючи дані поняття, зазначає, що біженець – це особа, що змінює своє постійне місце проживання, спираючись на обґрунтовані побоювання стати жертвою переслідування за певною ознакою (наприклад, раси, громадянства, національності, віросповідання тощо), а також перебуває за межами своєї країни та не може користуватися її захистом. У свою чергу термін «переселенець» має наступне значення: громадянин України або особа, яка постійно проживає тут на законних підставах, що покинула своє звичне місце проживання у зв'язку зі збройним конфліктом, аби уникнути негативних наслідків, таких як тимчасова окупація, порушення прав людини тощо [6, с. 20-21]. Аналогічне визначення доцільно використовувати також по відношенню до внутрішньо переміщених осіб, або ВПО, – «громадянин України, іноземець або особа без громадянства, яка перебуває на території України на законних підставах та має право на постійне проживання в Україні, яку змусили залишити або покинути своє місце

проживання у результаті або з метою уникнення негативних наслідків збройного конфлікту, тимчасової окупації, повсюдних проявів насильства, порушень прав людини та надзвичайних ситуацій природного чи техногенного характеру» [11].

Підсумовуючи вище сказане, можна зробити висновок, що в сучасному контексті гібридної війни на території України медіа, згадуючи в публікаціях/сюжетах українців, що переселилися з тимчасово окупованих територій чи таких, де ведуться активні бойові дії, в інші міста країни доцільно використовувати терміни «переселенець» та «внутрішньо переміщена особа»/«ВПО», тоді як громадян, що перебувають за кордоном у зв'язку з війною в Україні і мають відповідний статус, варто називати біженцями.

Зазначимо також, що такі терміни як «мігрант» та «переміщенець» під час згадки про українців, що змінили своє постійне місце проживання через вторгнення російської армії, будуть недоречними. О. Кхасраві визначає ці лексеми наступним чином: 1) мігрант – це особа, що переміщується всередині країни та за її межами на основі різноманітних підстав (навчання, робота, отримання медичної допомоги); 2) переміщенець (добровільно внутрішньо переміщена особа) змінює місце свого проживання на території України в результаті ускладнення політичної, соціальної, економічної, екологічної тощо ситуації в певній адміністративно-територіальній одиниці [6, с. 20-21].

На нашу думку, внутрішньо переміщених осіб та біженців доцільно віднести до однієї з вразливих верств населення, згадувати яких у своїх матеріалах медіа повинні з особливою обережністю, аби не вдатися до мови ворожнечі або дискримінації.

Мова ворожнечі, або хейтспіч, – це узагальнене поняття, що, незважаючи на активне застосування поки не має чіткого визначення. Під мовою ворожнечі розуміються будь-які висловлювання, з допомогою яких транслюється, підтримується, виправдовується або розпалюється будь-яка з форм ненависті, викликана нетерпимістю до расової, релігійної, мовної, гендерної, сексуальної і т. п. приналежності людини чи певної соціальної групи [12]. Тобто терміном «мова ворожнечі» можна маркувати усі висловлювання, які на пряму або

потенційно здатні налаштувати аудиторію проти певної категорії населення чи окремої конкретної особистості, підбурювати до нетерпимості, ненависті, приниженню чи дискримінації.

Фахівці інформаційно-аналітичного центру СОВА розділяють мову ворожнечі на три основні типи за характером прояву [17, с 5]:

1) Жорстка: агітація до насильства, заклики до дискримінації (прямі та завуальовані), заклики запобігти об'єднанню осіб окремих етнічних/конфесійних груп тощо.

2) Середня: виправдування конкретних чи історичних випадків дискримінації, поширення інформації, що ставить під сумнів історичних фактів прояву дискримінації, висловлювання про «історичну» схильність певної соціальної групи до насильства чи кримінальної діяльності і т. п., звинувачення у негативному впливі на соціум, зв'язках із державними структурами (з метою дискримінації), намаганнях захопити владу, заперечення наявності у представника певної групи статусу громадянина.

3) М'яка: створення негативного іміджу вразливої категорії населення, згадування про приналежність певної особи до релігійної, етнічної чи іншої групи в принизливому тоні (наприклад, у кримінальній хроніці), заяви про неповноцінність певної групи, цитування ксенофобських висловлювань.

Оскільки журналісти є безпосередньо відповідальними за формування суспільної думки щодо вразливих категорій громадян і можуть як сприяти їх сегрегації від суспільства та поширенню ненависті, так і навпаки. Саме тому в медійних матеріалах варто приділяти особливу увагу контексту, змісту та смислам, що транслюються.

Підіймаючи тему біженців, необхідно дотримуватися правил висвітлення проблематики вразливих груп населення. Зокрема важливо використовувати коректні терміни та уникати словосполучень, що несуть негативне, принизливе значення чи маркування, як-от: «наплив мігрантів/біженців», «російськомовний біженець», «біженець/переселенець з проукраїнською позицією і т. п. Подібні кліше здатні сформувати негативне ставлення суспільства до певної категорії.

Наприклад, «Якщо цей біженець з проукраїнською позицією, то інші мають проросійську?»»

У 2020 році Міжнародний центр із розвитку міграційної політики опублікував посібник для журналістів різних профілів з порадами щодо підняття теми міграції у журналістських матеріалах – «Висвітлення питань міграції». У посібнику наголошується на коректне використання термінології, а також необхідності дотримання принципів етичної журналістики:

- 1) Точність фактів, що висвітлюються, і уникання фейкової інформації;
- 2) Незалежність, що означає діяти за власним сумлінням, не поширюючи антимігрантську пропаганду чи політичні лозунги;
- 3) Неупередженість – дати висловлюватися усім сторонам;
- 4) Лояльність – журналістика не повинна шкодити, важливо проявляти співчуття до біженців-героїв матеріалу й уникати віктимізації;
- 5) Відповідальність та прозорість – журналіст несе відповідальність за матеріал, що написав, та має бути готовим відкрито виправляти свої помилки, якщо такі трапляються [1].

Зважаючи на майже десятирічний досвід висвітлення теми внутрішньо переміщених осіб після анексії Криму та окупації частини Луганської і Донецької областей, вітчизняні медіа вже добре опанували тему вимушеного переселення і навчилися говорити більш коректно, етично та без негативних стереотипів.

На цьому акцентує Ю. Мельничук, згадуючи відповідне дослідження «Детектор медіа», у якому підкреслюється, що українські журналісти рідше вдаються до дискримінаційної лексики та намагань сенсаційності по відношенню до ВПО [8, с. 77]. Прослідковуються також наступні покращення:

- відмова від таврування;
- ретельний підбір слів;
- уникнення мови ворожнечі;
- не виокремлення ВПО від інших за їхнім статусом;
- зберігання ідентичності та приватної інформації ВПО за необхідністю;

- прояви співчуття та розуміння;
- захист дітей цієї категорії;
- побудова довіри [19, 5].

Разом з тим тема українських біженців для вітчизняних медіа залишається порівняно новою, оскільки стала актуальною переважно з початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України. З лютого 2022 року в українському медіаполі регулярно з'являються публікації, присвячені даній категорії населення. При цьому жанрове та тематичне різноманіття журналістських матеріалів залишається досить обмеженим.

Зокрема до такої думки прийшла Ю. Мельничук, розподіляючи матеріали в медіа про біженців та ВПО (після 24 лютого 2022 року) за тематиками на кілька основних категорій:

- розселення вимушених переселенців;
- надання гуманітарної допомоги;
- робота волонтерських штабів;
- реакція країн-сусідів на вимушених мігрантів з України та рішення щодо їх подальшого перебування;
- діяльність релокованого бізнесу;
- працевлаштування українців за кордоном
- життєві історії [19, с. 78].

На основі даної типізації можна зробити висновок, що тема ВПО для вітчизняного медіапростору залишається більш актуальною та ширшою. Адже виключно «особистими» тематиками українських біженців можна назвати лише дві: «реакція країн-сусідів на вимушених мігрантів з України...» та «працевлаштування українців за кордоном».

При цьому жанрове різноманіття матеріалів про ВПО та біженців переважно зводиться до новинної замітки. Інтерв'ю та аналітичні статті трапляються значно рідше.

1.2 Еволюція образу українських біженців в матеріалах вітчизняних медіа з початку вторгнення до сьогодні (на прикладі онлайн-видання УНІАН)

З початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України у 2022 році тема біженців стала одним із важливих інфоприводів як в українському, так і в європейському медіапросторі. Що також продемонструвало, наскільки важливу роль відіграють медіа у формуванні ставлення суспільства до біженців як окремої категорії населення. Так, європейські журналісти виказали підтримку біженцям з України, закликаючи громадян підтримувати їх [13]. Українські біженці зображалися з позитивної сторони як люди, що потребують співчуття і допомоги. Про так зване «нашестя мігрантів» тоді не йшлося.

Унікальність ситуації українських біженців багато в чому виникла через «схожість» громадян України із європейцями. Цей момент зауважив журналіст ВФМ TV Філіп Корбе: «Ми не говоримо тут про сирійців... Ми говоримо про європейців, які виїжджають на машинах, схожих на наші, щоб врятувати свої життя» [13]. Тобто позитивний імідж українських біженців в європейських медіа сформувався на основі не відмінностей з титульною частиною суспільства, а наявності схожих рис: демократичні цінності, близькість культур та релігій, спільна історія тощо.

В українському медіапросторі сформувалося схоже ставлення до вимушених мігрантів (ВПО та біженців). На прикладі онлайн-видання УНІАН як одного з найбільших та найавторитетніших вітчизняних новинних медіа ми прослідкували динаміку фокусу медіа на темі українських біженців, а також прослідкували, які теми піднімалися найчастіше. Для аналізу нами було обрано масив матеріалів на сайті УНІАН (www.unian.net), присвячених українським біженцям і опублікованих в періоди з 24.02.2022 по 30.04.2022 (початок повномасштабного вторгнення), а також з 01.03.2024 по 30.04.2024.

Щодо жанрового різноманіття, то переважна більшість публікацій, у яких згадується тема біженців, за жанрами є новинними замітками, тоді-як публікації

у жанрі аналітичних статей чи інтерв'ю про українських біженців у зазначений період майже повністю відсутні (табл. 1.2). Зазначимо також, що згадані публікації являють собою аналітичні матеріали, що несуть більше прикладний характер. У них наведені практичні поради: як контролювати свої фінанси за кордоном («Нове життя за кордоном: як українські біженці влаштовують особисті фінанси» від 31.03.2022) та підбірка безкоштовних пропозицій для українських біженців у різних країнах («Безкоштовний проїзд і не тільки: як українцям допомагають в ЄС» від 14.03.2022).

При чому матеріали написані досить сухо, образ людини-біженця у них майже не піднімається, що можна пояснити не бажанням зачіпати ще свіжі тригери. Проте зустрічаються також емоційно забарвлені фрази. Наприклад: «Через криваву війну російської орди з України виїхали мільйони людей», «Зараз люди, які в паніці під кулями та бомбами виїжджали з країни...» Подібні висловлювання сприяють виникненню співчуття у читачів до даної категорії населення.

Таблиця 1.2 – Кількість матеріалів УНІАН великої форми, що піднімають тему біженців

Місяць та рік	Усього статей та інтерв'ю	К-сть статей та інтерв'ю про біженців
Березень 2022	74	2
Квітень 2022	55	0
Березень 2024	38	0
Квітень 2024	45	0

Тривалість активних бойових дій на території України вплинула також на частоту згадок про українських біженців в медіа, зокрема ми говоримо про УНІАН. Так, на початку вторгнення у новинній стрічці видання активно публікуються замітки, у заголовку яких згадується слово «біженці». У період з 24.02 по 31.03.2022 року таких публікацій нараховується 79; з 1 по 30 квітня того ж року таких матеріалів було 25. У свою чергу через два роки ми прослідковуємо

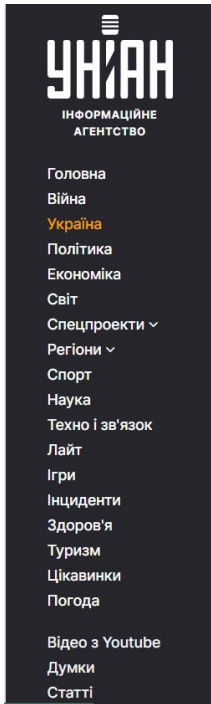
значне зменшення новин з такими заголовками: 6 – у березні 2024 року, 11 – у квітні 2024.

Частково таку тенденцію можна пояснити зокрема тим, що на початку повномасштабного вторгнення журналісти не повною мірою використовували коректну термінологію, тому використовували лексему «біженці» також по відношенню до внутрішньо переміщених осіб: «Чернівецький університет імені Федьковича розміщує біженців» (20.03.2022), «Столичні кафе та ресторани готують для ЗСУ та біженців» (15.03.2022), «У Запоріжжі облаштують місця для 5,5 тисяч біженців з "гарячих точок" України» (14.03.2022).

Крім того, у зазначений період актуальними були питання умовами перетину кордону для біженців, з розміщенням українців за кордоном, пропозицій та програм від різних країн, благодійних зборів та заяв світових зірок: «Бенедикт Камбербетч сподівається прихистити у себе українських біженців» (13.03.2022), «Пам'ятка для біженців в Іспанії: як дістатися і де знайти житло» (16.03.2022), «Консул попередив про зміну правил розселення українських біженців у Франції» (30.04.2022) та ін.

У свою чергу в 2024 році прослідковується не лише зменшення кількості повідомлень про українських біженців, а й різко скорочується кількість тем: переважно в повідомленнях йдеться про нововведення для біженців за кордоном від різних країн: «У Польщі хочуть скасувати частину виплат для біженців з України» (09.04.2024), «Одна з європейських столиць продовжила безкоштовний проїзд для біженців з України» (20.03.2024).

Цікавим, на наш погляд, також є візуальна складова матеріалів, а саме фотообкладинки до публікацій. На початку вторгнення замітки ілюструють реальними знімками біженців (на вокзалах, під час перетину кордону, в укриттях, в пунктах прийому біженців). На фото фігурують реальні люди, а тому такі матеріали викликають емпатію та співчуття у читача, особливо, коли в кадрі дитина (рис. 1.2.1; рис.1.2.2). У свою чергу матеріали, опубліковані у березні-квітні 2024 року, ілюструють виключно знімками з фотостоків.

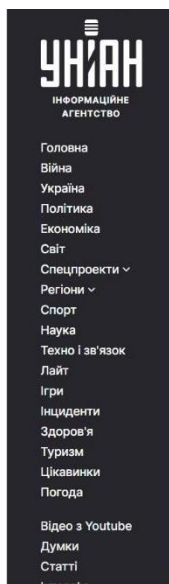


При цьому зазначено, що фактична кількість українських біженців невідома, оскільки немає комплексного прикордонного контролю.



Німеччина приймає українських біженців \ фото REUTERS

Рис. 1.2.1 – Обкладинка до замітки «У Німеччині зареєстрували понад 260 тисяч біженців з України» (УНІАН, 27.03.22)



КАТЕРИНА
ЖИРІЙ



Мільйони українців були змушені виїхати за кордон через війну / фото УНІАН

Нове життя за кордоном: як українські біженці влаштовують особисті фінанси

13:46, 31.03.2022 9 хв. 21581

Мільйони українців були змушені виїхати за кордон через війну і зразу стикнулися з проблемою використання та зберігання власних фінансів. УНІАН розбирався, як краще оплачувати потреби за кордоном та в чому не політи...

Рис. 1.2.2 – Обкладинка до замітки «Нове життя за кордоном: як українські біженці влаштовують особисті фінанси» (УНІАН, 31.03.22)

Разом з тим в заголовках зустрічаються фрази «наплив біженців», «біженці штурмують потяги», «Німеччина захлиснеться новою хвилею біженців» і тому подібне. При чому ці та емоційно забарвлені фрази подібного характеру мають

місце в замітках УНІАН як на початку повномасштабного вторгнення, так і сьогодні, що підживлює негативний образ біженців як групи та створює асоціації з неконтрольованим натовпом чи зграєю тварин.

Підсумовуючи вище сказане, зазначимо, що повномасштабне вторгнення Росії в Україну на початку 2022 року змусило журналістів зіткнутися з новими викликами, зокрема висвітлення тем та репрезентація вразливих категорій населення, таких як переселенці та біженці. Незважаючи на те, що тема вимушеного переміщення населення для українського медіапростору не стала новою, вітчизняним журналістам довелося наново вчитися розмежовувати терміни та писати про вразливу категорію населення ВПО та біженців, без упередження та мови ненависті. Разом з тим ми прослідковуємо, що серед публікацій зустрічаються фрази-кліше, що стосуються біженців, які хоча і не на пряму, проте потенційно здатні сформувати негативне ставлення до цієї групи людей. Тому їх можна маркувати як хейтспіч.

Цікаво, що через продовжуваність конфлікту і зменшення кількості нових біженців за кордоном, прослідковується тенденція до зменшення кількості матеріалів, присвячених цій категорії українців: з кількох десятків на початку вторгнення до близько десяти матеріалів на місяць станом на сьогодні. На нашу думку, це можна пов'язати з тим, що головними інфоприводами для публікацій про українських біженців у вітчизняних медіа були реакція/допомога країн, що приймають біженців. Тоді як теми подальшого влаштування, асиміляції українських біженців за кордоном чи особисті історії піднімаються рідко або зовсім відсутні.

РОЗДІЛ 2. СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

2.1 Опис та обґрунтування творчого проєкту

Зважаючи на продовжуваний військовий конфлікт на території України, що триває з початку 2022 року, тема українських біженців досі залишається актуальною для вітчизняного медіапростору, а разом з тим і однією з найскладніших. Образ біженця в медіа часто є стереотипним або спотвореним, що потенційно може призвести до упереджень, дискримінації та навіть агресії з боку решти суспільства, зокрема тих, хто з початком повномасштабного вторгнення Росії залишився в Україні.

Медіа відіграють важливу роль у становленні громадської думки про біженців, їхні труднощі та потреби. Тому журналістські матеріали, присвячені біженцям, є необхідною складовою, що сприяє формуванню позитивного образу біженців в очах суспільства та прояву розуміння до даної категорії населення. Проте сьогодні в українському медіапросторі відчувається брак подібних публікацій, а тема біженців підіймається вкрай рідко. На нашу думку, це є проблемою, адже медіа мають потужний потенціал не лише для інформування, а й для виховання толерантності, співчуття та підтримки. Розуміння є важливим кроком до побудови більш справедливого та інклюзивного суспільства.

Мій творчий проєкт складається з трьох журналістських блогів, написаних мною одноосібно і об'єднаних спільною тематикою, а саме: становище українських біженців та їхня інтеграція. Усі матеріали були опубліковані в стрічці незалежного молодіжного порталу «Пороги» протягом червня 2024 року.

Блог *«Культурна адаптація та збереження ідентичності серед українських біженців»* (<https://porogy.zp.ua/2024/06/kulturna-adaptatsiya-ta-zberezhennya-identychnosti-sered-ukrayinskyh-bizhentsiv/>) опублікований на сайті «Пороги» 11 червня 2024 року. У матеріалі мною підіймається тема культурної та соціальної адаптації біженців з України закордоном. Ця проблема актуальна для всіх переселенців, незалежно від країни, де вони були змушені зупинитися:

мовний бар'єр, відмінності в культурі та традиціях, збереження власної національної ідентичності тощо.

Зазначу, що публікація складається з трьох смислових частин, які містять по два-три абзаци та розділені між собою зокрема і візуальними засобами: «Культурна адаптація: виклики та можливості»; «Збереження національної ідентичності»; «Взаємодія з місцевими культурами».

Можемо виділити наступні ключові меседжі публікації:

– Процес адаптації до нових умов життя складний, але важливий. Українські біженці прагнуть зберегти свою національну культуру та традиції, що допомагає їм інтегруватися в нових суспільствах та збагачує культурний ландшафт країн, які їх приймають.

– Програми мовної та культурної адаптації є важливими для успішної інтеграції українських біженців. Це включає мовні курси, культурні заходи та підтримку з боку місцевих громад.

– Взаємодія українських біженців з місцевими культурами сприяє взаємному розумінню та повазі, що є важливим для побудови гармонійного суспільства.

Під час створення блогу я був задіяний у переважній більшості етапів: пошук ідеї, збір фактичного матеріалу (наприклад, конкретних кейсів культурної та соціальної адаптації українських біженців в Італії та Канаді), написання тексту, редактура та поділ його на частини, підбір знімку для ілюстрування матеріалу. Після написання мною блогу його перевірила, затвердила та опублікувала редакторка видання «Пороги» Н. Логвиненко.

Підсумуємо, що зазначений журналістський матеріал комплексно підходить до висвітлення проблем та можливостей, з якими стикаються українські біженці під час адаптації до нових умов життя. Він підкреслює важливість збереження національної ідентичності та взаємодії з місцевими культурами, що сприяє інтеграції та культурному збагаченню обох сторін.

«Освіта українських дітей-біженців» (<https://porogy.zp.ua/2024/06/osvita-ukrayinskyh-ditej-bizhentsiv/>). Дата публікації: 14.06.2024. Матеріал складається з

лідю та двох коротких підрозділів об'ємом три і п'ять абзаців. Тема блогу була обрана не випадково, адже проблема інтеграції українських дітей-біженців, для яких головною сферою соціалізації є навчання, також є однією з найгостріших, адже діти за кордоном стикаються з тими ж проблемами, що й дорослі, – культурні відмінності та мовний бар'єр. І все це відбувається на фоні пережитої військової агресії і зміни звичного середовища і оточення.

Під час написання матеріалу я був задіяний у тих самих етапах, що й у випадку з попереднім блогом. Особливу увагу хочу звернути на підбір фактажу для другої частини публікації «Перспективи освіти українських дітей-біженців», яка є переважаючою і містить інформацію про програми для підтримки українських дітей та їх інтеграції в місцеві освітні системи, мовні курси, дії міжнародних організацій, таких як ООН та ЮНІСЕФ, платформи онлайн-навчання в українських школах, психологічну допомогу і тому подібне.

Теми, що підіймаються в даному журналістському блозі, сприяють поширенню таких меседжів у суспільстві:

– Українські діти-біженці стикаються з численними викликами під час адаптації до нових освітніх систем, зокрема з мовним бар'єром і психологічним стресом.

– Вирішення проблем освіти дітей-біженців потребує комплексного підходу, що включає інтеграцію в освітні системи приймаючих країн, підтримку з боку міжнародних організацій, використання цифрових технологій і надання психологічної допомоги.

– Підтримка з боку міжнародних організацій та приймаючих країн є критично важливою для забезпечення права дітей на освіту та їхньої інтеграції в нові суспільства.

«Психологічний вплив війни на біженців та внутрішньо переміщених осіб» (<https://porogy.zp.ua/2024/06/psychologichnyj-vplyv-vijny-na-bizhentsiv-ta-vnutrishno-peremishhenyh-osib/>) підіймає тему не тільки українських біженців, а й внутрішньо переміщених осіб, що зіткнулися зі схожими труднощами та

викликами: втрата дому та вимушене переселення, а також адаптація на новому місці.

Матеріал опубліковано у виданні «Пороги» 14.06.2024. Блог вирізняється від вище згаданих текстів не тільки ширшою темою, що охоплює проблеми одразу двох вразливих категорій населення, а й більшим об'ємом, адже містить вже чотори структурні елементи, крім заголовку та ліду, кожен з яких складається з двох абзаців:

- «Неприйняття нової реальності»;
- «Почуття провини»;
- «Чужі серед своїх»;
- «Взаємна підтримка».

Зазначимо, що в кожній частині, відповідно до назви, підіймається одна важлива психологічна перешкода, з якою доводиться боротися вимушеним переселенцям. Особливим елементом блогу є наявність емоційного забарвлення: слів підтримки, пояснення тих чи інших станів та практичних порад щодо збереження ментального здоров'я, покращення свого морального стану, боротьби з почуттям провини тощо. Зважаючи на наявність специфічних пунктів, матеріал написано у формі діалогу з читачем, який потребує співчуття і опори.

Головні меседжі публікації:

- Адаптація до нових реалій потребує активності та підтримки. Пасивність та відчуття безсилля є головними ворогами у новому середовищі.
- Почуття провини та стресу є природними у стані війни. Важливо розуміти, що кожен робить свій внесок і ці почуття не повинні заважати жити далі.
- Взаємна підтримка близьких допомагає знизити негативний вплив стресу. Психологічна допомога є важливою для подолання ПТСР.
- Навіть під час війни люди мають силу ухвалювати рішення та впливати на своє життя. Активність, фізичні вправи та спілкування з іншими є ключем до збереження психічного здоров'я.

Підсумуємо, що творчий проєкт є спробою закрити потребу в більш якісному та емпатичному висвітленні теми українських біженців у вітчизняному медіапросторі. Публікації, що входять до циклу, зважаючи на специфіку жанру, покликані не стільки інформувати аудиторію, скільки виховувати толерантність, розуміння та підтримку до біженців як вразливої категорії населення. У кожному матеріалі висвітлюються різні аспекти життя біженців – від культурної адаптації у новій країні до психологічних наслідків війни та міграції. Вони спрямовані на те, щоб змінити сприйняття суспільства, викоринити стереотипи та упередження.

Завдяки творчому підходу до написання матеріалів, ретельному аналізу та використанню реальних кейсів, у своїх матеріалах ми можемо створити багатогранний і повний образ українських біженців, що сприятиме формуванню позитивного медійного дискурсу навколо цієї теми.

2.2 Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту

Під час написання блогових публікацій для інтернет-ресурсу «Пороги» я орієнтувався в першу чергу на цільову аудиторію медіа, до якої входять переважно студенти (16-23 років), які паралельно є також авторами видання, та науково-педагогічні співробітники Запорізького національного університету. Чіткі гео-інституційні обмеження цільової аудиторії медіа пояснюють також його рубрикацію. Наявні розділи, присвячені виключно ЗНУ та Запоріжжю як місту де розташована установа.

На сайті підіймаються соціально-культурні теми, що я також враховував під час вибору тем для циклу матеріалів: культурна адаптація біженців, освіта українських дітей-біженців, психологічна підтримка вимушених переселенців. Ці тематики не просто відображають актуальні соціальні питання, а до того ж дотичні до інтересів і потреб цільової аудиторії, адже багато студентів ЗНУ опинилися в окупації та/або були змушені покинути свій дім як внутрішньо переміщені особи чи біженці.

Особливості цільової аудиторії і специфіку блогу як жанру, я використовував під час обрання мовного стилю матеріалів. Оскільки матеріали «Порогів» призначені насамперед для молодшої студентської аудиторії, для якої важлива щирість і безпосередність, я допускав використання емоційно забарвленої та просторічної лексики, звертань, слів підтримки. Це допомогло створити ефект близькості між автором і читачем.

2.3 Формально-змістові характеристики проекту

Усі три матеріали мого творчого проекту, опубліковані на сайті «Пороги», відносяться до жанру журналістського блогу і розміщені у відповідному розділі на сайті – «Блоги». Рубрикація видання, що типово для онлайн-медіа, розташована вгорі – в шапці сайту (Рис. 2.3.1).

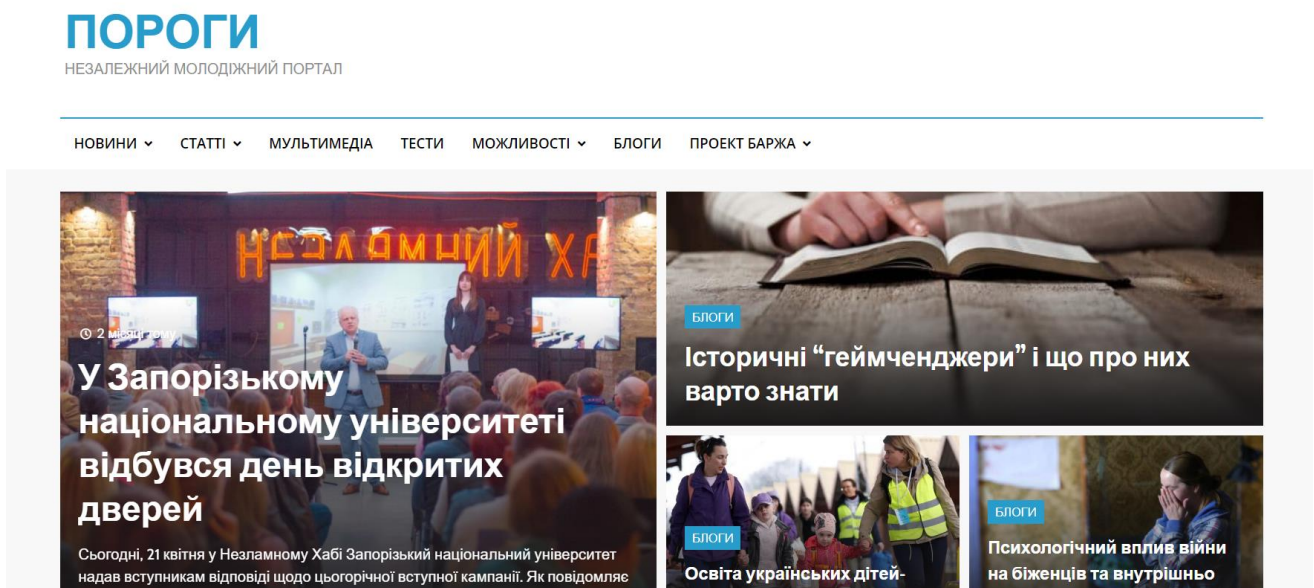


Рис. 2.3.1. Рубрикація інтернет-видання «Пороги»

Усього видання має сім головних рубрик. Більшість з них поділено на окремі підрубрики:

- «Новини» (підрубрики: «Запоріжжя», «Україна», «ЗНУ»);
- «Статті» (підрубрики: «Інтерв'ю», «Розслідування», «Аналітика», «Лонгріди»);
- «Мультимедіа»;

- «Тести»;
- «Можливості» (підрубрики: «Вакансії», «Конкурси/гранти»);
- «Блоги»;
- «Проект БАРЖА» (підрубрики: «Корисні матеріали»).

Варто зауважити, що блоги мого авторства відрізняються від більшості інших матеріалів в рубриці формальним візуальним оформленням, а саме наявністю підрозділів і підзаголовків, що не тільки виділено напівжирним шрифтом, а й більшим, ніж основний текст, кеглем. Разом з тим, ілюстративний супровід зберігається і представлений у вигляді одного знімку на початку матеріалу.

Додамо, що структура блогів та інших публікацій онлайн-видання «Пороги» є типовою для більшості інтернет-медіа:

- 1) Заголовок великим кеглем, відділений від основного тексту публікації титульною ілюстрацією;
- 2) Власне титульна ілюстрація (з посиланням на першоджерело);
- 3) Лід, який у даному випадку не має візуального виокремлення;
- 4) Основний текст;
- 5) Ім'я автора (у правому куті).

Як ми зазначали раніше, наявність підрозділів у публікації порталу «Пороги» не є обов'язковою, незалежно від жанру матеріалу, і використовується лише за наявності відповідного авторського задуму. Разом з тим розділення тексту на невеликі абзаци та підрозділи (за допомогою підзаголовків) сприяє підвищенню ефективності комунікації з аудиторією: покращенню читабельності матеріалу, залученню та зацікавленості аудиторії, дозволяє читачам простіше сприймати інформацію, концентруючи увагу на ключових моментах. Крім того, чітко виділені частини суцільного тексту, особливо, якщо в публікації не використовується додаткові візуальні засоби, роблять матеріал естетично привабливішим і менш виснажливим, що особливо важливо в умовах сучасного інформаційного перевантаження.

2.4 Особливості оформлення проєкту

Усі публікації на сайті видання «Пороги» оформлені в єдиному фірмовому мінімалістичному стилі, що актуально також для матеріалів мого творчого проєкту. Насамперед йдеться про кольорову композицію сайту, завдяки якій зберігається візуальна цілісність усіх текстів (Рис. 2.4.1).



Рис. 2.4.1. Візуальний стиль інтернет-видання «Пороги»

ПОРОГИ
НЕЗАЛЕЖНИЙ МОЛОДІЖНИЙ ПОРТАЛ

Рис. 2.4.2. Логотип інтернет-порталу «Пороги»

Основне тло сайту – світло сірого кольору. Структурні елементи мають білий фон і розділені між собою за допомогою тонкої градієнтної блакитної риски згори.

Блакитний є акцентним відтінком на сайті, який слугує для виділення окремих елементів, наприклад, назви рубрик на початку публікації та кнопок «Наступний»/«Попередній», що розташовуються під кожним матеріалом для перемикання між сусідніми публікаціями. Крім того, цей самий колір використовується й у логотипі видання (Рис. 2.4.2), а також у логотипі партнерського студентського інтернет-радіо UNIVERSE, покликання на яке завжди розміщено у правій частині сайту «Пороги».

2.5 Технічні і програмні засоби

Зважаючи на специфіку мого творчого проекту, який представлений у вигляді текстових блогів, опублікованих у стрічці інтернет-видання, під час створення матеріалів я користувався обмеженою кількістю програмних засобів. Основними інструментами були програми з пакету Microsoft Office: а саме, Excel та Word.

Microsoft Excel я використовував для систематизації фактичної інформації для публікацій. Це включало створення таблиць у програмі, що дозволяло впорядковувати дані, а також зберігати посилання на першоджерела. Завдяки Excel я зміг забезпечити чітку структуру і логічну послідовність матеріалів, що стали основою для подальшого написання моїх блогів.

У Microsoft Word я писав власне тексти для матеріалів проекту. Цей текстовий редактор надає широкі можливості для форматування тексту, додавання заголовків і підзаголовків, вставки зображень і графічних елементів. Завдяки чому я зміг створити чернетку візуального оформлення своїх блогів та оцінити їх без прямого доступу до адміністративної панелі видання «Пороги». Крім того, функції Word дозволяють редагувати і коректувати тексти без використання сторонніх ресурсів, адже містить інструменти перевірки

орфографії та граматики. Це було корисним для мене і забезпечило правильність написання тексту.

2.6 Зв'язок із творчим доробком

Творчий проєкт становить четверту частину всього мого творчого доробку, який складається з 12 матеріалів. Переважна більшість публікацій у портфоліо була створена під час моєї співпраці з інтернет-виданням GameStreetUA, що спеціалізується на тематиці відеоігор.

Під час створення дипломної роботи, я не мав можливості брати участь у практичних заняттях через кілька обставин, які були поза моїм контролем. Перш за все, пандемія COVID-19 змусила мене дотримуватися суворих карантинних заходів, запроваджених для стримування поширення вірусу. Ці заходи значно обмежували можливості для будь-яких поїздок та участі у практиках, зокрема через суворі обмеження на пересування та ризик інфікування.

Після пом'якшення карантинних заходів виникла нова перешкода. У зв'язку зі збройною агресією РФ, місце мого постійного проживання потрапило до зони окупації, що унеможливило мою участь у навчальних практиках. В умовах окупації виникли серйозні труднощі з пересуванням, а також з доступом до засобів зв'язку та інтернету, що зробило неможливим навіть дистанційну участь у заходах. Ці обставини, що не залежали від мене, суттєво вплинули на мою здатність брати участь у практичних заняттях.

Повний перелік матеріалів розміщено в Додатку Б.

ВИСНОВКИ

Активні бойові дії на території України, що відновилися в лютому 2022 року з початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації, стали причиною вимушеного переміщення українців не тільки всередині країни, а й за кордон – до країн Європи та всього світу. Унаслідок зазначених подій у вітчизняних медіа почали активно використовувати відповідні лексеми: «біженці», «переселенці», «внутрішньо переміщені особи» (ВПО). І хоча ці терміни мають схоже значення (проте не тотожне), вони потребують коректного використання в журналістських матеріалах задля уникнення плутанини та помилкових інтерпретацій.

В умовах гібридної війни медіа відіграють критичну роль у формуванні суспільної думки щодо вразливих груп населення, до яких можна віднести зокрема біженців та ВПО. Проаналізувавши та систематизувавши думки вчених з цього приводу, ми дійшли наступних висновків: під час підготовки матеріалів про біженців журналісти повинні особливо ретельно підбирати термінологію та уникати мови ворожнечі. Адже в протилежному випадку є ризик, розпалити негативні настрої, спричинити дискримінацію і навіть призвести до реальних конфліктів у суспільстві. Журналісти у своїх публікаціях повинні уникати кліше та емоційно забарвлених висловів, які можуть створювати чи закріпити в суспільній свідомості негативні стереотипи про біженців. Рекомендації міжнародних організацій також підкреслюють важливість точності, неупередженості та співчуття у висвітленні теми вимушеної міграції.

Дослідивши динаміку презентації українських біженців у вітчизняних медіа, на прикладі видання УНІАН, ми прослідкували зменшення зацікавленості журналістів даною тематикою. На початку повномасштабного вторгнення тема біженців була однією з найактуальніших. Проте з часом частота згадок про біженців, як і різноманітність піднятих тем, суттєво знизилася. Прослідковується повна відсутність аналітичних статей та інтерв'ю, що в перспективі могли б надати глибший контекст та допомогти суспільству краще зрозуміти ситуацію

біженців і сформувати до них толерантне ставлення. До того ж, у 2022 році медіа використовували реальні фотографії біженців у своїх матеріалах, що сприяло виникненню емпатії та співчуття у суспільстві. Заміна таких знімків фотостоковими ілюстраціями зменшило емоційний вплив на аудиторію.

Створюючи матеріали для власного проєкту, присвяченого темі українських біженців, ми дотримувалися журналістських стандартів, висвітлення вразливих категорій населення, а також використовували емоційно забарвлену лексику, аби висловити підтримку та співчуття, а також сформувати позитивний медіаобраз біженців. Усі матеріали були опубліковані на студентському порталі «Пороги».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Висвітлення питань міграції. Посібник для журналістів. Міжнародний центр із розвитку міграційної політики, Відень, 2020. 193 с.
2. Вусик Г. Л. Термінологічна журналістська етика воєнного часу. *Modern science: innovations and prospects : Proceedings of X International Scientific and Practical Conference. Stockholm. 2022. С. 258-264.*
3. Глушко А. Візуальні засоби мови ворожнечі як інструмент інформаційної війни. *Діалог: media-студії*, 2017. № 23, С. 132-155.
4. Катеринич П. В. Соціальна відповідальність журналістики в умовах інформаційної війни. URL: <http://surl.li/hzrkk> (дата звернення: 12.11.2023).
5. Костовська А. В. Переселенці в українських інтернет-ЗМІ: проблема мовно-толерантного висвітлення. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2018. Вип. 2(70), червень. С.100-102.
6. Кхасраві О. З. Співвідношення понять «мігрант», «біженець», «переселенець», «внутрішньо переміщена особа». *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Юриспруденція*. 2016. Вип. 20. С. 73-76.
7. Лептуга О.К. «Мова ворожнечі» в україномовному медіапросторі. *Вісник Науково-методичного центру навчальних закладів сфери цивільного захисту № 31*. Харків: НУЦЗУ, 2019. С. 11-12.
8. Мельничук Ю. Г., Пірожков Є. І. ВПО, біженці, мігранти: нова реальність українців у рецепції ЗМІ (регіональний аспект на прикладі медій Чернівців). *Українські та світові медіа під час повномасштабного вторгнення РФ: нові вимоги та виклики: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції для молодих учених*. Вінниця, 2023. С. 77-80.
9. Повернути людей: що ми можемо запропонувати біженцям та ВПО. URL: <http://surl.li/umqqu> (дата звернення: 14.05.2024).

10. Почепцов Г. Сенси і війни. Україна і Росія в інформаційній і сенсиловій війні. Київ : Вид-во Києво-Могилянська академія, 2016. 312 с.

11. Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб : Закон України від 08.11.2023 № 3446-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1706-18#Text> (дата звернення: 07.03.2024).

12. Про наклепницькі висловлювання: Рада Європи, Комітет Міністрів Ради Європи; Рекомендації, Міжнародний документ від 30.10.1997». URL: <https://cedem.org.ua/library/rekomendatsiya-r-97-20-pro-naklepnytski-vyslovlyuvannya/> (дата звернення: 12.03.2024).

13. Рассохіна А.М. Медійний портрет українських біженців у Великій Британії та Європейському Союзі: аналітичний огляд. *Сучасні виклики для міграційної політики: правові, освітні та історичні аспекти : матеріали науково-практичного круглого столу*. Суми, 2023. 70 с.

14. Тараненко О. Переселенці, біженці, вигнанці? Семантично-ціннісна невизначеність статусу ВПО в українській масовій свідомості. *Діалог: Медіастудії*, No23, 2017. С. 93-119.

15. Холодова В. С. Проблематика формування образу біженців з України у ЗМІ. URL: <http://surl.li/umpzj> (дата звернення: 03.03.2024).

16. Хорошко В. О., Хохлачова Ю. Є. Інформаційна війна. ЗМІ як інструмент інформаційного впливу на суспільство. *Частина 1. Безпека інформації*. 2016. Т. 22, № 3. С. 283-288.

17. Язык вражды в информационном пространстве Крыма: Информационноаналитический доклад о распространении языка вражды на территории Крымского полуострова. Київ, 2018. 40 с.

18. Як висвітлювати конфліктно вразливі групи населення. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/advice/yak-visvitlyuvati-konfliktnovrazlivi-grupi-naselennya-infografika-i2375> (дата звернення: 14.04.2024).

19. Янчук І. Медійне відлуння міграційної кризи: українські біженці в Європі. *Збірник матеріалів V міжнародної наукової конференції студентів і молодих вчених*. 2023. С. 117-119.

20.4.2 million people under temporary protection URL:
<https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/w/ddn-20231110-1>
(дата звернення: 14.05.2024).

ДОДАТОК Б.

СПИСОК МАТЕРІАЛІВ ПОРТФОЛІО

Інтернет-публікації

1. Огляд «Кращі відеоігри про самураїв» // Інтернет-видання GameStreetUA. 02.06.2024. https://youtu.be/vxEjhJ_EhEg?si=5K49Pd8yeAN3n3c6
2. Огляд «Що не побачили в серіалі Fallout?» // Інтернет-видання GameStreetUA. 20.05.2024. https://youtu.be/KMSLSabBsXg?si=QsQ_5kq9zdJrzPYt
3. Огляд «Фолаут скотився» // Інтернет-видання GameStreetUA. 15.04.2024 https://youtu.be/6gHu3JxkWH8?si=X0YP5TKZcVBS_GnE
4. Огляд «Закуп в Steam на 150, 500 та 1000 гривень (весняний)» // Інтернет-видання GameStreetUA. 17.03.2024. <https://youtu.be/fmQHee2duBw?si=xIHHBWgIwNm-PimG>
5. Огляд «Закуп в Steam на 150, 500 та 1000 гривень (літній)» // Інтернет-видання GameStreetUA. 09.07.2023. <https://youtu.be/VL6F6oETEAE?si=HjeGQEAktgcR89FA>
6. Огляд «Огляд Project Warlock II» // Інтернет-видання GameStreetUA. 09.04.2023. <https://youtu.be/gyOHGMYIsLk?si=er5xYDtIly2SXr7L>
7. Огляд «Українські стратегії» // Інтернет-видання GameStreetUA. 01.05.2022. <https://youtu.be/9Cnx30DahOI?si=uAp5pPoFLOHykO0F>
8. Огляд «Де порізати окупанта, якщо дуже хочеться, а нікуди не беруть? (частина 2)» // Інтернет-видання GameStreetUA. 29.05.2022. <https://youtu.be/V7Cy97pVkJX4?si=bLb27UOVbIabMBH0>
9. Огляд «Де порізати окупанта, якщо дуже хочеться, а нікуди не беруть?» // Інтернет-видання GameStreetUA. 26.03.2022. <https://youtu.be/3A7aD1JwJHk?si=r3GqVU1YwHWBbASq>
10. Блог «Культурна адаптація та збереження ідентичності серед українських біженців» // Інтернет-портал «Пороги». 11.06.2024. <https://porogy.zp.ua/2024/06/kulturna-adaptatsiya-ta-zberezhennya-identychnosti-sered-ukrayinskyh-bizhentsiv/>
11. Блог «Психологічний вплив війни на біженців та внутрішньо переміщених осіб» // Інтернет-портал «Пороги». 14.06.2024. <https://porogy.zp.ua/2024/06/psychologichnyj-vplyv-vijny-na-bizhentsiv-ta-vnutrishno-peremishhenyh-osib/>
12. Блог «Освіта українських дітей-біженців» // Інтернет-портал «Пороги». 14.06.2024. <https://porogy.zp.ua/2024/06/osvita-ukrayinskyh-ditej-bizhentsiv/>

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я Грицун Микита Віталійович, студент 4 курсу, форми навчання бюджетної, факультету журналістики, спеціальність журналістика, адреса електронної пошти nikita.gricun@gmail.com, - підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Образ біженця у вітчизняних медіа: на початку вторгнення та у сьогодення» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (Грицун М. В.) _____

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (Костюк Ю.В.) _____

ABSTRACT

Title of the topic: «The image of a refugee in the national media: at the beginning of the invasion and in the present». Volume of the main part of the work: 25 pages.

The number of sources used is 20.

The purpose of the study is to analyze the evolution of the refugee image in the Ukrainian media from the first months of the full-scale invasion to the beginning of 2024.

To achieve the research goal, we performed the following tasks: 1) to summarize the views of scholars on the representation of vulnerable categories in the media; 2) to systematize the requirements for covering the image of Ukrainian refugees in media publications; 3) to determine the specifics and characteristics of the presentation of refugees in journalistic materials at the beginning of the war and today; 4) to find out how the media rhetoric on refugees has changed during the full-scale invasion of Ukraine by the Russian Federation.

The object of the study is materials about refugees published by UNIAN from February to March 2022 and from January to March 2024.

The subject of the work is the change in the image of Ukrainian refugees in the national media in the context of Russia's ongoing military aggression.

Formal and content characteristics of the project. The creative project is a series of three journalistic blogs for the student online publication "Porohy" dedicated to the topic of Ukrainian refugees, which also demonstrates the impact of the ongoing military aggression in Ukraine on the topics of media publications.

Key words: media representation of vulnerable categories, coverage of humanitarian crises, media influence on public opinion, conflict journalism, media coverage of refugees.