

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

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра журналістики

Кваліфікаційна робота магістра

на тему «Українська тематика на чеському радіо у воєнний час»

Виконала: студентка 2 курсу, групи 8.0611-мк-з
спеціальності 061 «Журналістика»
(освітня програма «Медіакомунікації»)

Шмуліна В.

Керівник: доц., к. соц. ком.

Костюк Ю.В.

Рецензент: доц., к. філол. н.

Іванюха Т. В.

Запоріжжя – 2022

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

Факультет журналістики

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності

Рівень вищої освіти – магістерський

Спеціальність – 061 «Журналістика»

Освітня програма Медіакомунікації

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри Чернявська Л. В.

« ____ » _____ 20 ____ року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Шмуліній Вікторії Олександрівні

1.Тема роботи – «Українська тематика на чеському радіо у воєнний час» («Ukrainian Subjects on Czech Radio during the War Time»),

– керівник роботи Костюк Ю.В., к. соц. ком., доцент,
затверджені наказом ЗНУ від «29» червня 2022 року № 744-с.

2.Строк подання студентом роботи – 1 грудня 2022 р.

3.Вихідні дані до роботи – наукові праці учених, які досліджували питання інформаційних війн, журналістики конфліктів та медіатизації війни, зокрема, А. Берегельського, Й. Галтунга, М. Дичок, С. Каемпфа, Дж. Лінча, А. МакГолдріка, Т. Морса, С. Ная, Г. Почепцова, А. Хоскінса та інших.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) опрацювати провідні вітчизняні та зарубіжні теоретико-методологічні джерела з теми дослідження; 2) розглянути поняття «медіатизація війни», «журналістика конфлікту», «журналістика миру», «наратив»; 3) виявити співвідношення присутності української тематики та російського впливу в чеському медіапросторі на різних етапах війни; 4) проаналізувати інформаційно-комунікативну та формуючу функцію «Чеського радіо» в національному медіасередовищі; 5) визначити тематичні напрямки публікацій, пов'язані з російсько-українською війною, на «Чеському радіо»; 6) розглянути фактори збереження на порядку денному чеських журналістів та чеської аудиторії перебігу російсько-української війни.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Дата, підписи	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Костюк Ю.В., доцент	30.08.2022	30.08.2022
1 розділ	Костюк Ю.В., доцент	13.10.2022	13.10.2022
2 розділ	Костюк Ю.В., доцент	11.11.2022	11.11.2022
Висновки	Костюк Ю.В., доцент	26.11.2022	26.11.2022

6. Дата видачі завдання – 29 червня 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження.	Червень 2022 р.	
2	Написати попередній варіант вступу і змісту	Вересень 2022 р.	
3	Підібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела	Вересень 2022 р.	
4	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину.	Вересень 2022 р.	
5	Провести наукове дослідження і проаналізувати власний творчий доробок	Жовтень 2022 р.	
6	Написати практичну частину.	Листопад 2022р.	
7	Пройти попередній захист на кафедрі.	Листопад 2022 р.	
8	Виправити недоліки, сформулювати висновки, оформити додатки	Грудень 2022 р.	
9	Здати роботу на нормоконтроль, пройти рецензування.	Грудень 2022 р.	

Студент _____ В.О. Шмуліна

Керівник роботи _____ Ю.В. Костюк

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ М.В. Чабаненко

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 60 стор., 80 джерел.

Об'єкт дослідження – матеріали чеського радіо на тему російсько-українського конфлікту. Хронологічні рамки дослідження: березень - листопад 2014 р., лютий – жовтень 2022 р.

Предмет дослідження – тематичне різноманіття, джерела інформації, іміджеві аспекти матеріалів української тематики суспільного мовника «Чеське радіо».

Метою дослідження є виявлення особливостей репрезентації теми російсько-української війни у чеському медіапросторі, розгляд шляхів, які дозволять українській темі залишатися в центрі уваги чеської аудиторії з фокусом на вітчизняному баченні подій.

Теоретико-методологічні засади: роботи вітчизняних дослідників з проблеми інформаційних війн, іміджу України, журналістики конфліктів та медіатизації війни, зокрема, А. Берегельського, Й. Галтунга, М. Дичок, С. Каемпфа, Дж. Лінча, А. МакГолдріка, Т. Морса, С. Ная, Г. Почепцова, А. Хоскінса та інших.

Отримані результати: в роботі вперше узагальнені знання щодо тенденцій подання української тематики на Чеському радіо на початку російсько-української війни та після широкомасштабного вторгнення; конкретизовано знання про проблеми і перспективи наповнення чеського медіапростору українським порядком денним.

Ключові слова: журналістика миру, медіатизація війни, російсько-українська війна, репрезентація тематики, джерела інформації, «чеське радіо», глибинне інтерв'ю, контент-аналіз.

The Master's paper is devoted to the actual, understudied topic of the representation of Ukrainian subjects in the Czech media space in times of Russian-Ukrainian war.

The object of the research is Czech radio materials on the Russian-Ukrainian conflict. Chronological framework of the study: March - November 2014, February - October 2022. The subject of the study is the thematic diversity, sources of information, image aspects of Ukrainian-themed materials of the public broadcaster "Czech Radio".

The main aim of paper is to reveal the peculiarities of the representation of the topic of the Russian-Ukrainian war in the Czech media space, to consider ways that will allow the Ukrainian topic to remain in the center of attention of the Czech audience with a focus on the domestic vision of events.

In the thesis the following research methods are used: analysis and synthesis during the development of a scientific concept, a comparative and generalization method during the analysis of practical material, semi-structured in-depth interviews with representatives of the main divisions of "Czech Radio" for data collection, a method of content analysis of journalistic materials for selected periods to obtain quantitative and qualitative indicators (number of publications, their nature).

The scientific novelty of the obtained results lies in the fact that, for the first time, the work summarizes knowledge about the trends in the presentation of Ukrainian topics on Czech Radio at the beginning of the Russian-Ukrainian war and after the large-scale invasion; knowledge about the problems and prospects of filling the Czech media space with the Ukrainian agenda is specified.

Key words: *peace journalism, war mediatization, Russian-Ukrainian war, topic representation, sources of information, Czech Radio, in-depth interview, content analysis.*

ЗМІСТ

Завдання.....	2
Реферат.....	4
Вступ.....	7
Розділ 1. Теоретичні засади висвітлення української тематики в іноземних наукових джерелах і ЗМІ.....	11
1.1 Російсько-українська війна у закордонних дослідженнях та ЗМІ.....	11
1.2 Теорії журналістики миру та медіатизації війни.....	18
1.3 Українська тематика та російський вплив у чеському медіапросторі	24
Розділ 2. Репрезентація української тематики на «Чеському радіо».....	32
2.1 Основні методи та етапи дослідження.....	32
2.2 Головні засади висвітлення української тематики крізь призму Кодексу «Чеського радіо».....	37
2.3 Особливості роботи з джерелами інформації та її верифікація як фактори пріоритетності теми.....	47
2.4 Напрямки висвітлення теми українських біженців журналістами «Чеського радіо».....	53
Висновки.....	63
Список використаної літератури.....	67
Додаток А.....	77
Додаток Б.....	79

ВСТУП

Висвітлення української тематики в зарубіжних медіа на сучасному етапі є надзвичайно актуальною проблемою, що пов'язана з питаннями інформаційної та державної безпеки і демонструє вплив медіа на суверенітет, питання війни і миру загалом.

Прогнози щодо затяжного перебігу російсько-української війни наприкінці 2022 р. на фоні активного розповсюдження російського нарративу «Європа втомилась від України» викликають потребу в перегляді ведення інформаційної війни. Хоча думка про те, що українці виграють інформаційну війну неодноразово озвучувалась і українськими експертами, і іноземними дослідниками ще на початку широкомасштабного вторгнення Росії, відсутність системної роботи в цьому напрямку може призвести до того, що всі успіхи зійдуть нанівець [1; 56; 64; 53; 15].

На розмір підтримки (у техніці, устаткуванні, грошах), що надається Україні, прямо впливає позиція виборців того чи іншого іноземного політика. Вітчизняні та іноземні науковці, такі як В. Різун, Г. Почепцов, Д. МакКвейл роблять акцент на тому, що засоби масової комунікації потрібно розглядати у контексті формування громадської думки, їхнього мобілізуючого ефекту, впливу на соціальні суб'єкти та державну політику [13; 11; 12; 55]. Від того, що побачать, почують та прочитають про Україну закордоном, буде безпосередньо залежати місце, відведене для українців в системі «свій-чужий», «гідний-негідний співчуття», «близько-далеко». Історик війни М. МакМіллан (Margaret MacMillan) у знаковій роботі «War: How Conflict Shaped» попереджає: люди захоплюються героями та битвами, мужністю та зухвалістю подвигів. Але допоки все це знаходиться на «безпечній відстані»: «...ми не сприймаємо війну так серйозно, як вона того заслуговує. Можливо, ми вважаємо за краще відводити очі від того, що так часто є похмурою й гнітючою темою, але цього не варто робити. Війни неодноразово змінювали хід історії людства, відкриваючи шляхи в майбутнє та закриваючи інші» [56; с. 9]. Ту увагу, що

зараз іноземні ЗМК приділяють Україні, незважаючи на трагічні причини, варто наситити сенсами, вигідними (при всій повазі до необхідності журналістів бути неупередженими) для України та конвертувати в оновлення її іміджу.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи магістра обумовлена необхідністю вивчення зарубіжного (зокрема, чеського) досвіду щодо подання теми російсько-української війни. Попри те, що вона триває з 2014 р., українські дослідники недостатньо уваги присвячували тому, як ці події подаються у центральноевропейських ЗМІ, зокрема в чеських. Більш помітними є моніторинги англomовних, німецьких або французьких видань. Хоча саме аналіз тематики та характеру існуючих публікацій має бути першим щаблем для подальшого визначення інформаційної політики України, механізмів її реалізації у взаємовідносинах зі стратегічними партнерами, до яких, безумовно, належить і Чехія.

Для аналізу присутності української тематики на чеському радіо було обрано «Český rozhlas» або «Чеське радіо». Це суспільна компанія Чеської Республіки, яка мовить не лише на території держави, а й має ресурс для іномовлення шістьма мовами, зокрема українською та російською. Саме суспільний радіомовник має найвищий рівень популярності (серед чеських радіостанцій) та довіри (серед чеських ЗМІ) в Чехії [74]. Тому дослідження його контенту – це дослідження контенту, який споживають 1,5 млн. людей – кожний сьомий чех [68; 69].

Мета роботи – виявити особливості репрезентації теми російсько-української війни у чеському медіапросторі, розглянути шляхи, які дозволять українській темі залишатися в центрі уваги чеської аудиторії з фокусом на вітчизняному баченні подій.

Реалізація мети передбачає виконання наступних *завдань*:

- 1) опрацювати провідні вітчизняні та зарубіжні теоретико-методологічні джерела з теми дослідження;
- 2) розглянути поняття «медіатизація війни», «журналістика конфлікту», «журналістика миру», «нарратив»;

3) виявити співвідношення присутності української тематики та російського впливу в чеському медіапросторі на різних етапах війни;

4) проаналізувати інформаційно-комунікативну та формуючу функцію «Чеського радіо» в національному медіасередовищі;

5) визначити тематичні напрямки публікацій, пов'язані з російсько-українською війною, на «Чеському радіо»;

6) розглянути фактори збереження на порядку денному чеських журналістів та чеської аудиторії перебігу російсько-української війни для формування позитивного іміджу України та просування ідей підтримки та допомоги українській державі.

Об'єктом дослідження магістерської роботи є матеріали чеського радіо на тему російсько-українського конфлікту. Хронологічні рамки дослідження: березень - листопад 2014 р., лютий – жовтень 2022 р.

Предметом дослідження є тематичне різноманіття, джерела інформації, іміджеві аспекти матеріалів української тематики суспільного мовника «Чеське радіо».

У роботі застосовувалися такі *методи дослідження*, як аналіз і синтез під час вироблення наукової концепції, порівняльний та метод узагальнення під час аналізу практичного матеріалу. З урахуванням різноманітності структури «Чеського радіо» найбільш доцільним методом збору даних було визначено напівструктуровані глибинні інтерв'ю з представниками його основних підрозділів. Для отримання кількісних та якісних показників (кількість публікацій, їхній характер) використовувався допоміжний метод – контент-аналіз матеріалів за обрані періоди – анексія Криму та вісім місяців після цього, початок широкомасштабного вторгнення в Україну та аналогічний проміжок часу після. Крім того, у роботі ми спиралися на результати досліджень із різних галузей знань: психології, соціології, комунікативістики тощо.

Методологічну та теоретичну основу роботи становлять праці науковців, які досліджували питання інформаційних війн, журналістики конфліктів та медіатизації війни, іміджу України у закордонних ЗМІ,

розробляли рекомендації з моніторингу ЗМІ. Зокрема, А. Берегельський, М. Дичок, Г. Почепцов, Й. Галтунг, Дж. Лінч, С. Каемпф, А. МакГолдрік, Т. Морс, С. Най, А. Хоскінс тощо.

Підґрунтям для аналізу також стали моніторинги, які здійснюються незалежними громадськими організаціями та експертними установами, спілками журналістів тощо [79; 45; 46].

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що:

– вперше узагальнені знання щодо тенденцій подання української тематики на Чеському радіо на початку російсько-української війни та після широкомасштабного вторгнення;

– конкретизовано знання про проблеми і перспективи наповнення чеського медіапростору українським порядком денним.

Практичне значення роботи: результати роботи можуть бути використані редакціями видань, які висвітлюють теми військового конфлікту; під час викладання тематичних курсів на факультетах журналістики; при розробці інформаційних стратегій та методологій моніторингу іноземних ЗМІ.

Теоретичне значення: дослідження стане у нагоді студентам освітніх програм з журналістики, медіакомунікацій, PR при написанні курсових і творчих або дипломних кваліфікаційних робіт.

Апробація кваліфікаційної роботи магістра була здійснена під час XLVI Міжнародна інтернет-конференції «HUMANITY AND SCIENCE», що проходила 30- 31 січня 2023 р.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатку. Обсяг основного тексту роботи – 60 сторінок. Список використаної літератури включає 80 позиції.

РОЗДІЛ 1

ПРОБЛЕМАТИКА ВИСВІТЛЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ТЕМАТИКИ В ІНОЗЕМНИХ ЗМІ ТА ДОСЛІДЖЕННЯХ

1.1 Російсько-українська війна у у закордонних дослідженнях та ЗМІ

Довготривала та багатовекторна війна, розв'язана Російською Федерацією проти України, стала не лише темою мільйонів публікацій у ЗМІ, а й причиною дискусії серед науковців та журналістів-практиків: як дотримуватися балансу думок на війні, як розрізняти, коли об'єктивність є проявом журналістських стандартів, а коли відсутність власної інформації та намагання компенсується сумнівними джерелами. Так само дослідники намагаються корелювати рівень громадської підтримки українців в різних державах із якістю журналістських публікацій та соціально-економічними умовами, культурними особливостями різних держав.

Результати сучасної війни залежать не лише від того, чия армія переможе, а й від того, «чия історія переможе», пророче писав 20 років тому теоретик інформаційних війн Дж. Аркілла (John Arquilla) [70, с. 13]. Вище згадувана дослідниця М. МакМіллан (Margaret MacMillan) у березні 2022 р. з однозначною впевненістю висловила думку про інформаційну складову російсько-української війни: «Українці без зусиль виграли інформаційну війну» [9]. Хоча із доречністю використання словосполучення «без зусиль» можна посперечатися. Україна розповідає *справжню історію* доказами російських злочинів, що сповнені стражданнями сотень тисяч *українців*.

Українці ведуть війну на два фронти: жорсткою (безпосередні воєнні дії) і м'якою силою (сила залучення та переконання для забезпечення підтримки міжнародної спільноти). На відміну від жорсткої чи військової сили, м'яка сила – це сила залучати, наvertати, а не примушувати [65; 53]. Але такий стан речей фіксувався не з самого початку російсько-української війни. І агресивне

домінування Росії в інформаційному просторі було достатньо суттєвим, щоб викликати занепокоєння в інших державах.

Йдучи шляхом ретроспективи, можна зазначити, що війна в Україні стала однією з головних тем у висвітленні міжнародних новин у 2014 р. Для іноземного дослідника події в Україні, насамперед, – безпрецедентний конфлікт з часів закінчення холодної війни. Але, як правило, він висвітлювався в досить простих, схематичних рамках, а найбільша увага приділялася питанням міжнародного значення – коментарям, висловлюванням провідних політиків, наслідкам для інших держав в тих нечастих випадках, коли про це все ж таки заходила мова. До того ж, ані бойові дії, ані «мирне захоплення» не сприймалися великою часткою аудиторії як справжня, жорстока, підступна війна. Коли воєнні дії на сході України набули затяжного характеру, а Росія так і не почала демонструвати жодних ознак відмови від анексії Криму (що в кінці 2022 р. звучить саркастично), конфлікт почав поступово все менше відображатися в стрічках міжнародних новин [20].

При аналізі матеріалів в ЗМІ науковці звертають увагу, насамперед, на декілька основних питань: як збиралася і поширювалася інформація? як і ким формулювалися медійні повідомлення? якою була реакція аудиторії, вплив на громадську думку? Від відповіді на ці питання залежать висновки, чи є повідомлення ще одним маленьким снарядом в інформаційній складовій війни Росії проти України, випущений авторами, скоріше за все, без усвідомлення цього – лише через відсутність глибоких знань про українські реалії. Далі ми наведемо приклади цьому [22].

Україно-канадська дослідниця М. Дичко впевнена, що «інформація та її подача залежить від країни походження, редакційної політики ЗМІ, форми власності ЗМІ (державна, приватна, незалежна) та типу ЗМІ (телебачення, радіо, газети, інтернет, соціальні мережі)» [22]. Сприйняття польською аудиторією новин з України відрізняється від сербського або французького.

Аналізуючи ситуацію в 2014-2015 рр., дослідники звертали увагу на те, що міжнародна громадська думка була розділена щодо причин і наслідків

подій, характеру протестів, які наразі відомі як Революція гідності, введення Путіним російських військ до Криму та характеру військового конфлікту у східних областях України. Частково це пов'язано з тим, що в повідомленнях ЗМІ можна було спостерігати різноманітні репрезентації – мітингарі Майдану були як мирними протестантами, так і бунтарями та заколотниками, а сепаратисти виступали в ролі повстанців. Висвітлюючи події Майдану, журналісти зосереджувались на подіях в українській столиці: відсутність інформації про протести на Сході і Заході створювала хибне уявлення про «революцію меншості». «Вибір образів, термінології, інформації, представленої або пропущеної у багатьох повідомленнях міжнародних ЗМІ, є однією з причин того, що все питання про те, що сталося в Криму, як, чому і до чого це призвело, все ще залишається предметом дискусій», – пише М. Дичко навесні 2015 р. [22]. Її висновки будуть релевантні для тенденцій висвітлення України ще шість років.

А. Шпринцен, продюсер телеканалу СВС, висував припущення, що нормативні правила об'єктивного висвітлення подій – представлення всіх сторін історії, надання лише тієї інформації, яку можна беззаперечно перевірити – спрацювали проти більшої мети – надання точної картини того, що насправді відбувається в ситуації, коли інформація використовується як зброя [22]. Підхід «не все так однозначно», який часто сповідують більш «помірквані» верстви в Росії і який у 2022 р. став мемом, залишатиметься характерним для висвітлення української тематики в іноземних ЗМІ ще тривалий час. Він є своєрідним трактуванням та вельми спрощеною формулою журналістського обов'язку бути об'єктивним та дотримуватися балансу думок. Наприклад, за спостереженнями дослідників, іноземним журналістам та редакторам важко було зрозуміти та відобразити участь російськомовних протестувальників, а згодом добровольців у процесах, що пов'язані із захистом української державності. Адже події 2014-2015 р. на Донбасі та в Криму було простіше та звичніше подавати через призму етнонаціонального конфлікту, що характерно для Близького Сходу [73].

І все ж, саме навесні 2014 р. відбулися позитивні зміни у висвітленні дій Російської Федерації: поняття інформаційної війни, гібридної війни вийшли з-поза меж кабінетів науковців і почали широко обговорюватися в ЗМІ, ставши усвідомленою реальністю як для журналістів, так і для аудиторії. Приблизно в цей час фраза «інформаційна війна» почала регулярно з'являтися у повідомленнях та дискусіях про Україну. Починаючи з квітня 2014 р. і далі, було видно два чітких фрейми. Перший полягав у тому, що проросійські сепаратисти виступали проти нового уряду в Києві, хотіли відокремитися від України і застосовували силу для досягнення своєї мети. Інший полягав у тому, що саме Росія їхніми руками веде гібридну війну проти України, надсилаючи зброю, кошти та людей.

При цьому не варто недооцінювати активність аудиторії. Хоча медіа – це потужний інструмент формування громадської думки, реакція на повідомлення може різнитися залежно від переконань та системи цінностей, що лежить в їх основі. Дискурс події, обрамлення передачі інформації від ЗМІ її споживачам відіграє важливу роль. С. Холл (S. Hall) у своїй праці «Кодування/декодування», пропонуючи чотириетапну модель комунікації, називає одним з її визначальних моментів «декодування або інтерпретацію образів і повідомлень через ширший соціальний, культурний і політичний когнітивний спектр» [30, с. 52-53]. Загалом, важко оцінити, який вплив міжнародне висвітлення подій в Україні справило на громадську думку у світі. Комунікаційні дослідження показують, що однією з функцій ЗМІ є формування порядку денного: не говорити людям, що вони повинні думати, а скоріше, про що вони повинні думати.

Дослідницький консорціум із 22 науковців, проаналізувавши інформаційні повідомлення в ЗМІ 13 країн (Албанії, Чехії, Німеччини, Латвії, Нідерландів, Польщі, Португалії, Румунії, Сербії, Швейцарії та Великобританії, а також України та Росії) у першій половині 2014 р., виявив схожі характеристики в більшості досліджуваних видань, а також національні відмінності, які можуть впливати на прийняття журналістських рішень щодо

висвітлення конфлікту, пояснюючи нечисленні винятки особливою структурою власності або читацької аудиторії однієї з газет, що брали участь у дослідженні [25]. Зокрема, не у всіх країнах вирішальним був фактор територіальної близькості, спільного кордону. Наприклад, інтенсивне висвітлення конфлікту дослідники зафіксували в газетах країн, що знаходяться в географічній близькості, таких як Польща або Латвія, а також у німецьких та швейцарських виданнях.

Обмежено висвітлювалися українські події в Португалії та в Нідерландах, та, як не дивно, в Чехії. Науковці висловили припущення, що інтенсивне висвітлення в польській та латвійській газетах може бути мотивоване особливо критичним сприйняттям Росії в колишніх країнах Балтії, а також у Польщі, що побоюються повторення російського імперіалізму, а обмежене висвітлення в чеських газетах пов'язано із припущенням про тривалий вплив Радянського Союзу або Росії. Обсяги торгівлі можуть пояснити інтерес до цієї теми, наприклад, з боку Німеччини. Також враховувався фактор дипломатичних зусиль урядів країн: якщо держава (переважно Південно-Східної Європи) відігравала незначну роль, то журналістам важко було прив'язати тему до аудиторії – «одомашнити» проблему, тому вона не перебувала у постійному фокусі. Єдиним географічним регіоном, де спостерігався чіткий збіг у висвітленні кризи, виявилася Південно-Східна Європа, де висвітлення було маргінальним у всіх шести матеріалах з Албанії, Румунії та Сербії.

Важливим фактором була і залишається наявність або відсутність кореспондентських пунктів редакцій іноземних ЗМІ в Україні або Росії, а також можливості отримувати інформацію безпосередньо, а не з джерел сумнівного походження [22]. На початку війни у 2014 р. спостерігалась ситуація, коли іноземні ЗМІ – європейські, американські, азіатські – як джерелом інформації користувалися відомостями з російських ЗМІ або російських державних інформаційних агенцій, котрі лише згодом були визнані як джерела розповсюдження пропаганди та інструменти ведення інформаційної війни. Це призводило до героїзації сепаратистів та російських військових. На жаль, і до

сьогодні такі випадки не є поодинокими, хоча й менш численними. Так, інформація про ситуацію на лінії бойових зіткнень журналісти можуть отримувати із телеграм-каналів російських «воєнкорів» або українських каналів відверто проросійських ЗМІ, наприклад, «Политика страны».

Спільною рисою висвітлення російсько-української війни ЗМІ тих країн, де більш розвинуті журналістські стандарти, є відхід від фокусу на елітних акторах і зосередження уваги на громадянах та громадських діячах. Такі прийоми подання інформації деякі науковці критикують, вважаючи їх спробами маніпулювати громадською думкою. Хоча інші вважають це свідченням загальної тенденції до «гуманізації» висвітлення конфлікту, про що йтиме мова в наступному розділі [25; 73].

Протягом першого та другого періоду російсько-української війни до її висвітлення у іноземних ЗМІ можна застосувати так звану модель новинних циклів, яка передбачає швидку втрату уваги до певної теми після початкового або повторного піку висвітлення [60]. Тривалість цих циклів залежить від залученості аудиторії. Наприклад, після збиття Boeing 777 біля Донецька російськими ЗРК «Бук» новинний цикл в Нідерландах відрізняється від інших країн. Сплески уваги до теми та їхня тривалість пов'язані із ходом розслідування кримінальної справи і більш тривалі, ніж в інших країнах, що пов'язано з емоційним залученням та національною близькістю.

Дискусійним залишається питання, наскільки кількість новин про Україну та події в ній переходять у корисну для нашої держави якість. Дослідження, проведене восени 2022 р. за допомогою Leximancer, комп'ютерного програмного забезпечення для якісного аналізу даних, щоб оцінити та порівняти імідж України в дискурсі міжнародних ЗМІ за три періоди аналізу (незалежність України 1991 р., Революція Гідності 2014 р. та російсько-українська війна, починаючи з 2022 р.) показали зростання кількості позитивного висвітлення України та зміни в її іміджі [53]. У середині 2022 р. аналіз настроїв 591 397 текстів у перший період показав переважно негативні

настрої про Україну: 58,7 % текстів містять негативні згадки, 20,4 % – позитивні, 20,9 % – нейтральні.

Аналіз настроїв текстів у період з 1 березня 2014 р. по 23 лютого 2022 р. (їх було в три рази більше!) показав переважно позитивні настрої про Україну: 54,3 % текстів містять позитивні згадки, 34,1% – негативні згадки, нейтральні – 11,6 %. А ось аналіз текстів, які були опубліковані, починаючи з 24 лютого 2022 р., показав, що 79,9 % текстів містять позитивні згадки, 15,2 % негативні згадки та 4,9 % нейтральні згадки. Загальні оцінки ймовірності показали чітку тенденцію позитивних настроїв на рівні 80,3 %. На думку Сеу Тін Лі, в дискурсі міжнародних ЗМІ яскраво відображено імідж країни, який український уряд намагався пов'язати з символічним представленням України у війні, позбавити легітимності військові дії Росії, продемонструвати важке становище українців як нації, що зазнала вторгнення, її героїчних лідерів, її стійкість, її звернення до універсальних цінностей, свободу та національний суверенітет, а також потребу в міжнародній підтримці та нагальну потребу запобігти подальшим негативним наслідкам у глобальній економіці [53].

Але при детальнішому розгляді висвітлення України в період з 2014 р. в іноземних ЗМІ, залишивши лютий 2022 р. поза дужками, можна виявити системні прогалини в комунікації. На початку та в першій половині 2021 р. дослідники А. Берегельський та Т. Полтавець на основі системного вивчення матеріалів іноземних ЗМІ зробили припущення: відбувається скорочення діалогу українських владних інститутів з їхніми західними партнерами, що відслідковується за відсутністю експертних матеріалів про Україну на шпальтах та в ефірах. Дослідники протягом тривалого часу констатували переважання нейтрально забарвлених повідомлень, суттєву кількість негативних і значно менший відсоток компліментарних суджень про Україну. На їхню думку, теми, важливі безпосередньо для українського суспільства, наприклад, економіка, реформи, суспільно-правова та соціальна ситуація в державі, згадуються рідше [2; 3; 4; 5].

Варто зауважити, що серед голосів, які обговорюють недоліки або некомпетентність журналістів у висвітленні подій в Україні (відбілювання іміджу Росії через подання російськомовного населення як такого, що потребує або може потребувати захисту), звучать і ті, що критикують європейські та американські ЗМІ за надмірну увагу. І тут відчувається залученість до інших конфліктів, що тривають зараз у світі – Сирія, Палестина та Ізраїль тощо. Наприклад, Saifee Islam впевнена, що західні ЗМІ як «вісники західної політичної та соціальної філософії» відображають західні думки: «подання негативного іміджу Росії та звинувачення Володимира Путіна у цій війні як антагоніста є загальною рисою майже всіх західних ЗМІ» [40]. І Україна таким чином отримує глобальне співчуття. При цьому ЗМІ демонструють «расові упередження та подвійні стандарти. Українців хвалили за коктейлі Молотова як легкий опір Росії. Однак камінь з Палестини отримує ярлик терориста», – пише дослідниця [40].

Отже, передивляючись моніторинги іноземних ЗМІ та аналітичні матеріали медіасередовища, що проводилися різними дослідниками та установами, можна помітити спільні риси та системні відмінності [25; 71; 23]. Характер інформації, що потрапляє до аудиторії через ЗМІ, залежить від країни її походження. На подання інформації впливає знання журналістом контексту: при відсутності глибоких знань про Україну відбувається підміна понять: «об'єктивність» може досягатися шляхом трансляції російських або проросійських наративів.

1.2 Теорії журналістики миру та медіатизації війни

Єдиної теорії або підходу, які б на сьогодні вичерпно описували, яким чином журналіст повинен висвітлювати військовий конфлікт в іншій державі, не існує. Узагальнимо декілька тенденцій, які відповідають запиту суспільства на гуманізацію інформації, його тісному зв'язку із владою та технологічному розвитку.

Інститут висвітлення війни і миру має набір «шести обов'язків» для журналістів, які висвітлюють конфлікт і мир:

- розуміти конфлікт і висвітлювати його об'єктивно;
- висвітлювати передумови і причини конфлікту;
- представляти людську сторону;
- висвітлювати мирні зусилля;
- визнавати вплив журналістів.

У переліку підкреслюється, що журналісти, навіть стикаючись з посиленням зовнішнього тиску в результаті конфлікту, повинні дотримуватися таких стандартів, як професійне дослідження і збалансоване висвітлення подій [76].

Розмірковуючи над питанням роботи журналістів під час воєнних конфліктів, дослідники часто апелюють до так званої парадигми журналістики миру Й. Галтунга (Johan Galtung), підкреслюючи відповідальність преси за висвітлення «травми та людських історій усіх жертв конфлікту», а також за те, що справжній баланс думок вимагає розгляду альтернатив війні [27].

Складність застосування цієї моделі, де журналіст має сприяти «примиренню» у випадку з Україною полягає в тому, що, по-перше, не всі представники преси вбачають у собі такі функції, а, по-друге, їм важко уявити механізми цього «примирення», адже розпочата Росією війна є надзвичайно кривавою, жорстокою та терористичною щодо мирного населення.

Публіцист Р. Моганті (Ranjani Mohanty) завбачливо попереджає: «Для припинення війни завжди потрібні переговори. Однак це стає важчим, коли одна сторона вважає, що вона займає високі моральні позиції, а іншу сторону можна спрощено охарактеризувати як «злу» [61]. Але в наступному розділі ми наведемо сумніви чеських журналістів щодо можливості реалізації цієї частини підходу, адже у випадку з Росією та Україною чітко зрозуміло, хто є агресором.

Модель журналістики миру за Дж. Лінчем та А. МакГолдрік (Jake Lynch and Annabel McGoldrick), спочатку сформульована Й. Галтунгом, пропонує деякі дихотомії, щоб відрізнити цю концепцію від звичайної журналістики, яку

іноді маркують як журналістику війни. Розглянувши докладніше моделі журналістики миру та журналістики конфлікту, ми чіткіше усвідомимо, в чому полягають особливості та складності застосування першої моделі (табл. 1.2.1.) [54].

Таблиця 1.2. 1.

Порівняння моделей журналістики миру та журналістики конфлікту

Журналістика миру/конфлікту	Журналістика війни/насильства
<p style="text-align: center;">Орієнтована на мир</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дослідити <i>формування</i> конфлікту, х сторін, у цілей, з питань, орієнтацію на "виграш-виграш". 2. Відкритий простір, відкритий час; причини та результати будь-де, також в історії/культурі. 3. Зробити конфлікти прозорими. 4. Надання голосу всім сторонам, емпатія, розуміння. 5. Сприйняття конфлікту/війни як проблеми, зосередження на конфліктній творчості. 6. Гуманізація всіх сторін; тим більше, чим гірша зброя. 7. Проактивність: запобігання до того, як відбудеться насильство/війна. 8. Зосередження на невидимих наслідках насильства (травми, шкода структури/культурі). 	<p style="text-align: center;">Орієнтована на війну</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Фокус на арені конфлікту, 2 сторони, 1 мета (перемога), війна, орієнтація на нульову суму. 2. Закритий простір, закритий час; причини і виходи на арену, хто перший кинув камінь. 3. Надання війнам непрозорості/секретності. 4. Журналістика, пропаганда, голос для "своїх", "ми-чужих", для "нас". 5. Бачити проблему в "них", зосереджуватися на тому, хто перемагає у війні. 6. Дегуманізація "їх", тим більше, чим гірша зброя. 7. Реакція: вичікування або насильство перед тим, як повідомити. 8. Зосередження лише на видимих наслідках насильства (вбиті, поранені, матеріальні збитки).

«Коли звичайні люди в конфлікті не мають голосу в ЗМІ, елітарні та сек'юритизовані версії отримують монополію в мейнстрімному медіа-дискурсі, часто на шкоду більш мирним перспективам», – вважає С. Пелег [67]. В обговореннях журналістики миру одним із її пріоритетів є задоволення потреби

дати аудиторії можливість почути «звичайні» голоси, а не урядовців. На думку С. Кампфа (Sebastian Kaempf) в журналістиці конфліктів та криз (він послуговується таким терміном) акцент на громадянах та індивідуальних акторах значно зріс. Саме це дозволяє реалізувати ту функцію журналістики, в якій їй часто останнім часом відмовляють, – виховну або моралізаторську (але не плутати її із пропагандистською) [48].

Теорія медіатизованої війни стверджує, що вивчення сучасних війн має враховувати роль ЗМІ в них. Однак, хоча медіатизація воєн зазвичай фокусується на динаміці влади між військовими, ЗМІ та аудиторією, інституційний підхід до медіатизації пропонує розглядати роль ЗМІ як вихователів і постачальників моральної орієнтації [62]. Концепція медіатизації є відносно новою у дослідженнях ЗМІ та комунікацій. Т. Морс (Tal Morse) наводить декілька підходів. Перший передбачає, що «медіатизація стосується процесів, через які проходить суспільство, коли соціальні інститути взаємодіють із ЗМІ та обговорюють свою владу, адаптуючись до логіки ЗМІ» [62].

А. Хоскінс і Б. О'Локлін (Andrew Hoskins, Ben O'Loughlin) пишуть: «Ми сприймаємо «медіатизацію» як процес, за допомогою якого війна все більше вбудовується в засоби масової інформації та проникає в них, так що для планування, ведення, *легітимізації*, заспокоєння, історизації, запам'ятовування та представлення війни потрібна увага до цих засобів масової інформації та їх використання» [35]. Вони вказують на три фази медіатизації: залучення основних засобів масової інформації до подання новин про війну, розповсюдження влади та контроль над потоком інформації після появи громадянської журналістики та цифрових соціальних мереж, а також адаптація військових і політичних діячів до цифрової ери. Тобто в цьому випадку в медіатизованій війні ведеться боротьба за владу та взаємодію між різними акторами, які збирають, поширюють і створюють інформацію про війну. Цей підхід дозволяє пояснити агресивність Росії в закордонному медіа-просторі та

із власними ЗМІ і соціальними мережами, адже повністю лягає на вже звичні поняття «інформаційної війни» та «гібридної війни».

Інша концепція медіатизації, що розробляється С. Х'ярвардом (Stig Hjarvard), говорить про те, що «медіатизація загалом стосується процесу, за допомогою якого основні елементи соціальної чи культурної діяльності (наприклад, політика, релігія та освіта) потрапляють під вплив ЗМІ та залежать від них» [31, с. 28-30]. Тобто ЗМІ стають постачальниками інформації та моральної орієнтації. Тут доречно буде згадати вже менше пояснення прийняття будь-якої відвертої дезінформації або провокації проти України як достовірної завдяки аргументу «в телевізорі сказали», яке зводить нанівець будь-які контрдоводи, які надходять навіть від сім'ї.

Т. Морс, аналізуючи цей підхід, говорить про моралізаторську функцію новин та здатність медіасфери через медіатизовані ритуали закликати до солідарності. Він, узагальнюючи доробок інших науковців, пише про медіа-виступи, які «об'єднують суспільства в колективне серцебиття» та «мобілізують політичний істеблішмент країни або світ». У його баченні теорії медіатизованих війн важливу роль відіграє можливість «мобілізації колективних настроїв і солідарності на основі символізації та суб'юнктивної орієнтації на те, що мало б або має бути» [62].

Він пропонує розглядати космополітичну солідарність у сучасну глобальну епоху як моральний імператив, визначаючи її як «здатність бачити все більше й більше традиційних відмінностей (племені, релігії, раси, звичаїв тощо), які неважливі порівняно зі схожістю щодо болю та приниження – здатність думати про людей, які надзвичайно відрізняються від нас самих, як про включених у діапазон «нас». При цьому вразливість, яку, як ніщо інше виявляють війни, вказується як на тригер солідарності. А саме завдяки медіа ця вразливість стає видимою через передачу болю та страждання. Більш прагматичні дослідники пишуть про необхідність враховувати те, що суспільство втомлюється від страждань. Підтвердженням цього може бути й

фіксація зменшення перегляду новин взагалі, що була зафіксована в чотирьох країнах Європи, щоб уникнути «контакту» з інформацією про Україну [23].

Тривалість і складність війни впливає на те, як вона висвітлюється іноземними ЗМІ, як фреймується – яку частину реальності журналісти відбирають для її підсилення, почасти драматизації та демонстрації. В. Сакко та В. Горін (Vittoria Sacco and Valerie Gorin), узагальнивши наробок Й. Галтунга та його сучасних послідовників Д. Дімітрової, Х. Семетко, П. Валкенбург та інших, визначили вісім загальних фреймів, які використовуються у висвітленні війни:

1. Військовий конфлікт: принаймні один компонент історії стосується людських інструментів, аналізу та опису військових операцій і дипломатичних зусиль для війни.

2. Людський інтерес: описує особисті історії про солдатів, бійців, жертв, полонених, біженців, їхні родини та цивільних.

3. Сфера економіки: розповідає про економічні наслідки події для окремих осіб, груп, установ, регіонів або країн.

4. Відповідальність: вказує на приписування відповідальності за причини або вирішення події.

5. Діагностика: принаймні один компонент історії показує причини та мотиви події.

6. Прогностичний: наголос на подальшому розвитку подій і післяреволюційних реконструкціях.

7. Моральний: підкреслює моральні послання, релігійні принципи чи соціальні приписи.

8. Солідарність: містить слова підбадьорення, повідомлення про солідарність, настанови та поради, засновані на минулому досвіді [73].

За В. Гемсоном і А. Моділіані (William A. Gamson and Andre Modigliani), фрейм — це стрижнева ідея тексту, що розкриває суть і зміст основного сюжету інформаційного повідомлення [28]. На те, який фрейм буде обраний, впливають п'ять факторів: соціальні норми та цінності; організаційне

середовище та обмеження; тиск груп інтересів; рутинна журналістська робота; ідеологічні чи політичні орієнтації самих журналістів. Для нас це питання важливе, оскільки фреймування також є способом впливу на суспільне розуміння. Тому ми маємо враховувати, на які фактори можна здійснити вплив, а на які ні, щоб контактувати з іноземною аудиторією у ключі, необхідному Україні. У нашому дослідженні ми звернемо увагу на те, які суб'єктивні чинники при виборі теми визнають журналісти. Розглядаючи теми, які у зв'язку із російсько-українською війною, з'являються, зокрема, на «Чеському радіо», ми, не заглиблюючись до безпосереднього аналізу фреймів та реакції аудиторії на них, спрощено, пунктирною лінією помічаємо подальші дослідження в цьому напрямку.

1.3 Українська тематика та російський вплив у чеському медіапросторі

Тема України в чеських ЗМІ надзвичайно тісно пов'язана з Росією та інтерпретацією подій через схеми, закладені пропагандою країни-агресора. Як зазначалося вище, з початком війни Росії в Україні в Європі питання інформаційних воєн та гібридних загроз безпеці набуло особливої актуальності. Вплив російської пропаганди на розкриття української тематики та протидія дезінформації потребує масштабного та детального розгляду. На кількох наступних сторінках окреслимо найголовніші аспекти. В Чехії цей період пов'язують із появою великої кількості квазі-медіа, чия діяльність стала вельми помітною. Одночасно з цим почалося вироблення механізмів протидії російській інформаційній навалі як суспільними організаціями та професійними об'єднаннями, так і на рівні держави [26; 38; 45]. Варто зазначити, що загалом поняття російсько-української війни для пересічного чеха відносно нове: для багатьох війна почалась не у 2014 р., а саме у 2022 р. Про це докладніше буде проговорено у практичній частині дослідження.

Для подій у Криму та на Донбасі часто використовувалося описове визначення «конфлікт», зокрема, і в науковій літературі. Широкого

розповсюдження набули поняття інформаційна або гібридна війна [59]. Хоча усвідомлення, що гібридна війна – це саме збройний (!) конфлікт, який ведеться шляхом поєднання невійськових і військових засобів з метою використання їх синергетичного ефекту для примушення противника, прийшло згодом: під впливом кількості біженців при отриманні інформації про події в Україні в аудиторії почали включатися такі емоції як співчуття та людяність, формуватися усвідомлення фізичного насилля над українськими громадянами [59].

Протягом останніх восьми років у чеському медіапросторі можна спостерігати дві основні тенденції. По-перше, він став більш розмитим із появою багатьох так званих незалежних медіа-каналів. Їхній розвиток був зумовлений заявами цілого ряду політиків про те, що основним чеським ЗМІ бракує об'єктивності у висвітленні конфлікту. Чеські дослідники та публіцисти висловлювали побоювання, що нові медіа можуть бути використані, як теоретично, так і на практиці, для поширення проросійської пропаганди та дезінформації. І ці побоювання, як доводять численні моніторинги, виявилися обґрунтованими [21; 26; 32; 41; 42; 43; 44; 52].

У практичній частині нашого дослідження ми будемо розглядати висвітлення подій початку війни та початку широкомасштабного вторгнення. Тому звернемо увагу на спостереження щодо тенденцій в чеських ЗМІ цього періоду, ознайомившись із дослідженнями та аналітикою цього часу. Але спочатку декілька слів про здатність чеського суспільства виявляти інформаційні-канали пропагандистів та загальну медіа-ситуацію. У жовтні 2015 р. журналісти професійних ЗМІ опублікували список із 42 чеських і словацьких (спільний список пояснюється тісним соціально-економічним та культурним зв'язком двох держав) новинних порталів, які поширюють російську пропаганду. Ці портали були створені паралельно з ескалацією російсько-українського конфлікту наприкінці 2013 і 2014 рр. [37]. Вони поширюють російські метанаративи і слугують поляризації суспільної дискусії, поширюючи

різноманітні теорії змови, підривають довіру громадськості до засобів масової інформації та органів державної влади в цілому.

З точки зору здатності протидіяти російській пропаганді, чеські ЗМІ можна розділити на чотири види:

1) традиційні: медіа, засновані під час посткомуністичної трансформації, які розрослися до потужних медіа-груп, а також суспільні мовники;

2) інтернет-видання, які з'явилися в період 2012-2014 рр. як реакція на придбання великого медіа-холдингу «Marfa» чеським олігархом, а згодом прем'єр-міністром (2017 - 2021 рр.) та кандидатом в президенти (2022 р.) А. Бабішем, які системно виступають проти впливу російської пропаганди на чеські мейнстрімні ЗМІ;

3) інтернет-ЗМІ, засновані після 2010 р. (тоді відбулися парламентські вибори, які називають чеським «політичним землетрусом»: поразку отримали соцдемократи та комуністи, в парламент зайшли дві нові правоцентристські опартії - прим.) і які стали ареною для немейнстрімних поглядів на політичний і соціальний розвиток, зокрема прийняття наративів російської пропаганди та представлення їх як «альтернативних поглядів».

4) квазіальтернативні інтернет-видання, які претендують на роль простору для альтернативних і непідцензурних поглядів на світ, часто змішаних з теоріями змови. У зв'язку з цим веб-журнали намагаються формувати порядок денний, керуючись «правом на власну думку» і стверджуючи, що державні (суспільні) ЗМІ їх не представляють. Їхній метод аргументації часто використовується при поширенні метанаративів російської пропаганди [37]. .

Отже для прикладу розкриття української тематики звернемо увагу на початок війни – анексію Криму. На сайті idnes.cz (належить до першої категорії, має одну з найбільших відвідуваностей) після проведення так званого «референдума», в більшості матеріалів дії Росії згадувалися нейтрально або з точки зору порушення міжнародного права. Але дослідниця К. Гусакова зафіксувала наратив історичного міфу про Велику Росію [37]. Інше онлайн-

видання Lidovky.cz (на той час належало тому ж самому власнику, що й перше) за досліджуваний період видали три згадки про дискримінацію людей, які живуть на сході України, три згадки про фашистську революцію в Києві та чотири згадки про Україну як про державу, що не відбулася [37]. Незважаючи на посилання на російську точку зору, кілька статей торкалися питання так званої дискримінації російськомовних людей в Україні, а також стверджували, що Росія вимагає права на захист етнічних росіян.

Трагедія в Одесі 2 травня 2014 р. спричинила феєрверк російських наративів, зокрема, про «фашистів Євромайдану», «київські хунту» та «правих радикалів-екстремістів». При чому розповсюджувалися вони через обрання в якості джерела російських агенцій або цитування місцевих жителів. У тих випадках, коли джерелом були самі видання, подібних казусів було менше. Так само науковці фіксували намагання легалізувати сепаратистську владу через використання понять «армія південного сходу», а згодом використання назв «ДНР» та «ЛНР». Висловлювання про «Україну як недодержаву» та про відповідальність США та глобального Заходу за революцію так само з'являлися на сторінках і поважних видань, хоча й у вигляді цитувань представників Росії.

Це свідчить про те, що, принаймні на першому етапі війни у чеських ЗМІ не усвідомлювали всієї серйозності ситуації на інформаційному фронті: до них надходила інформація, викривлена російським поглядом на Україну. І якщо від квазі-медіа цього можна було очікувати в силу їхньої специфіки, то потрапляння російських наративів на шпальти, етери та веб відомих видань викликають жаль: закладені в той час підвалини ставлення до російсько-української війни як до «громадянської» міцні, щоб бути аргументаційною базою для всіх противників підтримки України в Чехії і сьогодні.

Події вищезгаданого періоду змусили чеських урядовців у 2015 р. ухвалити Стратегію безпеки Чеської Республік. Про серйозність ставлення до інформаційної війни, дезінформації та пропаганди в Чеській Республіці свідчить створення у 2017 р. спеціального підрозділу при Міністерстві внутрішніх справ – Центру боротьби з тероризмом і гібридними загрозами

(Centrum proti hybridním hrozbám, далі чеська аббревіатура СНН). З 2022 р. він займається виключно питанням гібридних загроз, у тому числі аналізуючи інформацію, що подається у ЗМІ, з точки зору присутності російських наративів. Наративи є векторами інформаційної дії: повідомлення, що складаються з них створюють однобічну і оманливу картину [19; 36; 44; 75]. Розглянемо, яку ж картину України, створювали чеські квазімедіа, починаючи з перших годин широкомасштабного вторгнення.

Аналітики СНН зафіксували зростання інтересу до подій в Україні та на російському прикордонні з листопада 2021 р., що характерно для всіх ЗМІ. 24 лютого квазімедіа оговтались від шоку за лічені години. Надактивно почав використовуватися наратив про необхідність «денацифікації та демілітаризації України», адже, як переконаний Г. Почепцов, «наративи задають причини військових дій, щоб виправдати їх в очах свого населення та всього світу» [10]. Пізніше також поширювалася дезінформація про нібито неудар російськими військами по цивільних об'єктах, розробки на території України біологічної та ядерної зброї тощо. С. Валлдорф визначав «стратегічні наративи як колективні національні чи публічні історії, які формують чи поєднуються навколо травматичних подій для групи. Ці події розглядаються в екзистенційних термінах як небезпечні для національного типу життя» [78]. Використання цієї особливості наративів добре лягло на тривогу чехів щодо власної соціально-економічної безпеки через повідомлення про «страшних» українських біженців та про неймовірну шкоду, яку нанесе чеському населенню підтримка, в тому числі, і воєнна, що спрямовується Україні.

В СНН пропонують розділяти наративи щодо вторгнення військ Російської Федерації в Україну на три групи:

- 1) наративи, безпосередньо пов'язані з війною в Україні,
- 2) наративи щодо чеської підтримки України,
- 3) наративи щодо імміграції українців до ЄС та Чехії [51; 19].

Загалом, якщо прибрати слово «нарратив» з цього переліку, то він буде майже вичерпно відображати тематику повідомлень чеських ЗМІ щодо України. Те, як вони подаються у традиційніших ЗМІ, вселяє оптимізм.

У травні 2022 р. агенція «Newtonmedia» провела аналіз 117 тис. матеріалів у чеських ЗМІ за перші 11 тижнів після широкомасштабного вторгнення Росії в Україну і прийшла до висновку, що більше, ніж у половині репортажів чеські журналісти неупереджено розповідають про війну [80]. В якості доказу наводиться статистика: у 40 % представники ЗМІ використовували вислови, що ідентифікують Росію як агресора. За словами аналітиків, ЗМІ використовували до п'ятнадцяти різних назв, щоб назвати війну. Найчастіше ЗМІ розповідають про війну чи конфлікт в Україні – ці фрази зустрічаються до 60 % новин. Журналісти використовували слова «російське вторгнення», «російська агресія» або «війна Путіна», тобто ярлики, які чітко ідентифікують нападника. Будь-які інші позначення мають бути сигналом тривоги для читача, а особливо для дослідника. Адже вони є неусвідомленим, в найкращому випадку, маскуванням журналістами справжнього агресора, справжнього винуватця. «Війна асоціацій в Україні тонко просуває ідею про те, що конфлікт насправді має внутрішньоукраїнський характер», – йдеться в аналізі. І наводиться влучний приклад про те, що нікому не прийде в голову говорити «про кампанію вермахту як про “війну в СРСР”» [80].

В аналізованій період в чеському інформаційному просторі присутні новини (хоча їх близько 1 %), де текст робить жертву агресії, тобто Україну, винною. Згідно з аналізом, на це вказує використання таких термінів, як українська війна чи український конфлікт. Менше, як у 10 % новин використовувалися заголовки, які розмивають фокус уваги з агресора, на кшталт «вторгнення в Україну» чи «війна проти України». На думку аналітиків, відсутній у цьому разі прикметник «російський» надає текстам характеру «алібі». «Новина приходить до нас у формі, яка, особливо через вибір слів, уже займає моральну позицію. Одна сторона – окупанти, а інша... “українська армія звільнила села під Харковом”», – коментує мовознавець К. Оліва [72].

Так само про акцентну присутність української тематики та особливості її подання свідчить і частота використанні слів «мігрант» або «біженець». Для Чехії тема біженців взагалі є вкрай гострою, адже вона – одна з Європейських країн, що прийняла найбільшу кількість громадян України після 24 лютого. Саме слова мігрант (migrant) або біженець (běženec) використовують журналісти, коли шукають синонім до терміну біженець (чеською «uprchlík» або при дослівному перекладі українською втікач - прим.). За 11 тижнів війни вони з'явилися в новинах близько 38 тисяч разів. При цьому варто звернути увагу на використання слова «мігрант». Адже по відношенню до українців воно некоректне. Тобто незважаючи на лояльне або позитивне ставлення до українців, що вимушено опинились в Чехії, таке використання синоніму до більш відповідного чеського «uprchlík» свідчить про неповне розуміння ситуації або мовний непрофесіоналізм. Формування хибного уявлення про українців як людей, що шукають в Чехії матеріального добробуту, а не прихистку під час війни, може стати ще одним голосом у просуванні російських наративів, що зв'язують війну та гроші.

Цікавим для аналізу є порівняння поширеності використання слів «солдат» та «цивільний». У матеріалах ЗМІ за перші три місяці після широкомасштабного вторгнення Росії лідирує саме перше слово. Це говорить про передачу журналістами меседжу «Україна та українці справді воюють за свою країну та виборюють право самобутнього існування». Поширеність цих виразів майже зрівнялася лише на початку квітня, коли світ дізнався про звірства в Бучі [80].

Хоча події в Україні та пов'язані з нею новини з закордоння залишаються вельми привабливими для публікації в ЗМІ, їхня кількість зменшується. Найбільше новин про війну в Україні повідомили ЗМІ за другий тиждень – майже 16 тисяч. З того часу число падає, зменшившись наприкінці весни вдвічі. Прикрим є те, що джерелами новин стають не лише авторитетні міжнародні агентства, на кшталт Reuters, але й державні російські агентства – ТАСС або «РІА Новини» [6; 23; 37; 80]. Ця проблема загалом характерна для іноземних

ЗМІ, неодноразово обговорювалася українськими експертами [22]. Російські джерела частіше фігурували в статтях, аніж українські УНІАН та «Укрінформ». Серед інших джерел ЗМІ часто посилаються на газету «Kyiv Independent». Цікавим є факт відносно поширення цитування сайту «Медуза», який в Україні, для прикладу, ініціатива «Як не стати овочем» та аналітикиня Інституту демократії ім. Пилипа Орлика Н. Стеблина визначають як той, що поширює російські наративи [7; 14].

Підсумовуючи вищесказане, зазначимо, що серйозні чеські ЗМІ тяжіють до журналістики миру при висвітленні української тематики, намагаються уникнути впливу російської пропаганди, але, на жаль, жодне ЗМІ повністю не застраховане від використання оманливих понять або неточних формулювань, що відповідають наративам, розповсюджуваним з Кремля. Свою роль наприкінці 2022 р. – на початку 2023 р. зіграла і політична ситуація в Чехії: вибори в Сенат та вибори Президента. У ЗМІ транслуються маніпулятивні висловлювання політиків щодо навантажень на соціальну та економічну сферу Чехії, спричинених біженцями та допомогою нашої державі, а також перспективи прямої участі чехів у можливій війні Росії та НАТО через Україну. Позитивним є намагання громадськості та державних органів влади здійснювати постійний моніторинг та попереджати широку аудиторію про інформаційні небезпеки.

РОЗДІЛ 2

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ТЕМАТИКИ НА «ЧЕСЬКОМУ РАДІО»

2.1 Основні методи та етапи дослідження теми війни

За десять місяців з початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну на порталі «Чеського радіо» опубліковано більше 5 тисяч матеріалів, де згадується Україна: новини, коментарі, інтерв'ю з експертами, репортажі, що виходили на різних станціях мовника. Журналісти фіксують та інформують аудиторію про все: від виступу російського президента, у якому він «легітимізував» напад, та бучанської трагедії до переговорів щодо постачання зброї. Ми узагальнимо та проаналізуємо теми, які найчастіше привертали увагу медійників за допомогою нижче вказаних тем.

Під час розробки теми магістерської роботи були виведені для розгляду наступні дослідницькі питання:

1. Як змінилася кількість та характер журналістських матеріалів, присвячених Україні, на «Чеському радіо»?
2. Якою є тематика матеріалів, які стосуються подій в Україні, на момент підготовки дослідження?
3. Чи можливо та як можна вплинути на характер цих публікацій?

Дослідження ґрунтується на припущенні, що українська тематика тим ширше представлена в чеському ЗМІ, чим гострішими, драматичнішими стають події війни і чим більше вони стосуються буденного життя чехів.

Основним науковим методом для пошуку відповідей на поставлені питання було обрано глибинне інтерв'ю.

Глибинне інтерв'ю (*intensive or in-depth interview*) – це якісний метод дослідження, що «передбачає проведення індивідуальних інтерв'ю з невеликою кількістю респондентів для детального вивчення теми, ставлення респондентів до досліджуваної події» [79, с. 142]. Як наголошує дослідниця Р. Беррі (Rita S.

У. Berry), цей метод отримання інформації використовується, щоб досягти цілісного розуміння точки зору або ситуації [16].

Метод глибинних інтерв'ю дозволяє реагувати на відповіді респондента, ставити уточнювальні запитання та отримувати більш детальну інформацію, а також відкривати для дослідника нові аспекти теми. Можливість «намацати» інші цікаві області для подальших досліджень – одна з його переваг [79; с. 143]. Загальноприйнятими є три види таких інтерв'ю в залежності від їх стандартизованості. Виділяють наступні види:

1) стандартизовані або формальні – ґрунтуються на стандартних питаннях, які озвучуються всім респондентам за чіткою схемою;

2) напівстандартизовані або напівструктуровані – складаються з «обов'язкових» питань для усіх респондентів та варіативної частини (в залежності від ситуації або від респондента можуть ставитися додаткові, уточнюючі питання);

3) неструктуровані або неформальні, або так звана «тематична розмова», в якій в залежності від потреб дослідника та ситуації питання до респондентів будуть відрізнятися.

Невелика вибірка, яка зазвичай застосовується при підготовці інтерв'ю, може бути предметом критики, адже говорити про репрезентативність даних важко. Крім того, є загроза, що інтерв'юер буде недостатньо об'єктивним або просто неуважним, тому відповіді будуть зафіксовані некоректно. Але в нашому випадку можливість отримати детальні пояснення та відкрити нові аспекти проблеми, яку ми розглядаємо, через спілкування з респондентами переважила ці недоліки.

Респондентами стали випускаючі редактори, кореспонденти, що працюють з темою війни в Україні, на «Чеському радіо», оскільки саме ці люди відповідають за концептуальне та щоденне наповнення ефіру або стрічки новин. Запрошення до участі отримали представники регіональних філій, іномовлення, керівники розмовних та розмовно-музичних станції мовника. На запрошення відгукнулись Юлія Стейскалова, шеф-редакторка відділу новин і

публіцистики «Český rozhlas», Лібор Кукал, випускаючий редактор «Rádio Praha International». Алеш Вінклер, завідуючий регіональною редакцією новин «Český rozhlas Brno» (має найбільшу аудиторію серед регіональних станцій «Чеського радіо»), Душан Врбецький, завідуючий регіональною редакцією новин «Český rozhlas Vysočina».

Методом фіксації даних був обраний аудіозапис розмови. На це, а також на використання цитат у роботі респонденти надали дозволу. Їм була надана можливість ознайомитися з питаннями та за бажання надати письмові відповіді. Стандартизована частина складається з трьох блоків: інформації про респондентів (посада, досвід), тематики матеріалів на їхніх хвилях, принципів верифікації інформації, а також наявності або відчуття самоцензури, дотримання журналістської етики (додаток А). Під час особистої бесіди були поставлені додаткові та уточнюючі питання, зокрема, щодо особистого ставлення до російсько-української війни, їхніх думок про висвітлення подій у майбутньому, очікування від можливої комунікації з українськими урядовцями, дипломатами тощо.

Під час спілкування нами була виявлена необхідність уточнення отриманих даних. Для цього було додатково застосовано контент-аналіз матеріалів, що виходили на «Чеському радіо».

Контент-аналіз – це метод, який передбачає систематичну і достовірну фіксацію окремих елементів змісту певної сукупності документів з подальшою квантифікацією (кількісною обробкою) отриманих даних. За допомогою контент-аналізу визначають не лише характеристики документальних джерел, а й особливості всього комунікаційного процесу: соціальну орієнтацію та установки комунікатора (автора тексту); цінності та норми, тиражовані в документах, ефективність їх сприйняття різними типами аудиторій [29].

Практично розрізняють два види контент-аналізу (залежно від характеру викладу змісту тексту): якісний і кількісний. Як одне з перших і найвідоміших визначень контент-аналізу Б. Берельсон висунув наступне: «Контент-аналіз –

це метод дослідження для об'єктивного, систематичного та кількісного опису проявленого змісту комунікації»

Однак підхід Б. Берельсона (відокремлення сенсу змісту від тексту) був розкритикований К. Кріппендорфом, який стверджував, що контент-аналіз не може брати до уваги лише кількісну природу контенту, тексти слід читати та аналізувати на предмет їх значення [29]. Обидва типи контент-аналізу об'єднують те, що вони базуються на чітко сформульованих правилах процедури дослідження. Процедура контент-аналізу дозволяє визначити категорії – ключові дослідницькі поняття, за якими необхідно відсортувати елементи контенту. Вони показують один з аспектів загального напрямку конкретного дослідження документів.

Під час нашого дослідження було виведено наступні категорії:

1) форма або жанр повідомлення (інформація/новина, репортаж, інтерв'ю, аналітика, пряма мова);

2) тема (події на фронті, перспективи України, її невійськові проблеми, пропаганда, гуманітарна допомога, наслідки для Чехії, біженці тощо), ці теми були розбиті на підтеми;

Окрім того, кодувальник, який безпосередньо виконував контент-аналіз, фіксував джерела інформації: чи є ця інформація власною, або її першоджерелом є українське, російське, інше міжнародне ЗМІ. Окремим завданням було поставлено виявлення акторів повідомлення: українських, чеських, російських, європейських урядовців, дипломатів, військових, пересічних громадян тощо. Від кодувальника так само очікувалось визначення характеру матеріалів: інформування (що, де, коли сталось), роз'яснення (матеріали, що робити), аналітика/прогноз/експертна думка (чому відбувається, що буде далі, що відбувається насправді?), коментар/пряма мова (заява посадовця), глибоке інформування (занурення аудиторії).

Складним для постановки завдання було визначення загального настрою або інтенції матеріалів. Це пов'язано із фактором суб'єктивності кодувальника, який через обмежену кількість кодувальників, неможливо повністю усунути.

По-друге, визначення матеріалів лише як «позитивний», «нейтральний», «негативний» так само викликає низку уточнень. Наприклад, позитивний по відношенню до кого? в чому його позитивність? Саме тому був застосований інший поділ: нейтральний (класична новинна інформація); компліментарний, схвальний на адресу України; співчутливий щодо України; критичний щодо України; апокаліптичний для України; компліментарний Росії; співчутливий щодо Росії; критичний до Росії; апокаліптичний для Росії; інше. Він дозволяє краще розуміти емоційний контекст матеріалів про війну, залученість журналістів, а в перспективі й аудиторії. Важливість цього ми обговорювали в попередніх розділах.

При кодуванні кодувальник дотримувався наступних принципів. Одиниця підрахунку у випадку джерел та акторів – перше згадування в тексті. В одному тексті можуть бути більше однієї теми. Але настрої матеріалу може бути різним: наприклад, допускається позначення матеріалу, як такого, що критикує Росію та співчуває Україні. Хоча ці два настрої можуть і не поєднуватися в одному матеріалі. Під матеріалом мається на увазі публікація на сайті irozhlas.cz. На ньому акумулюються матеріали різних станцій, що входять до складу суспільного мовника.

Часовими рамками дослідження були обрані початок війни у 2014 р., початок широкомасштабного вторгнення у 2022 р. та вісім місяців після кожної ключової події. Якщо 24 лютого 2022 р. не потребує додаткових пояснень, то із датою 2014 р. – 16 березня – зробимо декілька уточнень. Події 2013-2014 рр. розвивалися порівняно із подіями 2022 р. менш «ефектно». Розмитість пов'язана із «тихою окупацією».

Але зрештою для 2014 р. датою відліку було обрано день проведення «референдуму» в Криму про приєднання до Російської Федерації, оскільки саме тоді вже можна було офіційно пов'язати Росію із тим, що відбувається. Оскільки ритм подій 2014 р. та 2022 р. неможливо порівняти, то для аналізу були виставлена періодичність в один місяць, відраховуючи від ключової події. Таким чином, це дає можливість порівняти, як «втомлювалися» читачі та

журналісти від війни в Україні, на чому фокусувалися, які інші теми з'являлися в медіапросторі Чехії.

Виконання вищезазначених умов дозволило отримати бажаний результат. Крім цього, провівши глибинні інтерв'ю та контент-аналіз ми, таким чином, здійснили підготовку до аналізу фреймів, що дозволить чіткіше виявити зв'язок між відображенням російсько-української війни та самої України в цей період та реакцією аудиторії, зокрема закордонної.

2.2 Головні засади висвітлення української тематики крізь призму Кодексу «Чеського радіо»

Розглянемо засади, на які спираються кореспонденти та редактори «Чеського радіо» при виборі та розробці тем, які відображені в його Кодексі, та на який вони спираються в щоденній роботі.

24 лютого 2022 р. генеральний директор Чеського радіо Рене Заворал надіслав листа голові Національної суспільної телерадіокомпанії України, у якому висловив підтримку від імені чеського мовника: «Репортери та журналісти «Чеського радіо» з самого ранку невтомно розповідали про вторгнення, загальну ситуацію в Україні та світову реакцію в різних країнах світу. Ми продовжуємо надавати об'єктивне, неупереджене та детальне висвітлення подій у вашій країні. Хочу запевнити вас, що як суспільний засіб масової інформації *ми виконаємо свою місію та забезпечимо слухачів у Чеській Республіці та за кордоном найправдивішою, актуальною та незалежною журналістикою про нищівну атаку на Україну, яка становить загрозу для мир і процвітання в Європі*» [18].

Навіть якщо побіжно переглядати матеріали, що з'являлися в етері станцій «Чеського радіо» та на його порталі, то можна сказати: обіцянку чеські журналісти та редактори виконали. Звичайно, висвітлювалися й болісні, дискусійні питання для України, на кшталт скасування або не-скасування російської культури, заборон, що торкаються «простих росіян», боротьбі з корупцією. Але в цілому виважена редакційна політика сприяла тому, що

інформація, яка потрапляє на хвилі радіо, більше відповідає інтересам не лише українців, а й всіх людей, для кого гуманістичні принципи не пустий звук.

Саме це задекларовано в Кодексі «Чеського радіо». Наші респонденти під час інтерв'ю неодноразово апелювали до Кодексу. У ньому чітко прописані принципи та мета роботи. Зокрема, вказано, що «Чеське радіо» має ґрунтуватися на відкритості, неупередженості та незалежності. Однак воно також повинне виконувати зобов'язання завжди стояти на боці людської гідності, основних прав і свобод людини, а також поваги до природи та культурної спадщини... Метою існування радіо як суспільної служби є надання суспільству захищеного від лобістського тиску джерела інформації, критичних рефлексій, мистецької творчості та розваг... Програма та дії «Чеського радіо» завжди оцінюватимуться також етичними стандартами. «Чеське радіо» виходить з моральних традицій європейського цивілізаційного кола» [49].

Важливим фактором повсякденної діяльності журналістів є й наявність у мовника Комісії з питань етики, роль якої полягає в оцінці роботи «Чеського радіо» як суспільного медіа з точки зору професійної етики та правових стандартів, особливо відповідно до згаданого Кодексу. Наскільки питання етичності діяльності є важливими для «Чеського радіо», свідчить наступний приклад. У червні 2022 р. Комісія з питань етики розглядала звернення приватної компанії до «Чеського радіо» щодо підтримки кампанії з озброєння української армії в ЗМІ (у вигляді роликів). І зрештою винесла наступне рішення: «Комісія з етики ЧР високо оцінила беззастережну підтримку атакованої України, яку «Чеське радіо» висловлює у низці форм, включно з власними благодійними акціями. При цьому вона не рекомендувала медійну підтримку закупівлі зброї у згаданій формі. Комісія з етики ЧР висловила переконання, що підтримка України, зокрема підтримка озброєння української армії, має стати предметом редакційного опрацювання у журналістських форматах» [24].

Один із респондентів, відповідаючи на питання, чи були випадки, коли доводилося контактувати з Комісією, пожартував, що, на щастя, ні. Але попри

жарти всі респонденти згадували Кодекс як документ, яким вони керуються у повсякденній роботі, а Комісію – як орган, оцінка якого дійсно важлива. Тобто наявність діючого та дієвого Кодексу та авторитетної Комісії з етики є запобіжником того, що й російсько-українська війна буде висвітлюватися гідним чином, а журналісти не перетворюють вимоги актуальності та оперативності на балаган.

Зазначимо, що в Кодексі окремо прописане й те, на які теми мають орієнтуватися журналісти та редактори. Точніше, на які потреби суспільства. Наприклад, публіцистичні програми «Чеського радіо» мають пропонувати критичне відображення дійсності, з'ясовувати справжні причини явищ і описувати масштаби наслідків. Наголошується, що під час моніторингу розвитку демократичного суспільства журналістські програми-розслідування присвячуються серйозним порушенням законодавства, корупції та захисту прав та інтересів населення. Програми документального спрямування також стосуються питань навколишнього середовища, етнічних меншин, інвалідів або інших груп, таких як люди похилого віку, люди у складних соціальних ситуаціях або споживачі. «Спектр згаданих програм базується на поточних потребах суспільства, визначених, наприклад, шляхом соціально-демографічних досліджень відомих установ», – говориться в документі [49].

Навіть те, яким чином класифікується та встановлюється порядок інформації в новинних програмах, побіжно дає підстави розмірковувати, чи буде місце українській тематиці в чеському етері і за яких умов. Для загальнонаціональних станцій це регулюється очікуваним впливом на життя жителів Чеської Республіки, для регіонального мовлення – впливом на життя жителів регіону. При цьому наголошується, що «приймаючи редакційні рішення, не можна нехтувати міжнародними впливами та зв'язками, які діють між країнами, континентами чи культурами» [49].

Говорячи про кількість матеріалів про Україну, наші респонденти охарактеризували її як надзвичайну: у лютому 2022 р. вона зросла в декілька разів. І це стосується як загальночеських станцій мовника, так і регіональних.

«До лютого 2022 року кількість дописів, пов'язаних з українською меншиною в регіоні, була досить мізерною, після цієї дати ми висвітлюємо тему війни більш-менш регулярно. З початку війни це було щодня, тепер хоча б раз на тиждень у стримі та майже щодня в новинах. Але це здебільшого про закордонні репортажі про розвиток конфлікту», – зазначив Д. Врбецький, завідуючий регіональною редакцією в Їглові. Як підкреслювалося вище, регіональні станції мають зосереджуватися на подіях, які впливають на життя регіону. Тому вони, наприклад, не дають власний матеріал про обстріли населених пунктів в Україні, але розкажуть, як приймають біженців у конкретному місті чеського регіону. І це важливо мати на увазі для побудови комунікації, але про це згодом.

На думку шеф-редакторки відділу новин і публіцистики «Чеського радіо» Ю. Стейскалової, саме зацікавленість слухачів впливає на кількість матеріалів. І ця зацікавленість зберігається.

Відповідаючи на питання у грудні 2022 р., А. Вінклер, завідувач регіональної редакції новин у Брно і Зліні, поділився спостереженнями, що кількість матеріалів, звісно, змінюється відповідно до розвитку подій: «Сьогодні вони зосереджені на житті біженців у нашій країні, але іноземна редакція все одно наполегливо повідомляє про події безпосередньо з України», – відповів він.

За спостереженнями випускаючого редактора «Radio Prague International» Л. Кукала, українська тема йде з абсолютно превалюючих позицій. Але враховуючи, що на початку вторгнення 75 % новин (за його підрахунками) стосувалися України, то втрати не такі великі. І повністю з інформаційної картини вона не зникне. Ю. Стейскалова впевнена, до поточної ситуації прикуто більше уваги, ніж у попередні роки.

Говорячи про зосередженість на Україні чеських ЗМІ, ми поцікавилися досвідом респондентів та можливістю порівняти сьогоднішню ситуацію з подіями 2014 р. Але через відсутність відповідного досвіду або за давністю подій не всі змогли сформулювати точні відповіді. Спираючись на власні

відчуття та намагаючись згадати особисті переживання, один із респондентів зазначив: «Для дуже багатьох людей не в Україні саме 24 лютого 2022 р. – це дата початку війни, повномасштабної війни. Російська агресія до цього не усвідомлювалася як *справжня, дуже страшна війна*. Під час захоплення Криму не проходила якась подібна “спецоперація”. Так, на Донбасі була військова операція. Але після Мінських угод, після 2016 р. новини про загострення, про перестрілки не здавались справжньою війною – менший масштаб».

Інформація, подана на рис. 2.2.1, дає можливість відстежити, наскільки більше матеріалів, пов'язаних із Україною, в один окремий день було більше у 2022 р., ніж у 2014 р. Наприклад, 24 лютого 2022 р. вийшло у вісім разів більше повідомлень, ніж у день проведення «референдуму» в Криму 16 березня 2014 р. І це якщо не розбирати спецматеріали на окремі повідомлення. Іноді після лютневих подій етер був присвячений повністю Україні. Підкреслимо, що ми не оперуємо в даному випадку абсолютною кількістю матеріалів за кожен день протягом 9 місяців, але загальну тенденцію можна простежити (рис. 2.2.1).

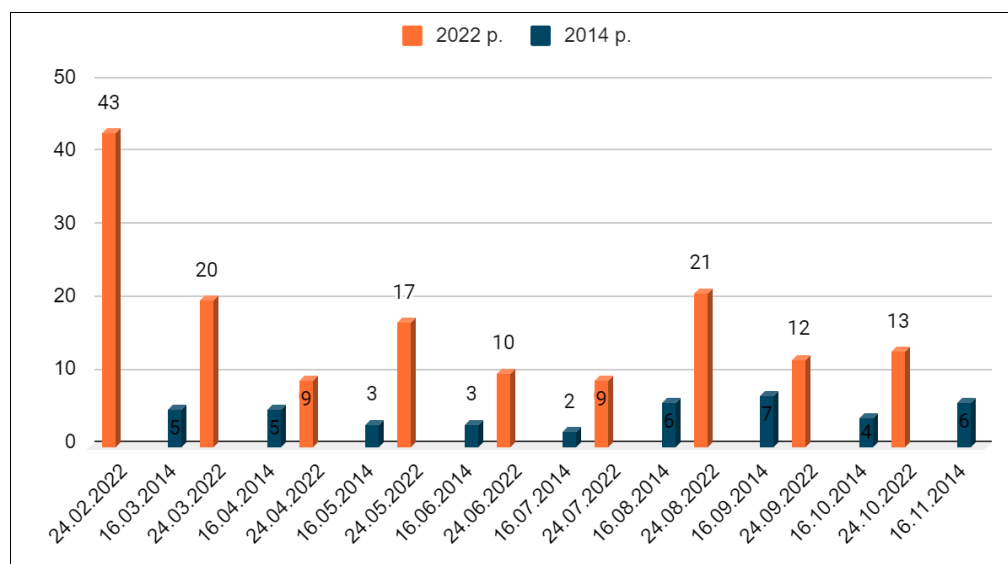


Рис. 2.2.1. Графік «Кількість матеріалів на українську тематику за один день в 2014 р. та в 2022 р.» (портал www.irozhlas.cz).

І швидкість подій, і попит на інформацію про Україну в 2022 р. був надзвичайним. Якщо подивитися на вихід матеріалів безпосередньо 24 лютого,

то перші повідомлення з'явилися в етері майже одночасно із виступом російського президента. За кілька годин вже лунали заяви чеських політиків та експертів, а журналісти працювали й на кордоні з Україною. Протягом доби лише на радіостанції «Radiožurnál», яка є однією з найпотужніших станцій мовника і спеціалізується на новинах та аналітиці, вийшло 12 годинних спецвипусків, присвячених Україні. Протягом цих спецвипусків журналісти розповідали про перебіг подій у містах, що опинилися під вогнем, реакцію чеських та інших європейських, американських політиків, аналізували готовність Чехії прийняти біженців, ввести санкції (21).

Наприклад, вже з перших виступів посадовців можна передбачити, на чому буде акцентуватися увага протягом наступних місяців. Так, наводилися слова міністра внутрішніх справ Чеської республіки Віта Ракушана: «У нас тут є конкретний агресор і конкретна жертва. Росія аргументує, як завжди роблять всі агресори, що вона захищає когось на території іншої держави. І є Україна, яка намагається якось захищатися. У цей момент Україні потрібно дати відчутти, що вона не сама в такій складній ситуації» (16). Крім цього, міністр пообіцяв постаратися забезпечити максимальний інформаційний комфорт, у тому числі створити швидку інфолінію чи електронні адреси (16). (рис. 2.2.2).



Рис. 2.2.2. Скріншот розміщеного на порталі повідомлення, в якому міністр МЗС Чехії Я. Ліпавський заявляє: «Це – війна».

Звичайно, що у 2014 р. динаміка була іншою. Так само, як «ввічливо» розгорталася подія, так і висвітлювалися вони з тими елементами «балансу думок» і «представленням всіх сторін», які за цитованим вище А. Шпринцем, могли зашкодити справжній картині. Наприклад, репортаж з Криму «Деякі журналісти втратили техніку, в іншому референдум у Криму пройшов мирно» від 16 березня 2014 р. (рис. 2.2.3).



Рисунок 2.2.3. Скріншот розміщеного на порталі матеріалу з репортажем з Криму 16 березня 2014 р..

«Я бачив таку агітацію на плакатах, де порівнювали пенсії, соціальні виплати та зарплати в Росії та Україні, і, звісно, це звучало різко на користь Росії», – зазначив власний кореспондент чеського ЗМІ (14).

«Однак багато хто з них керувалися переважно іншими причинами, принаймні так свідчать відповіді севастопольців. «Крим – це частина Росії, а Севастополь – російське (або руське, оскільки чеська мова не розрізняє «російський» та «руський» – прим.) місто. За останні двадцять років сюди переселяли українців із Західної України, щоб нав'язати чужі нам ідеали», – пояснила свої причини Наталія Танцура. Її чоловік, відомий художник Олег Танцура, підтвердив це історичними фактами. «Крим пережив багато трагічних подій, пов'язаних з Великою Вітчизняною війною. Під час оборони Севастополя в 1942 році наші діди зупинили армію Манштейна. Тут полягли

практично всі російські солдати. Люди досі дуже чутливі до цього і ніколи не змирилися з тим, що Крим відійшов до України», – сказав він. За його словами, до влади в Києві прийшли «неонацистські сили». «Ми не можемо з ними помиритися. Севастополь був, є і буде російським... Ми вибрали мир і життя», – цитуються в матеріалі кримчани (14).

Питання, чи повинні були журналісти позначити яким-небудь чином переповідку російських наративів кримчанами, залишимо відкритим. Але в будь-якому разі лапки, які є в друкованому тексті при використанні слів «неонацистські сили», важко передати словом на радіо. А враховуючи фонове слухання, такі речі відкладаються доволі легко. Складно і самим журналістам. Під час одного з глибинних інтерв'ю до нас доєднався редактор новин регіональної станції, який розповів наступне: «Я на початку війни був в Україні та давав звітні матеріали. Мене звинуватили у необ'єктивності, оскільки я не відображав російської точки зору. Об'єктивність, як це не дивно, – поняття суб'єктивне. Ми намагаємося виходити з фактів, які нам відомі в історії цього конфлікту. Шукати, підтверджувати джерелами, критично оцінювати».

Повернемося до прикладу репортажу від 16 березня 2014 р. Адже є й інші проблемні аспекти, які виявилися у наведеному тексті. Ще одна цитата з тієї його частини, де описуються присутні на Майдані люди, що слідкують за перебігом подій в Криму: «Навіть Віктор не киянин. Він *родом із Дніпропетровська*, міста на сході України, де *проживають переважно росіяни* (нагадаємо, що чеська мова не розрізняє “росіянина” та “руського” – прим.). Сам він, кажуть, навчився української лише у зрілому віці. У його родині, яка хоч і була українською, вдома говорили лише російською» (14). Висновок журналістів про те, що в Дніпрі живуть здебільшого росіяни, пояснити важко. І такі припущення були вельми шкідливі. І хоча словами героя репортажу Віктора репортери інформують про наявність у російського президента планів на перетворення Криму на військову базу, але цього зрештою замало, щоб передати всю складність та підводні камені ситуації. Адже ці слова губляться на фоні більш численних та довгих коментарів «щасливих» кримчан. Згодом

ситуація зміниться. У наступному підрозділі ми наведемо приклад, як чеські журналісти прямо вказують на пропагандистські наративи та таврують їх такими.

Звісно, що для українців хотілося б більш емоційного висвітлення подій, але навіть при «спокійному» тоні чітко позначається, хто є агресором у цій війні. Винятком є розмірковування деяких експертів та аналітиків. Для підтвердження розглянемо графіки, у яких ми позначили, які назви використовувалися для позначення конфлікту або процесу в 2014 р. та в 2022 р. (рис. 2.2.4 та 2.2.5).

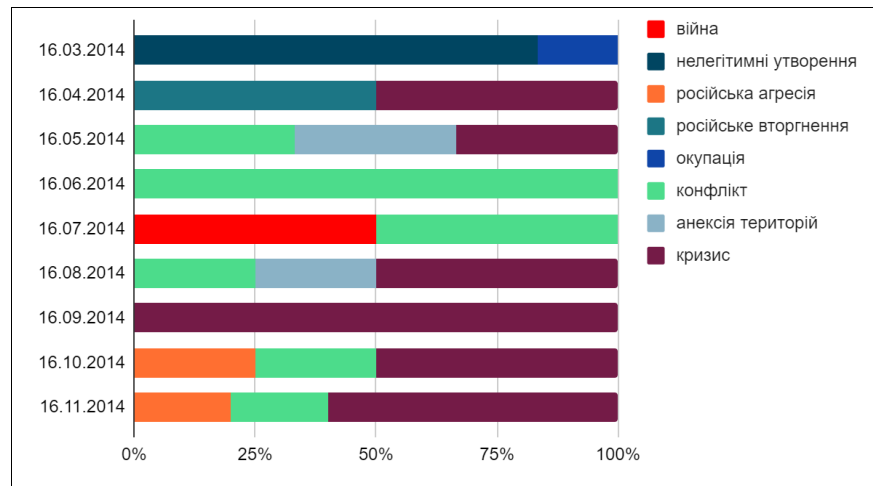


Рис. 2.2.4. Діаграма «Найменування на позначення конфлікту у 2014 р.».

Звернемо увагу, що далеко не одразу журналісти почали визначати події в Криму та сході України як частину російсько-української війни. Визначення подій як війни залежало не від того, хто і коли перетнув кордон, а коли стали з'являтися жертви серед мирного населення. Наприклад, слово війна винесено в заголовок новини, опублікованої на порталі «Чеського радіо» – «Війна на сході України приносить все більше жертв серед мирного населення». У тексті йдеться про те, що «за добу внаслідок бойових дій на сході України загинули понад 20 мирних жителів. Найгірша ситуація в Луганську та Сніжному, де під руїнами розбомбленого будинку загинули 11 людей» (30). Слово «конфлікт»

до подій, коли через бомбардування з літаків руйнуються будинки і гинуть люди, недоречно.

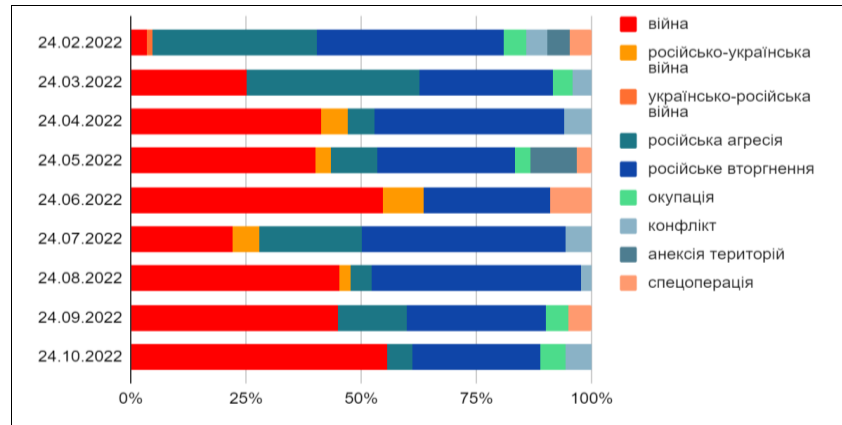


Рис. 2.2.5. Діаграма «Найменування на позначення конфлікту у 2022 р.».

Як бачимо на діаграмі вище, у 2022 р. розуміння подій в Україні саме як російсько-української війни дуже чітке. Зауважимо, що одного разу нами було зафіксовано використання не в цитатах, а в авторському тексті словосполучення «українсько-російська війна». Мова йде про інтерв'ю, що вийшло на радіостанції «Plus» та було розміщено на порталі під заголовком «На сцені змови з'явилися нові або раніше неактивні сервери, каже медіа-аналітик Шлерка» від 24 лютого 2022 р. Але цей випадок можна пояснити прикрою одруківкою, адже він не є системним. Тим більше, що в тексті мова йде про створення веб-інструмента, який відстежує дебати про війну в соціальній мережі Facebook. «Це дає досить гарне уявлення про те, як виглядає риторика частини суспільства, яка вважає, що вторгнення танків у суверенну країну є захистом від нацизму і має призвести до демілітаризації», – пояснював в інтерв'ю один із авторів проєкту, медіа-аналітик Йозеф Шлерка бажання дослідити публікації на тому, що ми визначаємо як маргінальні або квазі-медіа, та їх подальше поширення (13). Отже ставлення до України як ініціатора війни для мовника не характерне. Так само, як і використання слова «спецоперація» відбувається в цитатах.

Наші респонденти заявили, що якихось особливих правил щодо використання синонімів по відношенню до біженців, до військових немає. «Ми

дотримуємося Чеського радіокодексу та Закону про радіомовлення», – заявив А. Вінклер. «У нас немає особливих правил для України, мають діяти стандартні журналістські принципи. Це стосується і мови», – наголошує Ю. Стейскалова.

«Ми дотримуємося загальночинного Кодексу «Чеського радіо» і не маємо іншого спеціального кодексу для української тематики. Для респондентів ми зазвичай використовуємо терміни біженці від війни» “váleční uprchlíci”, “váleční běženci” (біженці від війни), “громадяни України, які втекли від воєнного конфлікту” тощо», – навів приклади Д. Врбецький.

Хоча наші респонденти не підтвердили наявності спеціального словника або внутрішніх тлумачень щодо висвітлення війни, але перегляд матеріалів засвідчує, що іноді журналісти обирають більш зрозумілу слухачам «версію» подій. Наприклад, 24 травня 2022 р. вийшов матеріал, у якому говорилося: «Вже третій місяць триває російсько-українська війна. Її кінця ще не видно» (8). На жаль, на цьому етапі дослідження ми не змогли з'ясувати, чи є це принциповою позицією кореспондента, що підготував матеріал, чи відповідь на уявлення великої кількості пересічних чехів, про яке ми вже згадували, що війна розпочалася лише минулого року. Такі викривлення, навіть у текстах, що емоційно та ідейно можуть відповідати потребам українського суспільства, все ж таки наносять шкоду, оскільки відкривають шпаринки для дезінформації та наративів, якщо не в самих ЗМІ, то у свідомості аудиторії.

2.3 Особливості роботи з джерелами інформації та її верифікація як фактори пріоритетності теми

Одним із факторів, які впливають на те, чи побачить етер певний матеріал, є його верифікація, а значить і наявність підтверджених джерел інформації. Аналіз матеріалів в обрані дати підтвердив те, про що говорили під час інтерв'ю респонденти: перевага надається власним джерелам (рис. 2.3.1 та 2.3.2). Для нас це важливо тому, що обираючи, яким чином розповсюдити

інформацію, потрібно розуміти: між випуском та нею краще, щоб знаходився журналіст. Посилання на пресреліз мало кого цікавить.

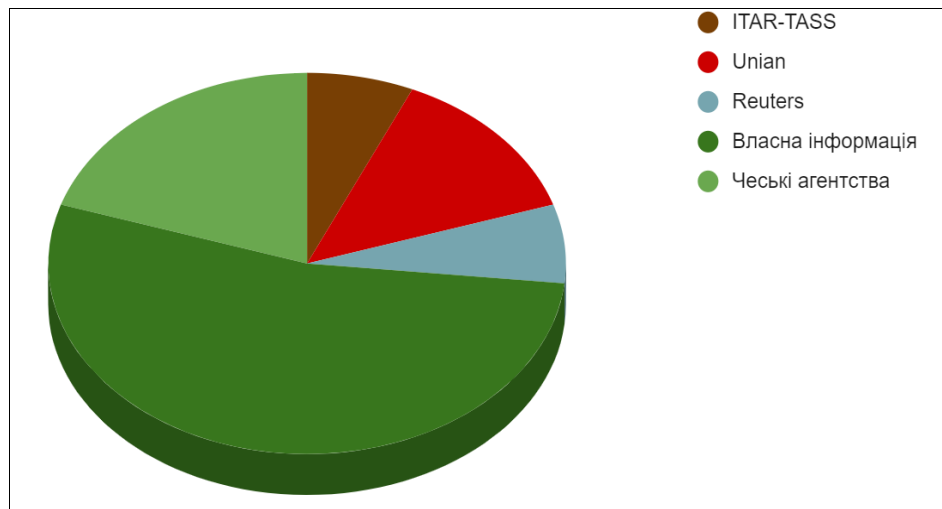


Рис. 2.3.1. Діаграма «Джерела інформації у 2014 р.».

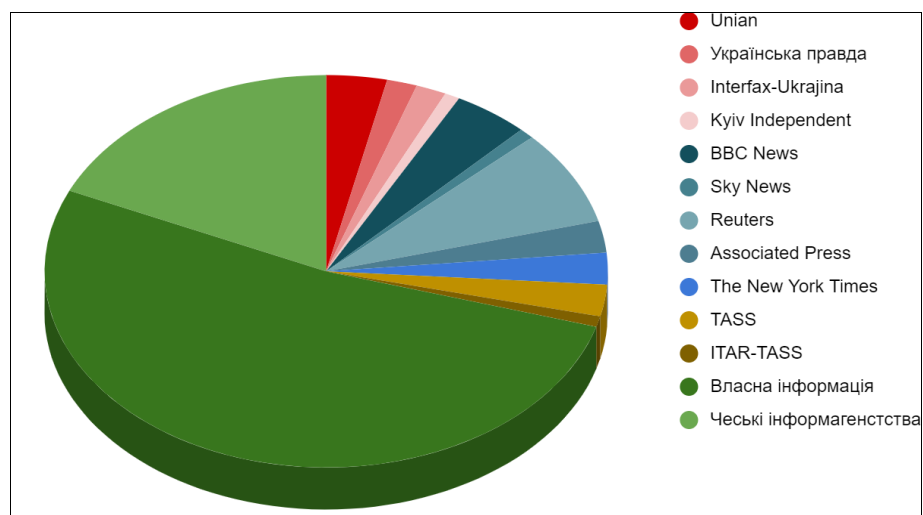


Рис. 2.3.2. Діаграма «Джерела інформації у 2022 р.».

Різницю у кількості джерел можна пояснити тим, що у 2022 р. виходило більше матеріалів, було охоплено більше тем. Зауважимо, що посилання на російські видання допускалися під час цитування російських можновладців або опису подій, що пов'язані з Україною, але відбувалися в Росії. Наприклад, матеріал від 24 серпня 2022 р. «У Росії затримали экс-мера Єкатеринбурга. Опозиційний політик Ройзман розкритикував війну в Україні». Або для новини за місяць – «Росія під час мобілізації змінила генерала тилу. Країна має

проблеми з постачанням військ» (22; 29). Цікаво, що хоча в текстах йде посилання на російський TASS, самі публікації вже на порталі підписані ще й Чеським інформаційним агентством (Česká tisková kancelář).

Яким би гарячим не було повідомлення, якою б актуальною не здавалася тема, редактор будь-якої станції «Чеського радіо» не може випустити інформацію без перевірки. А. Вінклер, відповідаючи на наші питання, заявив, що правила, звісно, завжди однакові, «але ми завжди інформуємо про ситуацію, наприклад про загиблих російських військових чи здобуті території в Україні, з припискою, що ми не можемо перевірити інформацію». Д. Врбецький до прийомів перевірки інформації посилається на «заяви свідків, офіційні протоколи, звернення до органів влади та відповідних організацій».

Ю. Стейскалова прямо посилалася на відповідну статтю Кодексу. Але зауважувала: «Оскільки інколи ми відчуваємо, що на війні інформацію протиборчих сторін неможливо перевірити, ми завжди повинні попереджати слухачів/читачів, що інформація не перевірена».

У вже згадуваному Кодексі зазначається, що на те, чи потрапить інформація до етеру, впливає можливість її перевірити. Ст. 6.9. Кодексу «Чеського радіо» говорить про те, що воно «може транслювати новини, перевірені принаймні двома надійними та взаємно незалежними джерелами, лише у випадку інформації, офіційно оприлюдненої державними органами та установами, буде достатньо одного офіційного джерела, якщо з обставин не зрозуміло, що інформація є помилковим або неточним. «Чеське радіо» на договірних умовах отримує службу новин від відомих агентств, які відповідають за правдивість і правильність своєї інформації. Якщо немає очевидних причин сумніватися в інформації в звіті або якщо немає очевидної помилки, редактор не зобов'язаний перевіряти кожне повідомлення агентства, отримане «Чеським радіо». У разі виникнення найменших сумнівів щодо правильності даних агентства, редактор зобов'язаний негайно перевірити таку інформацію щонайменше з двох незалежних джерел» [49].

«На початку вторгнення ми намагалися знаходити джерела й в інтернеті. Робили перехресні перевірки. Але це скоріше підхід окремого редактора. У нашому регіональному випадку ми маємо справу з інтерв'ю, зі свідками, з учасниками. На початку це були розповіді біженців: що сталося, від чого вони тікали, з якими труднощами вони сюди діставалися, що там залишилося, звідки вони виїхали. Ми висвітлювали діяльність місцевих органів, які надавали допомогу. Ми не говорили про війну, ми говорили, як вона вплинула на наш регіон», – розповів Д. Врбецький.

У контексті нашої роботи питання джерел та перевірки інформації цікавить, у першу чергу, через те, що одним із побіжних механізмів є створення умов для отримання інформації власними кореспондентами (які мають пріоритет і в матеріалах, від яких найбільше зацікавлені редактори), надання їм надійних джерел, щоб тема або бачення теми знайшли своє висвітлення. Пошук нових джерел – частина роботи журналіста. Але, на думку А. Вінклера, вельми корисними були б колаборації з українськими медійниками для консолідації та співпраці: «Тоді б залежало не лише від міжособистісних зв'язків. Рамки та відкритість наших двох сторін потрібно постійно розширювати», - говорить він. Л. Кукал, у свою чергу зазначив, що деякі теми не розкриваються широко або майже не представлені, адже немає або подій, або немає інформації про ці події, тобто джерел, тих, хто повідомив про подію, наприклад, культурну.

Згідно з твердженням Ю. Стейскалова, говорячи про контакти з українськими органами державної влади, місцевого самоврядування, військовими, дипломатичними установами, хоча, з одного боку, «це була стандартна співпраця з джерелами, однак дістатися до відповідних офіційних джерел (високопосадовців) стає дедалі важче». На її думку, «як і в будь-якому конфлікті, існує велика конкуренція ЗМІ». Хоча зацікавленість ЗМІ в Україні має «заспокоювати», але в розрізі стратегічних комунікацій наша держава не повинна займати пасивну позицію.

Під час глибинних інтерв'ю для нас було важливим отримати відповідь на питання, чим керуються респонденти, обираючи, які матеріали почує

аудиторія щодо України. «Почуття і потреби людей. Ми постійно намагаємося нагадувати, що насильство – це не шлях», – відповів А. Вінклер. Його колега з Височини Д. Врбецький заявив про «релевантність/актуальність, інтерес, користь і вплив на регіон [...]. Має бути елемент актуальності, перевірений факт. А також врівноваженість та об'єктивність – очевидність, що впливає з Кодексу «Чеського радіо». Ми найбільше зосередилися на історіях. *Емоції продаються найкраще*», – відверто розповів Д. Врбецький.

Шеф-редакторка відділу новин і публіцистики «Чеського радіо» Ю. Стейскалова наголосила: «Якомога більше автентичності. Ми віддаємо перевагу свідченням людей на місці (особливо нашого військового кореспондента), постійному усвідомленню того, що ми маємо справу з пропагандою війни, турботі про те, щоб зберегти точну картину, але не скочуватися до того, щоб було занадто багато опису насильства».

Наскільки події 2022 р. *ближче* до чехів, можна судити і за інтенсивністю, і за тематикою висвітлення перебігу подій.

Ю. Стейскалова виділила чотири великі блоки тем: *ситуація на полі бою, ставлення західних союзників до допомоги, політика чеського уряду щодо допомоги Україні, становище біженців у Чехії*.

А. Вінклер на аналогічне питання відповів, що «у такій безпрецедентній події, як вторгнення Росії в Україну, всі теми важливі [...]. Мене, як споживача інформації, цікавлять щоденні події на фронті. З позиції керівника регіональної редакції мене цікавлять теми життя українців тут, форми допомоги, служіння їм, але й нашим громадянам», – представляє він і особисту, і професійну позицію. Д. Врбецький наголошує, що робота на регіональній станції накладає свій відбиток: «в основному, особисті історії біженців війни, допомога біженцям, добровільна чи інституційна, сімейна інтеграція». Тобто, як зазначалось у попередніх розділах, вже за відповідями респондентів можна побачити тенденцію до гуманізації тематики та тяжіння до особистих історій людей.

Нижченаведені діаграми дають можливість порівняти, які теми та підтеми потрапляли до поля зору журналістів у цей час (рис. 2.3.3 та 2.3.4).

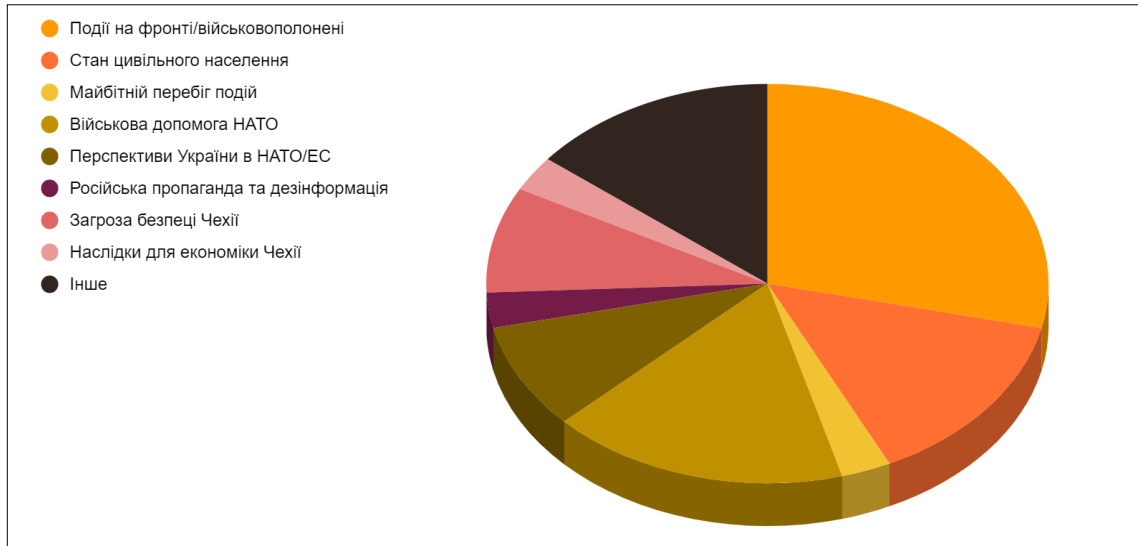


Рис. 2.3.3. Діаграма «Теми, які висвітлювалися в 2014 р. (обрані дати березня-листопада)».

Як бачимо протягом 9 місяців після «референдуму» в Криму, який став точкою відліку «офіційної» анексії півострова, чехам надавали інформацію про те, що відбувається на Донбасі, обговорювався стан, у якому опинилися цивільні люди, перспективи членства України в НАТО та ЄС, а також наслідки для Чехії. Навіть у тій невеликій вибірці, що ми отримали, звучало газове питання та питання дезінформації, яка розповсюджується російськими джерелами. Наприклад, 16 вересня 2014 р. в етер вийшов матеріал «Українська криза є аргументом для завершення атомної станції у Темеліні», у якому журналісти досліджують питання, винесене в заголовок. Зокрема, наводяться слова міністра промисловості та торгівлі Я. Младака про «можливу кризу, яка загрожує переважно Балканам у разі припинення поставок газу через Україну», а також про те, що «атомна енергетика може допомогти збалансувати залежність від російського газу» (25).

У цьому матеріалі не просто звучить тема України як транзитера газу, а як країни, що перебуває в конфлікті, а також відчутна інша тема – наслідки

російської агресії для Чехії та інших країн Європи. Тут ще не є очевидною, але вже окреслюється перспектива «замерзання» через російську агресію проти України: конфлікт поступово стукає, якщо не в двері, то у батареї.

Досить відмінним від 2014 р. є тематичний зріз 2022 р. (рис. 2.3.4).

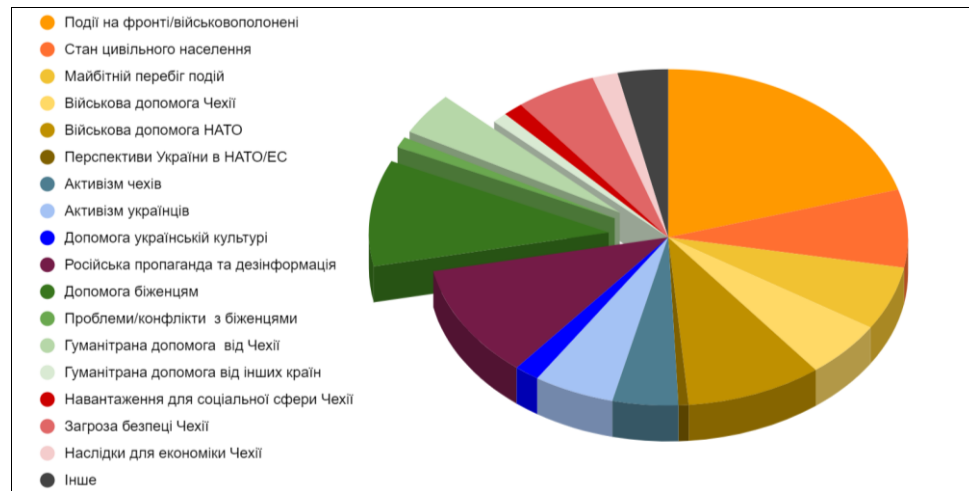


Рис. 2.3.4. Діаграма «Теми, які висвітлювалися у 2022 р. (обрані дати лютого-жовтня)..»

Перше, на що необхідно звернути увагу, це присутність, порівняно з 2014 р., теми біженців. Вона розкривається, щонайменше, у двох підтемах та стосується ще однієї великої теми: допомога біженцям, проблеми з ними та наслідки для Чехії.

Ми можемо висловити припущення, що на присутність України в інформаційному полі впливає два фактори. Перший – це солідарність або співчуття до громадян, на чію країну напали. І другий – відчуття наслідків. Проблема стала «домашньою»: її впустили у свій побут, буквально у своє житло, надавши його біженцям. Розглянемо цю тему глибше.

2.4 Напрямки висвітлення теми українських біженців журналістами «Чеського радіо»

Для того, щоб зрозуміти, наскільки тема біженців важлива та всеохоплююча для Чехії, познайомимося з даними офіційних органів. За

інформацією Міністерства внутрішніх, справ більше 473 000 українських біженців отримали тимчасовий захист у Чехії з 24 лютого 2022 р. (5). Більше половини з них зробили це в березні, після чого місячні показники переважно впали. З країн, які не є сусідами України, Чехія є однією з тих, де перебуває найбільше українських біженців. Виключно за кількістю виданих віз, Чеська Республіка приймає відносно найбільше біженців (точніше 43 на 1000 жителів). При цьому місцеві експерти часто проводять паралелі з війною в Чечні, наголошуючи, що «військові методи подібні тим, до яких зараз вдаються російські війська в Україні, тобто, серед іншого, масовані бомбардування цивільних об'єктів, призвели не лише до приблизно півмільйона переміщених осіб у цій північнокавказькій республіці, а й до десятків тисяч жертв» (26).

У 2014-2015 рр., якщо мова заходила про біженців, то частіше в контексті подій на Близькому Сході, зокрема, Сирії, та загальноєвропейської реакції на них.. У тодішньому контексті тема мігрантів та біженців була дуже болісною для чеського суспільства. Як згадують наші респонденти з регіональних станцій «Чеського радіо», головне місто краю Височина (одного з регіонів Чеської республіки) Їглава прийняла декілька десятків сирійців. Їм надали прихисток, допомогу, у тому числі, через громадські організації, але їх присутність не була такою помітною в повсякденному житті жителів міста. Фактично відбувався лише віртуальний контакт під час читання або прослуховування новин про обговорення «квот» на біженців в ЕС, або під час намагання громадських діячів, митців, активістів привернути увагу до проблеми (новина в етері «У Лівані як у пастці. Історії сирійських біженців у малюнках» від 29 травня 2014 р.) (18).

Цікавим для аналізу є поєднання теми біженців з Близького Сходу та України в одному повідомленні. Наприклад, репортаж з кордону України та Словацької республіки «Біженці з України до Словаччини поки що не прямують» від 27 лютого 2014 р. (1). Прикметною є дата виходу в ефір. Як відомо, в ніч на 27 лютого парламент та уряд Криму захопили російські спецпризначенці без знаків розрізнення і вивісили над ними свої прапори.

«Напружена ситуація в Україні незабаром може торкнутися зовнішнього кордону Євросоюзу. Словаччина має одну з найкоротших і найкраще охоронюваних ділянок. Сто кілометрів лінії кордону з Україною здебільшого всіяні сучасною технікою та безліччю поліцейських патрулів. Поки нічого екстраординарного там не відбувається, але вплив українських біженців залишається одним із можливих сценаріїв», – попереджають журналісти в репортажі, посилаючись на прикордонників. – «Найчастіше поліцейські в горах ловлять сомалійців чи грузинів. Тут, здається, ніхто не знає про українську кризу, а українців поки що втікає дуже мало. Але країни Вишеградської четвірки не сприймають це питання легковажно і хочуть допомогти одна одній у разі масового напливу біженців з України» (1). Як бачимо, мови про підготовку до великого напливу українців, які бажають потрапити до Чехії, немає.

У березні 2014 р. інформація про українських біженців здебільшого фігурувала в спростуваннях ООН щодо масштабної втечі російськомовних українців з країни (новина в ефірі радіостанції «Radiožurnál» від 6 березні 2014 р.: «В ООН не підтвердили факт масової втечі російськомовного населення з України», або при обговоренні кількості біженців, яка все ж таки приїхала до країн ЄС (7). Але масовим це явище не було, тому здебільшого мова йшла про трудових мігрантів (18; 26).

У 2022 р. ситуація змінилася кардинально. Майже з перших годин широкомасштабного вторгнення почали з'являтися новини, як уряд та місцева влада готуються приймати біженців із України (2). 25 лютого на радіостанції «Plus» вийшов одночасно і показовий, і не мейнстрімний коментар А. Рихлікової, авторки порталу «A2Iarm», основним тематичним спрямуванням якого є економічні та соціальні відмінності, форми расизму та дискримінації, внутрішня та зовнішня політика, фемінізм та права меншин. Він був опублікований під заголовком: «Біженці, ласкаво просимо! Чи близькість війни зламає ненависне ставлення Чехії до біженців?» (23). «Політики раптом говорять зовсім по-іншому і закликають до солідарності з українцями-

біженцями. Це правильно, і наш обов'язок допомогти цим людям. На жаль, для тих із нас, хто виступав за солідарність і допомогу людям, які її потребують, у будь-який інший час, навіть у випадку людей із Сирії, Єгипту чи Афганістану, нинішні заклики до людства здаються досить нещирими, – констатує коментаторка. – Людство не повинно так легко залежати від місця походження страждаючих, – говорить вона про “привілейований” стан біженців з України. – Це має бути таке ставлення, на яке ми можемо підписатися майже будь-коли. На жаль, у Чехії, країні, де вже давно відсутня «внутрішня солідарність» (сильніші зі слабшими, багатші з бідними), такі речі просувати дуже важко» (23). Як бачимо, це перегукується з тими науковими публікаціями, у яких ставився під сумнів однаковий підхід в країнах Європи до конфліктів на Близькому Сході та Україні.

Потрібно мати на увазі, що тема біженців надзвичайно тісно пов'язана з іншою – темою наслідків для Чехії. Вже перше опитування, проведене 24 лютого 2022 р., показало, що чехи також бояться негативного впливу збройних конфліктів на їх життя: «88 % респондентів побоюються, що український конфлікт негативно вплине на їхнє життя... Найбільше бояться зростання цін, але їх також хвилює довготривале бойове зіткнення з жертвами. Дві третини чехів без проблем приймають усіх людей, які тікають від військового конфлікту. З іншого боку, 25 % не згодні з прийомом біженців», – говориться в тексті, оприлюдненому «Чеським радіо» (19).

Звичайно, що така благодатна тема стала родючим полем для російських фейків, маніпуляцій та дезінформації, адресованих як самим громадянам України, так і громадянам Чеської республіки. Наприклад, представник новинного порталу «Romea.cz» Зденек Ришавий розповідав про поширення дезінформації про ромів-біженців (31). «Через кілька днів після окупації України російськими військами ми помітили, що серед ромів почали поширюватися різні містифікації та маніпулятивні повідомлення, що, звісно, вплинуло на їхній погляд на конфлікт. На початку в основному поширювалася дезінформація про те, що в Україні правлять неонацисти і що існує багато

дискримінації та расизму щодо ромів. І з цієї причини Росія туди втрутилася. Була й одна з причин, яку повторювала сама Росія – те, що вона *денацифікує Україну*, – розповів він журналістам. – Наприклад, з'явилися фотографії ромських жінок, прикутих до стовпів, зі твердженням, що так українські неонацисти поводитися з ромськими жінками, які тікали з місць, постраждалих від війни. Ми намагаємося спростувати всі ці абсолютно неправдиві новини або новини в іншому контексті чи в іншому часовому проміжку. Це, звичайно, складно, тому що ці фейкові новини мають великий вплив» (рис. 2.4.1.).

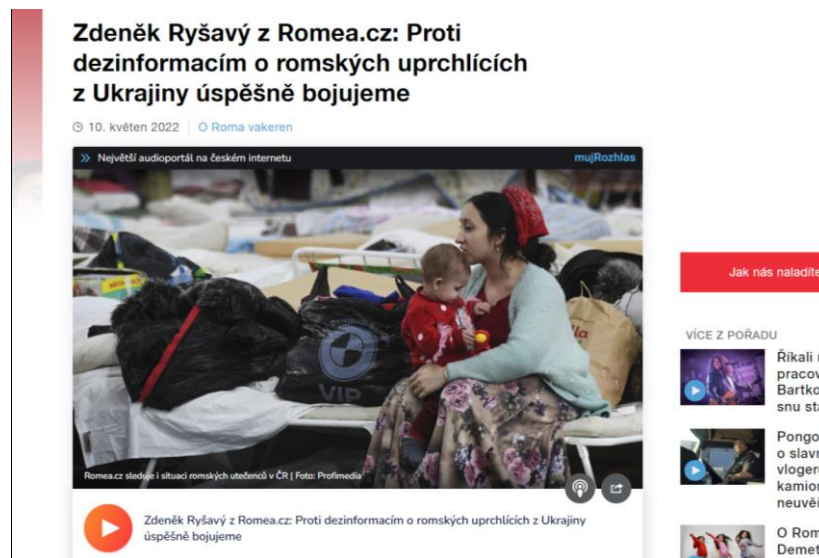


Рис. 2.4.1. Скріншот розміщеного на порталі інтерв'ю 16 травня 2022 р. про поширення дезінформації серед ромів.

Для розуміння контексту зазначимо, що українських біженців і українських біженців-ромів не завжди ототожнюють. На різних рівнях обговорюються можлива наявність у других угорських паспортів і здійснення ними так званого «соціального туризму». Це клеймо «соціальний турист», «баласт», «обуза» деякі чеські політики і велика кількість квазі-медіа намагаються поставити на всіх біженців, навіть на тих, хто має законні підстави перебувати в Чехії і всіма силами стати на ноги (9; 12).

Якщо повідомлення перших місяців після широкомасштабного вторгнення були присвячені вирішенню термінових питань: наданню віз, соціальної та медичної допомоги, створенню умов принаймні для

короткострового перебування, освіти дітей, то з часом тема розвивалася. Оскільки влітку-восени стало зрозуміло, що військові дії затягуються, то журналісти зосередилися на розробці таких тем, як працевлаштування, підвищення рівнів доходів біженців, оскільки велика кількість працює за найнижчими гонорарами, вирішення бюрократичних проблем (відмови у наданні соціальної допомоги, візи). Залишається високим «попит» на теми інтеграції – вивчення чеської мови, отримання освіти школярами, дошкільниками, студентами та дорослими.

Медійники «Чеського радіо» не лише розповідають про українських біженців у різних контекстах, але й створюють контент безпосередньо для них. Як розповів наш респондент Л. Кукал, «Radio Prague International», яке забезпечує закордонну трансляцію «Чеського радіо», вже з початку березня кожного дня (з літа кожного дня) випускає подкаст під назвою «Новини про Українців у Чехії». Подкаст виходить українською мовою і містить практичну інформацію для українських біженців на території Чехії. «Українці – це багаточисельна аудиторія, але дезорієнтована. Ми це розуміли, тому рішення про запуск подкасту було ухвалено дуже швидко. 7 березня вийшла перша програма. Для нас це не наша типова цільова аудиторія, своєрідне ноу-хау мовлення іноземними мовами. Але ми відчували, що це дуже важливо. Ми бачили за статистикою відвідуваності, що багато було відвідувань і з України, і з Польщі. Тобто люди їхали або збиралися їхати, і за нашими матеріалами оцінювали ситуацію», – вважає Кукал.

«У додатку mujrozhlaz.cz є папка Dlia Ukrainevcu, є українські казки, міні-словник, щотижневий десятихвилинний подкаст Новини для українців у Чехії, також цей подкаст є на сайті english.radio.cz. Певний час це були щоденні новини на загальнонаціональних станціях «Radiožurnál» і «Plus» – орієнтованих на новоприбулих українців», – розповіла Ю. Стейскалова. Бажання чеських журналістів створювати спеціальний контент для українців важливо, оскільки це надзвичайний канал комунікації, щоб підтримувати додатковий зв'язок і не втратити тисячі людей за кордоном.

З тим, як подається тема біженців, тісно пов'язане обґрунтування їхнього перебування в Чехії. Це відбувається через матеріали, що розкривають такі теми, як події на фронті та стан цивільного населення. Ці дві теми надзвичайно переплетені між собою в матеріалах власних кореспондентів мовника, адже в репортажах вони описують, те що бачать, а бачать обстріляні села та міста. Так само, як у розгорнутих матеріалах про біженців багато прямої мови від самих українців, так і в цих репортажах є місце не лише враженням самих кореспондентів, але й волонтерів, активістів, тих, хто допомагає, і тим, кому допомагають. Наприклад, у репортажі «Пакети з олією, м'ясними або рисовими консервами. Частина українців залежить від гуманітарної допомоги» від 18 червня 2022 р. М. Доразін розповідає про це словами офіцера Артура, котрий безпосередньо передає допомогу жителям Бахмута, і місцевої жительки пані Люди. «Пані Люда показує, що в неї в сумці. Є олія, консерви м'ясні, рибні, рис і червонокочанна капуста. Це польська їжа. Не тільки вона, а й інші люди кажуть, що вони дуже якісні та дуже смачні. Така допомога сюди надходить не вперше. Пані Люда висловлює велику подяку за гуманітарну допомогу у вигляді продуктових наборів», – говориться в репортажі (6). Тобто теми подій на фронті, стану цивільного населення, гуманітарної допомоги різних країн розкривається словами безпосередніх учасників. Тож, побіжно, розглянемо, хто є основними героями матеріалів на «Чеському радіо» (рис. 2.4.2 та 2.4.3).

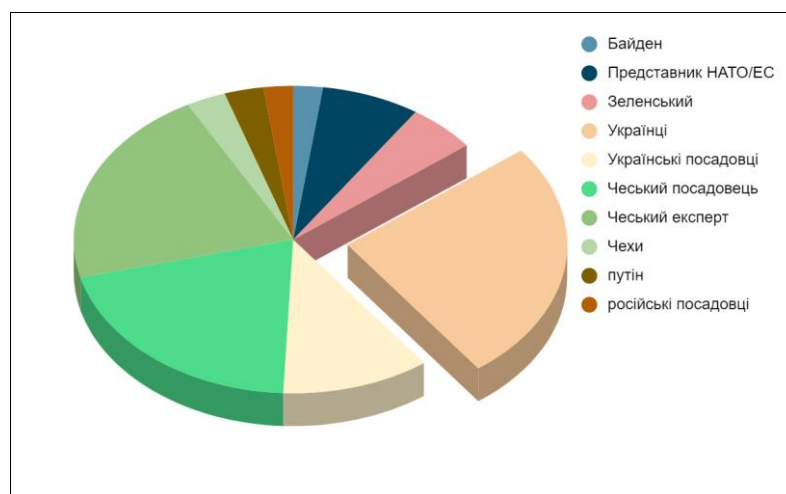


Рис. 2.4.2. Діаграма «Герої журналістських матеріалів за лютий-жовтень 2022 р.».

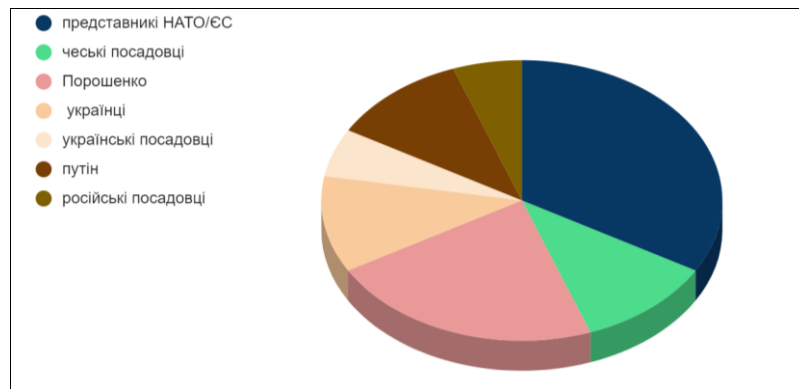


Рис. 2.4.3. Діаграма «Герої журналістських матеріалів за березень-листопад 2014 р.».

Враховуючи, що йдеться про Чехію, і, відповідно, присутність чеських посадовців та експертів у матеріалах очевидна, можна побачити що у великій кількості матеріалів головними героями є пересічні українці. Саме через їхні історії подаються розповіді про події на передовій, військові злочини росіян тощо (рис. 2.4.4.) (28).



Рис. 2.4.4. Скріншот матеріалу власного кореспондента мовника про передачу гуманітарної допомоги від чехів.

«Українська тематика дуже емоційна жива. В основі трагічні події, драматичні історії. Ми здійснюємо спробу подавати матеріали поглядом конкретної людини, якої це стосується», – говорить Л. Кукал. «У Кодексі написано, що ми маємо бути незацікавленими та об'єктивними. Не знаю, наскільки ми формуємо ставлення аудиторії таким чином... скоріше

інформуємо. Хоча це може теж формування. Головне, щоб інформація, яка виходить від нас, мала реальну основу» – наголошує Д. Врбецький.

Хоча журналісти мають утримуватися від емоцій, звичайно, що у виборі тематики, виборі слів, якими описуються події та їхні учасники, підбором героїв матеріалів формуються певні настрої, виявляються інтенції автора. На діаграмах нижче видно, що загальний настрій матеріалів змінився: додалося більше співчуття та солідарності з українцями (рис. 2.4.5 та 2.4.6).

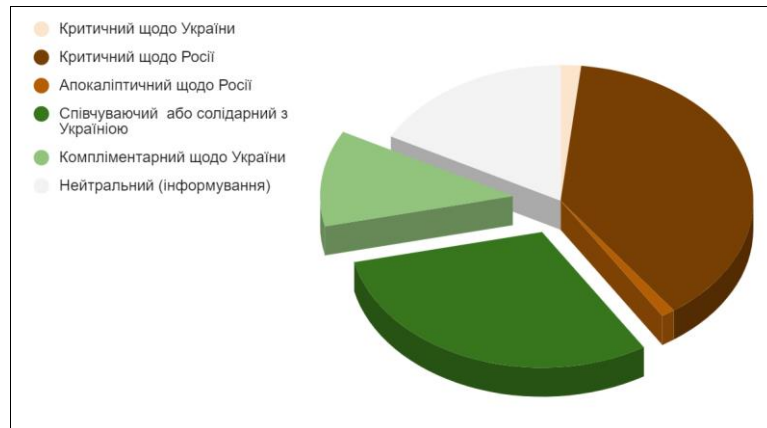


Рис. 2.4.5. Діаграма «Інтенціональне спрямування журналістських матеріалів за лютий-жовтень 2022 р.».



Рис. 2.4.6. Діаграма «Інтенціональне спрямування журналістських матеріалів за березень-листопад 2014 р.».

Підсумовуючи результати глибоких інтерв'ю та аналізу повідомлень про Україну на «Чеському радіо», можемо зазначити, що кількість матеріалів значно збільшилася, якщо порівнювати 2014 р. та 2022 р. Журналісти

намагаються подавати матеріали про Україну здебільшого через особисті історії, якщо мова не йде про офіційні заяви. У центрі уваги чотири великі теми: ситуація на полі бою, ставлення західних союзників до допомоги, політика чеського уряду щодо допомоги Україні, становище біженців у Чехії. Російсько-українська війна «наблизилась» до чехів через сотні тисяч біженців. Матеріали передають великий спектр емоцій та настроїв: від солідарності з українцями до стурбованості про вплив на власне життя. Журналісти та редактори, працюючи за Кодексом «Чеського радіо», перш за все орієнтуються на потреби своєї аудиторії: вона має бути належним чином поінформована про те, що відбувається, і що може відбутися, адже значна кількість матеріалів присвячена не лише репортажам, а й коментарям експертів.

ВИСНОВКИ

Опрацювання теоретичних джерел і медіаматеріалів із теми дослідження, напівструктурованих глибинних інтерв'ю з представниками основних підрозділів «Чеського радіо» і моніторингів ЗМІ незалежних громадських організацій та експертних установ, дозволило нам прийти до наступних результатів.

У ході дослідження нами були опрацьовані теоретико-методологічні праці зарубіжних і вітчизняних учених, розглянуті поняття «медіатизація війни», «журналістика конфлікту», «журналістика миру», «наратив». У журналістиці миру одним із пріоритетів є надання можливості аудиторії почути «звичайні» голоси. Від журналістики конфліктів та криз її відрізняє акцент саме на індивідуальних акторах. Російсько-українська війна, до того як збройний компонент не став превалюючим, згадувалася насамперед як гібридна війна з акцентом на інформаційному протиборстві. З цим тісно пов'язане поняття «медіатизації війни»: чим більше ЗМІ «вбудовуються» у війну, тим простіше її легалізувати у свідомості мас.

Як і в багатьох інших країнах, для чеського медіапростору характерне посилення російської пропаганди. Після 2014 р. була зафіксована поява великої кількості квазі-медіа, здебільшого інтернет-сторінок. На противагу цьому, у країні створено Центр боротьби з тероризмом і гібридними загрозами, який постійно проводить моніторинг ЗМІ. З початку широкомасштабного вторгнення росії в Україну ним були виявлені три групи наративів: пов'язані безпосередньо з війною (бойовими діями); щодо чеської підтримки, а також щодо імміграції українців до ЄС і конкретно до Чеської Республіки. Незважаючи на їхнє активне просування, чеські журналісти висвітлюють війну, чітко позначаючи агресора або принаймні називаючи війну війною, а не розмитим «конфліктом».

При аналізі інформаційно-комунікативної функції «Чеського радіо» в національному середовищі ми враховували той факт, що серед радіомовників

воно має найбільшу аудиторію та високий рівень довіри. У Кодексі «Чеського радіо» чітко прописані мета та принципи його діяльності. Мовник має бути захищеним від лобістського тиску джерелом інформації. У структурі мовника є радіостанції, що працюють на територію всієї Чехії, регіональні станції та іномовлення. Завдяки цьому він контактує з надзвичайно широкою аудиторією.

За оцінками респондентів глибинних інтерв'ю, найбільш вагомими тематичними блоками, що представлені на «Чеському радіо» стосовно України, є ситуація на полі бою, ставлення західних союзників до допомоги, політика чеського уряду щодо допомоги Україні, становище біженців у Чехії. Це підтверджується й даними контент-аналізу новин, коментарів, інтерв'ю, репортажів, що прозвучали в етері і були розміщені на порталі «Чеського радіо» в березні-листопаді 2014 р. та лютому-жовтні 2022 р. Варто враховувати, що російсько-українська війна тривалий час не сприймалася війною. Для багатьох опитаних вона, навіть при усвідомленні політично-військових реалій, розпочалася саме з початком широкомасштабного вторгнення. В аналітичних матеріалах за 2022 р. можна зустріти фрази «три місяці війни» тощо.

Особливо помітними є зміни в деталях розкриття теми та підтем, що стосується біженців. У 2014 р. українці розглядалися в контексті більшої проблеми – загальної кількості біженців, що прибувають до країн ЄС, в тому числі з Близького Сходу. Наразі, говорячи про біженців з України, журналісти розповідають не лише про стан речей, описують реальні історії людей, але й протидіють російській пропаганді, спростовуючи фейки, спрямовані як на чехів, так і на українців. Для задоволення попиту на інформацію на «Чеському радіо» були запущені подкасти українською мовою, а на порталі та сховищі аудіофайлів створені тематичні розділи. При розробці тем і підготовці конкретного матеріалу важлива наявність достовірних джерел. Перевага надається власній інформації від кореспондентів. Як і в більшості країн з розвинутими журналістськими стандартами, для «Чеського радіо» є

характерним відхід від елітних акторів і зосередження уваги на громадянах та громадських діячах.

Характер матеріалів переважно співчутливий і компліментарний, або нейтральний по відношенню до України. Кількість нейтральних повідомлень зменшилася, а кількість тих, де критикується Росія (словами експертів, посадовців або пересічних громадян) збільшилася порівняно із досліджуваним періодом 2014 р. Редактори враховують зацікавленість аудиторії в емоціях: саме через живі історії окремих людей розкриваються масштабні події життя всієї України.

Незважаючи на величезну підтримку, яку Україна отримала 24 лютого 2022 р., тривалість війни не йде на користь: кількість матеріалів у закордонних ЗМІ поступово знижується, хоча й має безпрецедентно високий рівень. Під час глибинних інтерв'ю респонденти – редактори і журналісти провідних чеських медіа – окреслили фактори збереження перебігу російсько-української війни на порядку денному. Головний – зацікавленість аудиторії. Важливими є інтенсивність подій на фронті, вплив на чеське суспільство.

Люди схильні до когнітивних викривлень: вважати, що навколо них більше тих, хто поділяє їхню думку. Тому обґрунтовано корелювати кількість та характер матеріалів в ЗМІ з підтримкою без додаткових досліджень важко. Як зазначалося вище, аналіз показав невелику присутність в етері «Чеського радіо» виступів українських експертів, і одночасно велику присутність історій пересічних українців. Тому варто, на нашу думку, створити перелік експертів на рівні відповідних міністерств, за допомогою дипломатичних установ або громадських організацій та надати його чеським медіа, що дозволило б з українського боку пояснювати та коментувати складні питання – з теперішнього порядку денного, з культури, історії тощо. У чеських журналістів немає прямого обов'язку шукати, яким чином українська тематика впливає і чому цікава чеській аудиторії. Профільні відомства або спеціалізовані інформаційні центри мають розробити доступні відповіді на питання «чому важливо підтримувати Україну? який зиск підтримувати Україну?», адже

російська пропагандистська машина, незважаючи на видимий програш, не облишає намагань через квазі-медіа та маргінальні сторінки в соцмережах маніпулювати суспільною думкою. Ці відповіді повинні передаватися вустами українських експертів, медіа-персон, під час піар-кампаній, спрямованих на формування іміджу нашої країни. Респонденти, котрі брали участь у глибинних інтерв'ю, висловлювали думки про налагодження додаткових зв'язків із офіційними українськими інституціями і медіаспільнотою.

Прямий вплив або тиск на характер матеріалів, пов'язаний з Україною, уявити неможливо. Журналістська свобода працівників «Чеського радіо» захищена, в тому числі, і відповідним кодексом. І загалом мовник знаходиться під прискіпливою увагою громадськості та опозиційних політичних сил, які очікують, що ніхто і ніщо не зможе використовувати етер на свою догоду.

Вельми важливими для налагодження комунікації є моменти дипломатії «від людини до людини». На думку іноземних дослідників, «народна дипломатія», «м'яка сила» України вельми дієві. Тим не менше, викликає стурбованість позиціонування нашої держави: дослідження, які проводилися в 2021 р., показали, що тема корупції, економічних невдач присутня в ЗМІ. Варто пам'ятати, що величезна кількість українців перебувають за кордоном. Чим довше біженці знаходяться в Чеській Республіці, тим більше вони адаптуються та інтегруються. Тому вельми важливо не втратити з ними зв'язок, адже одночасно вони є сотнями тисяч «побутових» дипломатів. З новоутвореними, але ще не формалізованими громадськими організаціями, що їх об'єднують, потрібно налагоджувати зв'язки. Розробка таких механізмів потребує подальших досліджень. Так само, як і якісного моніторингу іноземних медіа для того, щоб вчасно виявити втому від солідарності з українцями та запобігти цьому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бейнс П. Програти на інформаційному фронті – програти на полі бою. Як Путін втратив Захід, а Зеленський завоював. URL : <https://speka.media/viina/prograti-na-informaciiinomu-fronti-prograti-na-poli-boyu-yak-putin-vtrativ-zaxid-a-zelenskii-zavoyuvav-9xk3dp> 24 травня 2022 23:45 (дата звернення: 20.11.2022).
2. Берегельський А., Полтавець Т. Україна у фокусі іноземних ЗМІ (1–15 лютого 2019). *Громадська думка про правотворення*. 2019. № 4 (169). С.20–32. URL : <http://nbuviar.gov.ua/images/dumka/2019/4.pdf> (дата звернення: 20.10.2022).
3. Берегельський А., Полтавець Т. Україна у фокусі іноземних ЗМІ (1–31 жовтня 2020 р.) *Громадська думка про правотворення*. 2020. № 18-19 (203-204) грудень. С. 30–42. URL : <http://nbuviar.gov.ua/images/dumka/2020/4.pdf> (дата звернення: 20.10.2022).
4. Берегельський А., Полтавець Т. Україна у фокусі іноземних ЗМІ (7 – 31 січня 2021 р.) *Громадська думка про правотворення*. 2021. № 3 (208). С. 23– 44. URL : <http://nbuviar.gov.ua/images/dumka/2021/3.pdf> (дата звернення: 20.10.2022).
5. Берегельський А., Полтавець Т. Україна у фокусі іноземних ЗМІ (1 – 30 квітня 2021 р.). *Громадська думка про правотворення*. 2021. № 9 (214). С. 25–46. URL : <http://nbuviar.gov.ua/images/dumka/2021/9.pdf> (дата звернення: 20.10.2022)..
6. Буцко Д. Чого західні медіа не розуміють про російсько-українську війну? URL : <https://detector.media/infospace/article/198697/2022-04-28-chogo-zakhidni-media-ne-rozumiyut-pro-rosiysko-ukrainsku-viynu/> (дата звернення: 25.09.2022).
7. Дослідження: наскільки опозиційні публічні росіяни та медіа є корисними для України в інфополі. URL : <https://inforules.com.ua/critics-of-putin-research> (дата звернення: 26.11.2022).

8. Кужель Р. Методологія проведення моніторингу ЗМІ. URL : <https://rm.coe.int/168047688d> (дата звернення: 15.09.2022).
9. МакМіллан М. Канадська дослідниця: Українці виграють інформаційну війну. URL : <https://dw.com/uk/kanadska-doslidnytsia-ukraintsi-vyhraly-informatsiinu-viinu-a-61062736/a-61062736?maca=uk-Twitter-sharing> (дата звернення: 10.08.2022).
10. Почепцов Г. Не читайте чужих наративів. URL : <https://ukrinform.ua/rubric-society/3596443-ne-citajte-cuzih-narativiv.html> (дата звернення: 10.09.2022).
11. Почепцов Г. Теорія комунікації. Київ : Видавничий центр «Київський університет», 1999. 308 с. (дата звернення: 10.09.2022).
12. Почепцов Г. Г., Чукут С. А. Інформаційна політика : навчальний посібник. 2-ге вид., стер. Київ : Знання, 2008. 663 с. (дата звернення: 10.09.2022).
13. Різун В. Теорія масових комунікацій. Київ : Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с. (дата звернення: 10.09.2022).
14. Стеблина Н. Чи транслює Meduza наративи російської пропаганди? URL : <https://detector.media/kritika/article/201487/2022-08-01-chy-translyuie-meduza-naratyvy-rosiyskoi-propagandy> (дата звернення: 15.08.2022).
15. A new nation brand was born. 2022. *Bloom Consulting Journal*. URL : <https://bloomconsulting.com/journal/a-new-nation-brand-was-born/> (Last accessed: 18.09.2022).
16. Berry, Rita S. Y. Collecting data by in-depth interviewing. URL : <https://angelfire.com/nb/ba1199/lesson016/indepth.htm> (Last accessed: 14.08.2022).
17. Couldry N. Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New media & society*. 2008. 10 (3). Pp. 373–391. DOI: 10.1177/1461444808089414 <https://core.ac.uk/download/pdf/16379446.pdf> (Last accessed: 14.10.2022)..
18. Český rozhlas vyjádřil podporu veřejnoprávní vysílací společnosti Ukrajiny (UA:PBC). URL : <https://informace.rozhlas.cz/cesky-rozhlas-vyjadril->

podporu-verejnopravni-vysilaci-spolecnosti-ukrajiny-uapbc-8688816 (Last accessed: 19.09.2022).

19. Dezinformační narativy k Ukrajině. URL : <https://mvr.cz/chh/clanek/dezinformacni-narativy-k-ukrajine.aspx> (Last accessed: 09.09.2022).

20. Digital News Report 2022 by Reuters Institute for the Study of Journalism and University of Oxford. URL : <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022> (Last accessed: 29.10.2022).

21. Dva světy. Jak vidí válku na Ukrajině čtenáři českého Sputniku. URL : <https://mvr.cz/chh/clanek/dva-svety.aspx> (Last accessed: 15.10.2022).

22. Dyczok M. Ukraine's Information Warriors. *The Journal of Democracy* by The Johns Hopkins University Press. URL : <https://journalofdemocracy.org/ukraines-information-warriors> (Last accessed: 14.08.2022).

23. Eddy K., Fletcher R. Perceptions of media coverage of the war in Ukraine. URL : <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/perceptions-media-coverage-war-Ukraine> (Last accessed: 14.09.2022).

24. Etická komise ČRo upozornila na otázky spojené se syntézou řeči (30. červen 2022). URL : <https://informace.rozhlas.cz/eticka-komise-cro-upozornila-na-otazky-spojene-se-synte-zou-rci-8779306> (Last accessed: 17.08.2022).

25. Fengler S., Kreutler M., Alku M., Barlovac B., Bastian M., Bodrunova S., Brinkmann J., Dingerkus F., Hájek R., Knopper S., Kus M., Láb F., Lees C., Litvinenko A., Medeiros D., Orlova D., Ozolina L., Paluch A., Radu R., Zguri R. The Ukraine conflict and the European media: A comparative study of newspapers in 13 European countries. *Journalism*. 2018. DOI : 10.1177/1464884918774311. URL : https://researchgate.net/publication/325174591_The_Ukraine_conflict_and_the_European_media_A_comparative_study_of_newspapers_in_13_European_countries/citations (Last accessed: 17.10.2022).

26. Fungování českých dezinformačních a manipulativních webů. URL : <https://europeanvalues.cz/cs/fungovani-ceskych-dezinformacnich-webu> (Last accessed: 17.10.2022).
27. Galtung J. Peace by Peaceful Means: Peace and Conflict, Development and Civilization. DOI : <https://dx.doi.org/10.4135/9781446221631> (Last accessed: 17.10.2022).
28. Gamson W. A., Modigliani A. Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*. 1989. Vol. 95, No 1. Pp. 1-37 URL : <https://ssc.wisc.edu/~oliver/SOC924/Articles/GamsonMediaAJS.pdf> (Last accessed: 11.10.2022).
29. Hájek M. Čtenář a stroj – Vybrané metody sociálněvědní analýzy textů. 2014. URL : <https://tinyurl.com/2v4k97fk> (Last accessed: 11.08.2022).
30. Hall S. 'Encoding/Decoding', Ch. 10 in Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe and Paul Willis (eds). *Culture, Media, Language*. London : Hutchinson, 1980. Pp. 128–38. URL : <https://people.southwestern.edu/~bednarb/media-culture/articles/hall-encoding.pdf> (Last accessed: 11.10.2022).
31. Hjarvard S. Doing the right thing. *Nordicom Review*. DOI : 33.1 (2012): 27-34 (Last accessed: 02.10.2022).
32. Hlas lidu z Twitteru : Jak Sputnik využívá «veřejné mínění» ze sociálních sítí. URL : <https://mvcr.cz/chh/clanek/hlas-lidu-z-twitteru-jak-sputnik-vyuziva-verejne-mineni-ze-socialnich-siti.aspx> (Last accessed: 02.10.2022).
33. Hoskins A., Shchelin, P. The War Feed: Digital War in Plain Sight. *American Behavioral Scientist*. 2023. 67(3). P. 449–463. URL : <https://doi.org/10.1177/00027642221144848> (Last accessed: 02.10.2022).
34. Hoskins A., O'Loughlin B. War and Media: The Emergence of Diffused War. 2010. URL : https://researchgate.net/publication/271014446_War_and_Media_The_Emergence_of_Diffused_War (Last accessed: 02.10.2022).

35. Hoskins A, O'Loughlin B. Arrested War: The Third Phase of Mediatization. *Information Communication and Society*. 2015. DOI : 18.10.1080/1369118X.2015.1068350. URL : https://researchgate.net/publication/280918430_Arrested_War_The_Third_Phase_of_Mediatization (Last accessed: 02.10.2022).
36. How Czech Quasi-Media Reacted to the Demonstration on 3 September 2022 in Prague. URL : <https://mvcr.cz/chh/clanek/how-czech-quasi-media-reacted-to-the-demonstration-on-3-september-2022-in-prague.aspx> (Last accessed: 15.10.2022).
37. Husáková K. Postup českých médií v období ukrajinské krize. Brno, 2016 [cit. 2023-01-26]. URL : <https://theses.cz/id/jd18rn/> (Last accessed: 15.10.2022).
38. Hybridní válka jako nový fenomén v bezpečnostním prostředí Evropy. *Pro Informační centrum o NATO*. Praha, Ostrava : Jagello, 2000, 2015. 16 s. URL: http://data.idnes.cz/soubory/na_knihovna/59A151006_M02_016_20151005-HYBRIDNI-.PDF (Last accessed: 15.10.2022).
39. Islam S. Saifee M. Western Media and the Ukrainian War. 2022. URL : https://www.researchgate.net/publication/365368232_Western_Media_and_the_Ukrainian_War (Last accessed: 15.10.2022).
40. Jak česká kvazi-mediální scéna přebírá kremelské oficiální propagandistické i dezinformační narativy – případ webu Infokurýr. URL : <https://mvcr.cz/chh/clanek/jak-ceska-kvazi-medialni-scena-prebira-kremelske-oficialni-propagandisticke-i-dezinformacni-narativy-pripad-webu-infokuryr.aspx> (Last accessed: 01.10.2022).
41. Jak česká kvazi-mediální scéna přebírá kremelské oficiální propagandistické i dezinformační narativy – případ webu Nová republika. URL : <https://mvcr.cz/chh/clanek/jak-ceska-kvazi-medialni-scena-prebira-kremelske-oficialni-propagandisticke-i-dezinformacni-narativy-pripad-webu-nova-republika.aspx> (Last accessed: 01.10.2022).
42. Jak česká kvazi-mediální scéna přebírá kremelské oficiální propagandistické i dezinformační narativy – případ webu AC24. URL :

<https://mvcr.cz/chh/clanek/jak-ceska-kvazi-medialni-scena-prebira-kremelske-oficialni-propagandisticke-i-dezinformacni-narativy-pripad-webu-ac24.aspx> (Last accessed: 01.10.2022).

43. Jak jsme v Česku začali budovat obranný val proti nepřátelskému vlivu Kremli (Як ми в Чехії почали будувати оборонний вал від ворожого впливу Кремля). URL : <https://europeanvalues.cz/cs/jak-jsme-v-cesku-zacali-budovat-obranny-val-proti-nepratelskemu-vlivu-kremlu> (Last accessed: 01.10.2022).

44. Jak kvazi-mediální scéna reflektovala invazi vojsk Ruské federace na Ukrajinu a šířila propagandu Kremli v monitorovaném období od 24. února do 23. Dubna. URL : <https://tinyurl.com/5bj34fxv> (Last accessed: 01.10.2022).

45. Jak si Kreml kupuje vliv v Evropě – report Bezpečnostní centrum Evropské hodnoty (Як Кремль купує вплив у Європі). URL : <https://europeanvalues.cz/cs/fungovani-ceskych-dezinformacnich-webu> (Last accessed: 01.10.2022).

46. Kaempf S. The ethics of soft war on today's mediatized battlespaces. *Soft war: the ethics of unarmed conflict*. Edited by Michael L. Gross and Tamar Meisels. Cambridge, United Kingdom : Cambridge University Press, 2017. Pp. 104-118. URL : <https://doi.org/10.1017/9781316450802.010> (Last accessed: 01.10.2022).

47. Kaempf S. Russia: A Part of the West or Apart from the West? 2010. Reprints and permissions: URL : <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0047117810377372> (Last accessed: 01.10.2022).

48. Kaempf S. The mediatization of war in a transforming global media landscape. *Australian Journal of International Affairs*. 2013, 67:5, 586-604. DOI: 10.1080/10357718.2013.817527 (Last accessed: 01.10.2022).

49. Kodex «Českeho rozhlasu». URL : <https://rada.rozhlas.cz/kodex-ceskeho-rozhlasu-7722382> (Last accessed: 01.10.2022).

50. Konspirační rámování ruské agrese vůči Ukrajině na české kvazi-mediální scéně. URL : <https://mvcr.cz/chh/clanek/konspiracni-ramovani-ruske>

agrese-vuci-ukrajine-na-ceske-kvazi-medialni-scene.aspx (Last accessed: 01.10.2022).

51. Kremelské dezinformace o masakru v ukrajinské Buči na české kvazi-mediální scéně. URL : <https://mvcr.cz/chh/clanek/kremelske-dezinformace-o-masakru-v-ukrajinske-buci-na-ceske-kvazi-medialni-scene.aspx> (Last accessed: 01.10.2022).

52. Kvazi-mediální reflexe demonstrace ze dne 3. září 2022. URL : <https://mvcr.cz/chh/clanek/kvazi-medialni-reflexe-demonstrace-ze-dne-3-zari-2022.aspx> (Last accessed: 01.08.2022).

53. Lee S.T. A battle for foreign perceptions: Ukraine's country image in the 2022 war with Russia. Place Brand Public Dipl, 2022. URL : <https://doi.org/10.1057/s41254-022-00284-0> (Last accessed: 01.10.2022).

54. Lynch J. Peace journalism: Theoretical and methodological developments. *Global Media and Communication*. 2015, Vol. 11(3) 193–199. DOI: 10.1177/1742766515606297. URL : https://researchgate.net/publication/283828285_Peace_journalism_Theoretical_and_methodological_developments (Last accessed: 01.10.2022).

55. McQuail D. *Communication Theory*, 6 edition, SAGE, 2010. 632 pp. (Last accessed: 15.10.2022).

56. MacMillan M. *War: How Conflict Shaped Us*. Penguin Canada, 2020. 312 pp. (Last accessed: 15.10.2022).

57. Manipulativní narativy o postavení Ruské federace v geopolitickém prostoru. URL : <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/manipulativni-narativy-o-postaveni-ruske-federace-v-geopolitickem-prostoru.aspx> (Last accessed: 12.10.2022).

58. Medializace konceptu banderovců na české kvazi-mediální scéně. URL : <https://mvcr.cz/chh/clanek/medializace-konceptu-banderovcu-na-ceske-kvazi-medialni-scene.aspx> (Last accessed: 12.10.2022).

59. Měřička J. *The Information War in Ukraine as a Part of the Military Strategy*. DOI 10.3849/2336-2995.31.2022.01.021-03. URL :

<https://vojenskerozhledy.cz/kategorie-clanku/ozbrojene-konflikty/informacni-valka-na-ukrajine> (Last accessed: 12.10.2022).

60. Miltner P., Waldherr A. Themenzyklus der Kriegsberichterstattung: Ein Phasenmodell. *Publizistik*. 2013. № 58. S. 267-287. DOI: 10.1007/s11616-013-0180-2 (Last accessed: 10.10.2022).

61. Mohanty R. I. Restraint, an Intolerable Alternative to the Excitement of War? URL : <https://fairobserver.com/politics/restraint-an-intolerable-alternative-to-the-excitement-of-war> (Last accessed: 10.10.2022).

62. Morse T. Mediatized war and the moralizing function of news about disruptive events. URL : <https://doi.org/10.1177/146488491769386> (Last accessed: 10.10.2022).

63. Norris R., Merloe P. Media monitoring to promote democratic elections: an NDI handbook for citizen organizations. URL : https://ndi.org/sites/default/files/Media%20Monitoring%20To%20Promote%20Democratic%20Elections_EN.pdf (Last accessed: 10.10.2022).

64. Nye J. S. Eight lessons from the Ukraine War. URL : <https://www.chinausfocus.com/peace-security/eight-lessons-from-the-ukraine-war> (Last accessed: 29.09.2022).

65. Nye J. S. Public Diplomacy and Soft Power. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. № 616(1). Pp. 94–109. URL : <https://doi.org/10.1177/0002716207311699> (Last accessed: 29.09.2022).

66. Orgeret K. Introduction. Conflict and Post-Conflict Journalism. *Journalism in Conflict and Post-Conflict Conditions*. Nordicom : University of Gothenburg, 2016. URL : <https://diva-portal.org/smash/get/diva2:935872/FULLTEXT01.pdf> (Last accessed: 15.08.2022).

67. Peleg S. Peace Journalism through the Lens of Conflict Theory: Analysis and Practice. 2006. URL : https://researchgate.net/publication/264725593_Peace_Journalism_through_the_Lens_of_Conflict_Theory_Analysis_and_Practice (Last accessed: 15.08.2022).

68. Radiožurnál zališaється найбільш слуханим, Blaník потіснив Evropa 2 Nejposlouchanější zůstává Radiožurnál, Blaník předstihla Evropa 2, результати опитування 2-й та 3-й квартал 2022 року. URL : <https://mediar.cz/nejposlouchanejsi-zustava-radiozurnal-blanik-predstihla-evropa-2> (Last accessed: 19.10.2022).

69. Radiožurnál zališaється найбільш слуханим радіо, Pohoda має тисячу слухачів Nejposlouchanějším rádiem zůstává Radiožurnál, Pohoda má tisíc posluchačů, результати опитування 4-й квартал 2021 р. та 1-й квартал 2022 р. URL : <https://mediar.cz/nejposlouchanejsim-radiem-zustava-radiozurnal-pohoda-ma-tisic-posluchacu> (Last accessed: 15.08.2022).

70. Ronfeldt D., Arquilla J. Whose Story Wins: Rise of the Noosphere, Noopolitik, and Information-Age Statecraft. Santa Monica, CA: RAND Corporation, 2020. URL : <https://tinyurl.com/4d82338z> (Last accessed: 15.08.2022).

71. Ruská agrese proti Ukrajině. Jan Šír a kolektiv Recenzovali: Mgr. Jefim Fištejn Mgr. David Svoboda, Ph.D. Vydala Univerzita Karlova, Nakladatelství Karolinum Redakce Františka Jirousová Grafická úprava Jan Šerých Sazba DTP Nakladatelství Karolinum První vydání Univerzita Karlova, Jan Buchar, David Emler, Jurij Fjodorov, Kateřina Hamatová, Nikola Karasová, Jakub Kučera, Michal Lebduška, Václav Lídl, Olga Lukešová, Jiří Pondělíček, Vojtěch Raiman, Mychajlo Samus, Matěj Sviták, Karel Svoboda, Jan Šír, Luboš Švec, Univerzita Karlova Nakladatelství Karolinum, 2017. URL : <https://tinyurl.com/2a8trfa6> (Last accessed: 29.07.2022).

72. Ruská invaze, nebo ukrajinský konflikt? Označení války odráží postoj novinářů, ukazuje analýza Російське вторгнення чи український конфлікт? (Навіювання ярликів війни відображає ставлення журналістів, показує аналіз). URL : <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/3490232-ruska-invaze-nebo-ukrajinsky-konflikt-oznaceni-valky-odrazi-postoj-novinaru-ukazuje> (Last accessed: 09.08.2022).

73. Sacco V., Gorin V. Mediatized Conflict and Visual News Framing: How Swiss Audiences React to News Images from the Syrian War. Middle East Journal of

Culture and Communication. 2017. 10. P. 204-233. DOI: 10.1163/18739865-01002007 (Last accessed: 10.09.2022)..

74. Štětka V. Digital News Report 2022, Czech Republic. URL : <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/czech-republic> (Last accessed: 10.11.2022).

75. Středoevropská identita jako součást protizápadního narativu na kvazi-mediální scéně. URL : <https://mvcr.cz/chh/clanek/stredoevropska-identita-jako-soucast-protizapadniho-narativu-na-kvazi-medialni-scene.aspx> (Last accessed: 10.10.2022).

76. The Institute on War and Peace Reporting: Guidelines for Peace Reporting. URL : <https://ijnnet.org/en/story/guidelines-peace-reporting> (Last accessed: 09.10.2022).

77. Vyvracíme hoaxy, které se šíří mezi lidmi prchajícími z Ukrajiny. URL : <https://mvcr.cz/chh/clanek/vyvracime-hoaxy-ktere-se-siri-mezi-lidmi-prchajicimi-z-ukrajiny.aspx> (Last accessed: 15.09.2022).

78. Walldorf C., William Jr. Narratives and War. *International Security*. 2022. Vol. 47, No. 1. Pp. 93–138. URL : https://doi.org/10.1162/isec_a_00439 ukrajinu (Last accessed: 09.11.2022).

79. Wimmer R. D., Dominick J. R. (). Mass media research: an introduction, (9th ed.). Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, 2000. URL : https://saleemabbas2008.files.wordpress.com/2013/02/1353087914-wimmer_dominick_mass_media_research_2011.pdf (Last accessed: 10.11.2022).

80. Zájem českých médií o ruskou invazi na Ukrajinu (Інтерес чеських ЗМІ до російського вторгнення в Україну). URL : <https://newtonmedia.cz/zajem-ceskych-medii-o-ruskou-invazi-na-ukrajinu> (Last accessed: 10.11.2022).

ДОДАТОК А

Питальник для представників «Чеського радіо», що беруть участь у глибинному інтерв'ю

Інформація про респондента

1. Ім'я та прізвище
2. Посада
3. Досвід роботи

Тематика та кількість матеріалів

1. Які теми щодо подій в Україні ви б виділили у ваших матеріалах?
2. Як змінились кількість матеріалів та їхнє тематичне спрямування, починаючи з лютого 2022 року? Наприклад, якщо в перший місяць більше було матеріалів про події, про допомогу українцям, то можливо зараз озвучуються більше критичних питань - перспектив, наслідків для чеської економіки. На вашу думку, що залишається актуальним для Вашої аудиторії?
3. Якими принципами, правилами, вимогами керуєтесь при відборі матеріалів на українську тематику для ефірів?
4. Чи є у вас можливість оцінювати зацікавленість аудиторії в цій тематиці? Як вона змінюється? Чи відчуваєте ви втомленість Вашої ядерної аудиторії від матеріалів про війну? Чи вдається залучити україномовну аудиторію?
5. Які форми співпраці, задоволення попиту на інформацію серед українських біженців ви використовуєте? Нові програми, подкасти, мовлення українською?
6. Чи доводилось вам співпрацювати з українськими органами державної влади, місцевого самоврядування, військовими, дипломатичними установами для отримання інформації? Задоволені Ви цією співпрацею? Як це відображається на висвітленні російсько-української війни?

Верифікація, самоцензура, журналістська етика

1. Якщо існують правила висвітлення української тематики, розкажіть, будь ласка, про них, навіть про «повсякденні». Наприклад, які синоніми дозволено використовувати щодо українських біженців або російських військових?
2. Чи були після 24 лютого 2022 р. на рівні редакційної колегії, Ради радіо були ухвалені документи, рекомендації щодо висвітлення війни в Україні, оновлені засади редакційної політики? Чи обговорювалась необхідність наданні журналістам, редакторам алгоритмів висвітлення подій? Проводились певні тренінги, ворк-шопи?
3. Які принципи верифікації інформації ви використовуєте? Чи розроблені у вас механізми протидії пропаганді та наративам, стереотипам та упередженому ставленню? Як забезпечуєте принципи об'єктивності або балансу думок?4.
4. Чи відчуваєте ви, що проводите самоцензуру? Чи впевнені ви, що дотримуєтесь принципів журналістської етики?

ДОДАТОК Б

Список емпіричних матеріалів дослідження

1. Berger V., Kottová A. Na Slovensko zatím nemíří žádní uprchlíci z Ukrajiny, tvrdí tamní policie. URL : <https://tinyurl.com/229v2e54> (Last accessed: 10.11.2022).
2. Bezpečnostní rada Olomouckého kraje bude jednat o pomoci uprchlíkům z Ukrajiny. URL : <https://olomouc.rozhlas.cz/bezpecnostni-rada-olomouckeho-kraje-bude-jednat-o-pomoci-uprchlikum-z-ukrajiny-8688411> (Last accessed: 10.11.2022).
3. Bumba J. Vondra: Na přímý střet s Ruskem, tou nukleární mocností, nejsou. URL : <https://radiozurnal.rozhlas.cz/ruska-invaze-na-ukrajinu-hodinu-po-hodine-poslechnete-si-specialni-vysilani-8688279/8> (Last accessed: 10.11.2022).
4. Česko pomáhá Ukrajině. Lidé, vláda a města darují stovky milionů na humanitární účely. URL : <https://tinyurl.com/3eau39wt> (Last accessed: 09.11.2022).
5. Dočasnou ochranu v ČR loni získalo 473.216 ukrajinských uprchlíků před válkou. URL : <https://ceskenoviny.cz/zpravy/docasnou-ochranu-v-cr-loni-ziskalo-473-216-ukrajinskych-uprchliku-pred-vaalkou/2305214> (Last accessed: 09.11.2022).
6. Dorazín M. Balíčky s olejem, masem v konzervě nebo rýží. Část Ukrajinců je závislá na humanitární pomoci. URL : [_https://irozhlas.cz/zpravy-svet/ukrajina-bachmut-humanitarni-pomoc_2206181723_ind](https://irozhlas.cz/zpravy-svet/ukrajina-bachmut-humanitarni-pomoc_2206181723_ind) (Last accessed: 08.11.2022).
7. Dorazín M. OSN nepotvrdila masový útěk ruskojazyčného obyvatelstva z Ukrajiny. URL : <https://radiozurnal.rozhlas.cz/osn-nepotvrdila-masovy-utek-ruskojazycneho-obyvatelstva-z-ukrajiny-7189348> (Last accessed: 09.11.2022).
8. Dorazín M. Rusko-ukrajinská válka trvá již tři měsíce. Její konec je zatím v nedohlednu. URL : https://irozhlas.cz/zpravy-svet/rusko-ukrajina-bleskova-vaalka-konflikt-invaze-ostrelovani-dorazin_2205241215_voj (Last accessed: 08.11.2022).
9. Hejtman Netolický: Nechci být za rasistu, ale zdá se, že někteří uprchlíci zneužívají pomoc, je to sociální turistika. URL : <https://plus.rozhlas.cz/hejtman-netolicky-nehcci-byt-za-rasistu-ale-zda-se-ze-nekteri-uprchlici-8731942> (Last accessed: 09.11.2022).

10. Kavanová M. Nevyužité kvalifikace, malé mzdy a jazyková bariéra. Výzkum popsal problémy uprchlíků na trhu práce. URL : <https://paqresearch.cz/post/prace-ukrajinskych-uprchliku-v-cesku> (Last accessed: 08.11.2022).
11. Lipavský: Naplnil se nejčernější scénář – plná invaze ruské federace na Ukrajinu. Je to válka. URL : <https://radiozurnal.rozhlas.cz/ruska-invaze-na-ukrajinu-hodinu-po-hodine-poslechnete-si-specialni-vysilani-8688279/1#dil=1> (Last accessed: 09.11.2022).
12. Ministry pobouřilo Okamurovo vystoupení ve sněmovně k otázce běženců z Ukrajiny. Šíří lži a vyvolává nenávist, zaznělo. URL : <https://radiozurnal.rozhlas.cz/ministry-pobourilo-okamurovo-vystoupeni-ve-snemovne-k-otazce-bezencu-z-ukrajiny-8743504> (Last accessed: 08.11.2022).
13. Na konspirační scéně se objevily nové, nebo dosud neaktivní servery, říká mediální analytik Šlerka. URL : https://irozhlas.cz/zpravy-domov/rusko-ukrajina-invaze-valka-armada-konspiracni-teorie-internet-analytik-slerka_2202241757_aur (Last accessed: 09.11.2022).
14. Někteří novináři přišli o techniku, jinak bylo referendum na Krymu klidné. URL : <https://irozhlas.cz/node/5918661> (Last accessed: 08.11.2022).
15. Pancíř T. Ruská média opakují režimní rétoriku: Ukrajinu neokupujeme, jde o denacifikaci a demilitarizaci. URL : <https://radiozurnal.rozhlas.cz/ruska-invaze-na-ukrajinu-hodinu-po-hodine-poslechnete-si-specialni-vysilani-8688279/8> (Last accessed: 09.11.2022).
16. Pokorný J. Vít Rakušan k Ukrajincům s krátkodobým pobytem: Nikdo vás do země, kde začala válka, vrátet nebude. URL : <https://tinyurl.com/yfx23jft> (Last accessed: 12.11.2022).
17. Problémy ukrajinských uprchlíků na trhu práce: Jazyková bariéra a nevyužité kvalifikace. URL : <https://cesky.radio.cz/problemy-ukrajinskych-uprchliku-na-trhu-prace-jazykova-bariera-a-nevyuzite-8760722> (Last accessed: 09.11.2022).
18. Prudilová A. V Libanonu jako v pasti. Příběhy syrských uprchlíků v kresbách. URL : <https://wave.rozhlas.cz/v-libanonu-jako-v-pasti-pribehy-syrskych-uprchliku-v-kresbach-5259471> (Last accessed: 12.11.2022).

19. Průzkum: 87 procent Čechů označilo ruskou invazi za ‚neobhajtelný akt agrese‘. URL : https://irozhlas.cz/zpravy-domov/pruzkum-median-ukrajina-rusko-uprchlici-invaze-valka_2202241800_sam (Last accessed: 09.11.2022).
20. Romské uprchlíky tady nechceme, zní z Kramolína. V tamní vojenské ubytovně jich má být čtyřicet. URL : <https://vysocina.rozhlas.cz/romske-uprchliky-tady-nehceme-zni-z-kramolina-v-tamni-vojenske-ubytovne-jich-ma-8737774> (Last accessed: 09.11.2022).
21. Ruská invaze na Ukrajinu hodinu po hodině. Poslechněte si speciální vysílání Radiožurnálu z 24. února. URL : <https://radiozurnal.rozhlas.cz/ruska-invaze-na-ukrajinu-hodinu-po-hodine-poslechnete-si-specialni-vysilani-8688279> (Last accessed: 12.11.2022).
22. Rusko během mobilizace vyměnilo generála pro logistiku. Země má problémy se zásobováním vojsk. URL : https://irozhlas.cz/zpravy-svet/vymena-ruskych-namestku-armadni-logistika-bulgakov-mizincev_2209241622_gen (Last accessed: 09.11.2022).
23. Rychlíková A. Uprchlíci, vítejte! Prolomí blízkost válečného konfliktu nenávistný postoj Česka k uprchlíkům? URL : <https://tinyurl.com/5n6nk3bw> (Last accessed: 09.11.2022).
24. Stanové městečko v pražské Tróji pomůže s krizovou situací na Hlavním nádraží. URL : <https://radiozurnal.rozhlas.cz/stanove-mestecko-v-prazske-troji-pomuze-s-krizovou-situaci-na-hlavnim-nadrazi-8747398> (Last accessed: 12.11.2022).
25. Ukrajinská krize je argumentem pro dostavbu Temelína, míní ministr Mládek. URL : https://irozhlas.cz/ekonomika/ukrajinska-krize-je-argumentem-pro-dostavbu-temelina-mini-ministr-mladek_201409162156_mkopp (Last accessed: 12.11.2022).
26. Ukrajinská uprchlická krize: aktuální situace. URL : <https://clovekvtisni.cz/ukrajinska-krize-v-historickem-kontextu-8589gp> (Last accessed: 09.11.2022).
27. Už rozbombardovali všechno.‘ České konzervy a déšť pomáhají obyvatelům válečných měst na Donbasu. URL : https://irozhlas.cz/zpravy-svet/donbas-humanitarni-pomoc-valka-na-ukrajine_2205201341_hav (Last accessed: 09.11.2022).

28. V Kramolíně žije skupinka romských uprchlíků. Obavy místních se nenaplnily, nikdo je zatím ani neviděl. URL : <https://vysocina.rozhlas.cz/v-kramoline-zije-skupinka-romskych-uprchliku-obavy-mistnich-se-nenaplnily-nikdo-8752687> (Last accessed: 09.11.2022).
29. V Rusku zadrželi exstarostu Jekatěrinburgu. Opoziční politik Rojzman kritizoval válku na Ukrajině. URL : https://irozhlas.cz/zpravy-svet/rusko-opozicni-politik-jekaterinburg_2208240704_pj (Last accessed: 09.11.2022).
30. Válka na východě Ukrajiny přináší stále více civilních obětí. URL : <https://irozhlas.cz/node/5939385> (Last accessed: 08.11.2022).
31. Zdeněk Ryšavý z Romea.cz: Proti dezinformacím o romských uprchlících z Ukrajiny úspěšně bojujeme/ URL : <https://radiozurnal.rozhlas.cz/zdenek-rysavý-z-romeacz-proti-dezinformacim-o-romskych-uprchlicich-z-ukrajiny-8742838> (Last accessed: 08.11.2022).

**Декларація академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я _____, студентки _____ курсу,
форми навчання _____, факультету _____,
спеціальність _____, адреса електронної пошти _____,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему
« _____ »

відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомена;

- 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 (студент) _____

Дата _____ Підпис _____ ПІБ(науковий керівник) _____