



Аналітичний звіт

ІНФОРМАЦІЙНИЙ СПРОТИВ ВОРОЖИМ НАРАТИВАМ ЗАСОБАМИ ЗАПОРІЗЬКИХ МІКРОМЕДІА В УМОВАХ РОСІЙСЬКО- УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

2023

Ковпак В., Кліщ А. Інформаційний спротив ворожим нарративам засобами мікромедіа в умовах російсько-української війни. Аналітичний звіт. Запоріжжя : Гельветика, 2023. 75 с.

Дослідницька група:

Вікторія Ковпак, провідна дослідниця,

Кількісний аналіз: Алла Кліщ

Літредагування та коректура: Вікторія Ковпак

Верстка: _____

Дизайн: _____

Аналітичний звіт підготовлений у рамках проведення дослідження інформаційного спротиву ворожим нарративам інституціалізованих мікромедіа запорізького інформаційного сегменту за підтримки ІСАР Єднання у межах проєкту «Ініціатива секторальної підтримки громадянського суспільства», що реалізується ІСАР Єднання у консорціумі з Українським незалежним центром політичних досліджень (УНЦПД) та Центром демократії та верховенства права (ЦЕДЕМ) завдяки щирій підтримці американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку.

ЗМІСТ

Резюме

Методологія

1. Контекст

1.1. Огляд медіаландшафту Запоріжжя

1.2. Загальна характеристика мікромедіа

1.3. Регуляція

2. Результати дослідження

2.1. Генерування контенту мікромедіа, започаткованих після 24 лютого 2022 року (а також ті, які інтенсифікували основний контент після 24.01.2022 року), та особливості цього контенту (формат, лексика, види контенту, наявність/ відсутність проросійських меседжів, ключові слова, пов'язані теми):

2.2. Аналіз регіональних мікромедіа, що були створені до 24 лютого 2022 року, але після повномасштабного вторгнення набули ознак мікромедіа. Результати порівняльного аналізу особливостей функціонування ворожих (російських) та національних наративів в запорізькому медіасередовищі;

2.3. Результати порівняльного аналізу особливостей функціонування ворожих (російських) та національних наративів в запорізькому медіасередовищі;

2.4. Особливості функціонування ключових слів, що складають дискурс запорізьких мікромедіа;

2.5. Комунікаційні стратегії спротиву ворожим наративам (на прикладі інстаграм-медіа «Як титам»).

3. Джерела

РЕЗЮМЕ

Інформаційний спротив ворожим наративам засобами мікромедіа в умовах російсько-української війни

1. Для громадської активності, для відкритої та результативної діяльності регіональної влади, особливо в умовах війни для прифронтового міста, співпраця з медіа, зокрема з новими медіа, означає отримання важливого каналу комунікації з цільовою аудиторією. Громада міста потребує постійного діалогу як між собою, так і з владою щодо безпекових пропозицій, як-то стан та наявність укриття, оптимальної, допустимої в межах воєнної етики, інформації про ворожі атаки, трансляції правдивої інформації про ситуацію в місті на загальнодержавних інформаційних каналах («присутність» міста в інформаційному полі країни), про громадські ініціативи – культурно-мистецькі, соціальні тощо, роботи місцевих мікромедіа.

2. За час війни у Запоріжжі залишився, по суті, єдиний місцевий муніципальний телеканал, що свідчить про регіональні проблеми в обміні даними, взаємної поінформованості, медіакommунікації та геобрендингу. Натомість з'явилися цікаві комунікаційні ініціативи – мікромедіа «Яктитам» (інста- та Телеграм-канали), «Січемо» (інста-, Телеграм-та YouTube-канали), YouTube-канал «А що трапилось», онлайн-радіо «На дотик», сайт «Відбудова» (та соц.мережі) та інші. Наприклад, контент мікромедіа «Яктитам» спрямований на переосмислення й аналіз того, як росія протягом довготривалого періоду впливала на українське суспільство й культуру через усі можливі засоби масової комунікації. Серед тематики «Яктитам» – багато проблемних і навіть конфліктних тем, які стосуються життя на окупованих територіях, військових злочинів росії, пропаганди, спрямованої на знищення української нації як такої (<http://surl.li/ihyso>), а «Січемо» більше спрямований на новини Запоріжжя, регіону та України.

3. Категоризація мікромедіа саме інституціалізованими зумовлена прозорістю власності та наявністю редакційної політики. Аналіз пулу запорізьких інституціалізованих мікромедіа – напр., «Яктитам», «Січемо», «Vidbudova.online», «Vidbudova.Запоріжжя», «А що трапилось?», віжн-радіо «На дотик», «Сода» – засвідчив той факт, що їх редакційні команди складають фахівці з журналістською освітою. На відміну від традиційних медіа, які в умовах фінансової кризи трансформувались для роботи в інтернет-просторі, проте й досі мають нестабільне джерело доходів, мікромедіа використовують різні бізнес-моделі: *реклама* (напр., варіанти рекламних інтеграцій «Яктитам»: репост афіші у сториз, партнерські допис, анімаційний рилз, відеорилз, згадка у подкасті, спонсорство випусків подкасту; їх гасло «Реклама на платформах «Яктитам» – це не лише про продажі, а й про посилення іміджу, репутації та любов»; *crowdfunding* або *crowdsourcing*; *зовнішні зв'язки*: донорське фінансування, афілійовані організації; *торгівля*: продаж брендваної продукції (напр., мерч «Яктитам» із паріотичними регіональними символами: набір тимчасових тату; стикерпак (сет Перемоги та сет «Проспект»); шопери; павербанки; патріотичних худі); *послуги*: проведення досліджень (соціологічних, репутаційних, за критеріями та ін.) (напр., ГО «Стратегічна візія», що є засновником та видавцем мікромедіа «Vidbudova» провели «Дослідження інформаційного простору Запорізької області (вересень 2023); організація заходів (напр., ГО «Стратегічна візія» брала участь в організації психологічних тренінгів для волонтерів «Як все це здолати»; «Яктитам» організовує благодійні вечірки у різних українських містах – Києві, Львові, Запоріжжі, де ком'юніті презентують геобренд Запоріжжя, змагаються за лоти в аукціонах, популяризують українські традиції та звичаї); *інформаційне партнерство заходів* (напр., «Vidbudova.online» була інформаційним партнером Recovery Forum Ukraine 2022 та OkAgro, аграрної бізнес-конференції про управління та прибутки) та інші.

Запорізькі інституціалізовані мікромедіа відповідають новим тенденціям у запитах цільової аудиторії, які особливо змінилися в кризові часи – після пандемії та повномасштабної війни: люди не так прагнуть відповідей на питання «що? де? коли?», скільки на питання «чому? як діяти чи не діяти в представлених обставинах?», тож проаналізовані мікромедіа формують «журналістику думок», не нехтуючи при цьому журналістськими стандартами (хоч мікромедіа «Яктитам» позиціонує себе вже більше як комунікаційний проєкт, комунікаційну платформу). Про оптимальність такого підходу свідчить і той факт, що із початком повномасштабної війни був зафіксований такий кейс: увага читачів до традиційних медіа у перші місяці зросла, адже люди потребували максимально інформації – новинної, аналітичної, прогностичної, натомість було зафіксовано значне зменшення контенту, фокусування на новинній стрічці, репостах інформації із мейнстримних медіа.

Щодо мовного питання, то, на жаль, у традиційних онлайн-медіа ще трапляються російськомовні тексти, мікромедіа забезпечують 100 % українськомовного контентного наповнення.

Під час інтерв'ювання редакційних команд запорізьких інституціалізованих мікромедіа з'ясувалося, що серед підходів, які, на їх думку, дають змогу їм працювати ефективно в умовах війни – це проведення стратегічних сесій, мета яких – синхронізуватися та визначити вектор розвитку медіа; поставити чіткі та зрозумілі цілі, у тому числі мотивувальні; розробити покроковий план, який точно можна реалізувати в умовах кризи; розробити контент-план та сформувані стратегічні наративи.

Так, наприклад, стратегічним наративом «Яктитам» є «Запоріжжя – українське місто свідомих людей», «Vidbudova.online», «Vidbudova.Запоріжжя» – «Повоєнній відбудові України бути: економічній, інфраструктурній та ментальній», що включає субнаративи переосмислення урбаністики, перезапуску бізнесу або заснування власної справи в нових умовах, психологічного відновлення українців тощо; віжн-радіо «На дотик» –

«Інформаційний спротив ворогу Запоріжжя: деокупація мізків» (за назвою однойменної серії етерів), суспільно важливі теми». Мікромедіа «А що трапилось?» (youtube-канал) радше формує не стратегічний наратив, а формат «легко про провокативні теми, що турбують запоріжців та країну в цілому», а «Січемо» більше орієнтовний також на новинний формат – «актуально про головне», новостворене мікромедіа «Сода» обрало комунікаційну стратегію стратегію «журналістики рішень», адже їх редакційна команда – це жуналісти-розслідувачі.

Разом із тим, спільними для запорізьких мікромедіа є тематичні доміанти: історії військових, їх реабілітація, ПТСР цивільних через повсякденні обстріли регіону та тих, хто повернувся з фронту, ситуація на ЗАЕС.

МЕТОДОЛОГІЯ

- a) проаналізувати систему генерування контенту мікромедіа, започаткованих після 24 лютого 2022 року та особливості цього контенту (формат, лексика, види контенту, наявність/ відсутність проросійських меседжів, ключові слова, пов'язані теми);
- b) здійснити аналіз регіональних мікромедіа, що були створені після 24 лютого 2022 року, але після повномасштабного вторгнення повністю перейшли в режим онлайн, відмовившись від друкованої версії;
- c) здійснити порівняльний аналіз особливостей функціонування російських та українських наративів в запорізькому медіасередовищі.
- d) з'ясувати особливості функціонування ключових слів, що складають дискурс запорізьких мікромедіа;

Мікромедіа в межах цього дослідження ми називаємо онлайн-видання, що працюють в соціальних мережах Facebook, YouTube, X, Instagram.

Ми обирали мікромедіа, що були створені після 24 лютого 2022 року та ті, що повністю перейшли до мережі після широкомасштабного вторгнення росії в Україну. Попри те, що формат телеграм-каналів набув великої популярності як спосіб швидкого інформування масової аудиторії, проте він не задовольняє потребу в інструментарії боротьби контраргументів з наративами ворожої пропаганди. До того ж, особливості функціонування контенту в загальнонаціональних онлайн-медіа Telegram проаналізовано в дослідженні «Як функціонують та завойовують аудиторію неінституціоналізовані новинні телеграм-канали українського сегменту», що було у 2023 році здійснене ГО «Український інститут медіа та комунікації» в партнерстві з Deutsche Welle Akademie за фінансової підтримки Федерального міністерства економічного співробітництва та розвитку Німеччини (BMZ).

Хронологічні рамки проведення дослідження охоплюють період від 01.11.2021 р. до 01.11.2023 р.. Обрання такого проміжку обумовлене широкомасштабним вторгненням росії, що радикально змінило медіаландшафт в Україні загалом та в Запоріжжі зокрема. Війна суттєво вплинула на особливості медіаспоживання української аудиторії, а також поставила завдання перед медіа на лише інформувати, але й транслювати контрнаративи для протистояння пропагандистським інформаційним «вкидам», ворожим інформаційно-психологічним операціям, формувати націоідентифікаційний, патріотично-просвітницький контент, що популяризує українську культуру, історію в умовах російсько-української війни, сприяє так званій «деколонізації мислення».

Створені після 24.02.2022 року	Створені раніше 24.02.2022 року (повністю перейшли до роботи онлайн)
<ul style="list-style-type: none"> - https://www.youtube.com/channel/UCiHBtdHm9ieYOaaivs5KNkQ (Радіо «На дотик»)* - https://vidbudova.online/ («Відбудова») - https://www.instagram.com/yaktytam/ («Як титам») - https://www.instagram.com/sichemo_zp/ («Сі чемо») - https://www.youtube.com/@ashotrapilos («А що трапилось?») 	<ul style="list-style-type: none"> https://www.061.ua («061.ua»), https://forpost.media/ («Forpost.media»), https://inform.zp.ua/ («Inform.zp.ua»), https://akzent.zp.ua/ («Акцент»), http://1news.zp.ua/ («Перший запорізький»), https://actual.today/ («Актуально»).

* Попри те, що мікромедіа було створене за 2 роки до повномасштабного вторгнення, воно є об'єктом дослідження, бо чітко відповідає критеріям нових медіа та «наростило» масив матеріалів інформаційного та аналітичного характеру саме після 24 лютого 2022 року.

Дослідження складається з таких компонентів:

1. Desk research (кабінетне дослідження): включає огляд медіасередовища Запоріжжя загалом та регіональних мікромедіа зокрема.

2. Моніторинг контенту мікромедіа: включає аналіз за такими категоріями, як:

- a) типи контенту;
- b) тематика контенту;
- c) наявність проросійських наративів;
- d) спроби інформаційної протидії.

Моніторинг контенту здійснювався протягом трьох місяців: вересень, жовтень, листопад 2023 р.

3. Кількісний аналіз даних, зібраних із визначених запорізьких мікромедіа за допомогою автоматичного медіамоніторингу соціальних, онлайн-медіа та мереж за допомогою SEO-інструменту BuzzSumo. За допомогою власного алгоритму платформа аналізує медіаконтент, пов'язаний з ключовими словами, темами та нішами в Інтернеті, включаючи веб-сайти, соціальні мережі та форуми.

Період даних: 01.11. 2021 – 01.11. 2023 рр.

Ключові категорії аналізу:

- a) Кількість проаналізованих статей;
- b) Залученність аудиторії;
- c) Середнє значення залученості;
- d) Кількість доменів;
- e) Середня кількість доменів;
- f) Пов'язані теми;
- g) Частка відео- та фотоконтенту.

4. Експертне опитування під час Міжнародної науково-практичної конференції «Інформаційний спротив ворожим наративам засобами мікромедіа в умовах російсько-української війни» та науково-практичного круглого столу «Запорізькі інституціоналізовані мікромедіа: потенціал самоідентифікації регіону та його інформаційної безпеки», що були проведені в онлайн-форматі 27 та 28 листопада 2023 року.

Науково-дослідні інститути, засоби масової комунікації регіону та України (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, НН Інститут журналістики; Київський національний університет культури і мистецтв; Державний податковий університет (м. Ірпінь); Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка; Запорізький національний університет, Національний університет «Запорізька політехніка»; Центр Вайзера з дослідження Європи і Євразії університету Мічигана (США); фактчекінгові проєкти «Нота Єнота», «По той бік новин» (м. Київ)) та ін.

Експерти: Альона Романюк, фактчекерка, викладачка Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, авторка проєктів з протидії дезінформації «Нота Єнота», «По той бік новин»; Ольга Вакало, головна редакторка, голові правління ГО «Радіо “На дотик”»; Анна Бобіно, Ольга Мішевська – креативна команда мікромедіа «Як титам»; Максим Савченко, співзасновник та головний редактор видань «Vidbudova.online» та «Відбудова. Запоріжжя»; Наталя Виговська, координаторка регіональної мережі Інституту масової інформації, медіаекспертка, к.соц.ком., ст. викладачка кафедри журналістики ЗНУ; Юлія Бурда та Ліна Щербина, журналістки, засновниці YouTube-каналу «А що трапилось»; Катерина Рождественська, журналістка, співзасновниця онлайн-медіа «Сода»; Алла Кліщ, комунікаційниця громадських ініціатив.

КОНТЕКСТ

Війна, розпочата ще в 2014 році, перейшла на новий етап 24 лютого 2022 року – росія розпочала широкомасштабне вторгнення на територію України з метою її повної окупації. Протягом 2 років повномасштабної війни багато міст та сіл України були повністю знищені (Бахмут, Мар'янка, Авдіївка, Попасна), а інші зазнали серйозних руйнувань. Площа тимчасово окупованих територій збільшилася, а велика кількість українців загинула або набула статусу внутрішньо переміщених осіб. Кілька мільйонів знайшли притулок в інших країнах. Повномасштабна війна суттєво вплинула на трансформацію форматів інформаційно-комунікаційних проєктів, тематичні, ціннісні запити аудиторії у медіасфері, змінила комунікаційні потреби в кризових обставинах.

Запоріжжя, розташоване на південному сході України, межує з тимчасово окупованими територіями (ТОТ) та має статус прифронтового міста в умовах російсько-української війни. Географічне розташування міста робить його стратегічним пунктом у забезпеченні безпеки регіону та приймальним центром для внутрішньо переміщених осіб із ТОТ. Саме тому місто Запоріжжя та його мешканці завжди під прицілом російської пропаганди, що готує інформаційний плацдарм для своєї злочинної армії.

Огляд медіасередовища Запоріжжя

До 24 лютого 2022 року медіасередовище міста Запоріжжя мало таке наповнення: повноцінно функціонували 38 міських онлайн-медіа, включно із сайтами газет та телеканалів, активно працювали 7 газет та 4 телеканали обласного центру. За межами обласного центру – 21 онлайн-медіа Запорізької області та 43 офіційні сайти ОТГ Запорізької області.

ГО «Стратегічна візія», проаналізувавши актуальний стан медіа Запоріжжя та області за 2023 рік, дійшла до висновків, що з 38 проаналізованих онлайн-медіа міста Запоріжжя (включно із сайтами газет та телеканалів), які працювали до повномасштабного вторгнення, лише 13

функціонують у звичайному режимі, а ще 13 суттєво зменшили випуск контенту, оновлюються нерегулярно або загалом відійшли від регіональної тематики. Решта, а саме 12, є недоступними або повністю припинили створення інформаційного контенту (Дослідження інформаційного простору Запорізької області, 2023).

З топ-10 онлайн-медіа Запорізького регіону за 2021 рік (за версією компанії PRNEWS.IO на основі даних SimilarWeb за січень–вересень 2021 року) лише 6 медіа продовжують свою роботу у звичайному режимі. Ще 2 із цих видань помітно скоротили виробництво контенту, і ще 2 медіа стали недоступними.

Загальний трафік топ-10 онлайн-медіа Запорізького регіону зменшився приблизно вдвічі: від 3 мільйонів 194 тисяч відвідувань на місяць у 2021 році (середньомісячний показник за січень-вересень 2021 року на основі даних SimilarWeb) до 1 мільйона 510 тисяч відвідувань на місяць у липні 2023 року (на основі даних SimilarWeb).

За період з 2021 року до 2023 року, за результатами дослідження ГО «Стратегічна візія», із 7 найпопулярніших газет Запоріжжя, що видавалися в 2021 році, лише одна виходить друкованою версією, і вона суттєво зменшила редакційний склад, обсяги контенту та наклад. З 4 телеканалів міста (враховуючи ті, які транслювалися по всій області) у 2021 році працювали лише 2. Обидва приватні телеканали – ЗНТРК «ТВ-5» та ТРК «ALEX» припинили роботу в 2022 році.

Щодо 21 онлайн-медіа в Запорізькій області (поза межами обласного центру), які діяли до широкомасштабного вторгнення, лише 2 продовжують свою роботу в звичайному режимі. Три помітно зменшили виробництво контенту або повністю відійшли від регіональної тематики. Недоступними або повністю припинили виробництво інформаційного контенту – 16.

З 43 тимчасово окупованих об'єднаних територіальних громад (чиї адміністративні центри тимчасово окуповані), лише в 9 були доступні офіційні сайти протягом повномасштабного вторгнення та регулярно

оновлюються. У 2 об'єднаних територіальних громадах офіційні сайти почали оновлюватися в серпні 2023 року. У 32 тимчасово окупованих громадах офіційні сайти недоступні або не оновлюються (головним чином – з березня-травня 2022 року). Всі друковані видання, радіо та телеканали на окупованій території Запорізької області були закриті, знищені або захоплені російськими окупантами.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МІКРОМЕДІА

Термін «мікромедіа» хоч і вважається новим в українському медіадискурсі, але поява поняття та старт дослідження його особливостей як виду ЗМІ почалося майже 25 років тому. Саме початок 2000-х ознаменував собою епоху швидкого розвитку Інтернету та його проникнення в маси і тим самим у масову комунікацію. Всесвітня мережа майже не має інструментів цензури та механізмів встановлення бар'єрів. Витрати, пов'язані з поширенням онлайн-контенту настільки мізерні, порівняно з утриманням традиційних ЗМІ, що кожен може приєднатися та експериментувати з демократизацією ЗМІ.

Мікромедіа – форма демократизації медіа, що набула особливої популярності з технічним прогресом і масовим виробництвом доступних портативних цифрових пристроїв і смартфонів, а також з появою соціальних мереж як міжособистісних, а потім і масових комунікаційних платформ, які, зрештою, трансформувалися в соціальні медіа, що є окремим соціокультурним явищем (Bowman S. and Willis C., 2003).

Блогінг, громадянська журналістика, UGC (User-generated content) та асоційований термін «Веб 2.0» є основою для концептуалізації терміна «мікромедіа», яке досі не має єдиного, вичерпного визначення.

Таким чином, мікромедіа пропонуємо дефініціювати як онлайн-медіа, що має представленість у соціальних мережах (у форматі подкастів, сторінок у соціальних мережах, чатів та форумів) та кількість підписників яких сягає від 10 тисяч до 100 тисяч.

Збільшенню кількості мікромедіа в медіапросторі сприяють такі чинники:

- 1) наявність технічних можливостей для їх створення та функціонування для сучасного покоління людей. Інтернет, зокрема соціальні мережі, став нативною платформою для мікромедіа, де швидко можна збирати, обробляти та поширювати інформацію. Будь-хто, хто має навички

створення текстів і відео, може стати автором мікромедійних каналів комунікації. Однак бажано, щоб ті, хто створює медійний контент, розуміли соціальну відповідальність перед аудиторією і дотримувалися етичних засад мас-медійної діяльності. Саме тому об'єктом дослідження було обрано саме інституціалізовані мікромедіа, тобто ті, хто має відкритий редакційний склад та редакційну політику.

За версією експертки із соціальних мереж Олени Дуб, серед успішних прикладів мікромедіа (інстаграм-медіа) варто згадати такі: «Ікла» (понад 60 тисяч фоловерів) та The Kolo (понад 28 тисяч), запорізький проєкт «Як ти там» (понад 20 тисяч) (Яніцький А., 2022).

2) створення мікромедіа значно простіше, ніж відкриття нової редакції газети, журналу чи телевізійного каналу. Для цього потрібно менше інвестиційного капіталу у грошовому еквіваленті. Для початкового етапу головним є інтелектуальний ресурс творців, їх цінності та етичний компас, адже відсутність жорстких вимог у законодавстві полегшує їхнє створення та функціонування, хоча новий закон «Про медіа» пропонує нові механізми реєстрації онлайн-медіа, що мають на меті розширення їх можливостей у фаховому колі.

3) адаптація до запитів нового покоління цільової аудиторії, яка має свої особливості у сприйнятті, обробці та поширенні інформації, обумовлені як об'єктивними, так і суб'єктивними факторами, наприклад кліповим мисленням. Клікбейтні заголовки, лаконічна та концентрована інформація, інфографіка, якісний візуальний дизайн – основні вимоги нового покоління. Формат мікромедіа відповідає цим уподобанням, тому серед молодого покоління він стає все більш популярним.

4) тенденція до спеціалізації відповідно до інтересів цільової аудиторії, орієнтація на конкретні соціальні групи та об'єднання – мікросередовища, наприклад, за місцем проживання (регіональні мікромедіа, як-от проєкт «Як титам» у Запоріжжі; за концептуальною тематичною візією, наприклад, «VIDBUDOVA» – запорізьке медіа про відбудову України та регіонів.

б) мікромедіа стають ефективним інструментом комунікації для проєктної діяльності у будь-якій сфері. Сучасна проєктна діяльність є найбільш популярною, актуальною та трендовою формою взаємодії у різних галузях. Мікромедіа сприяють зміцненню партнерських практик та створенню ком'юніті як інтелектуально-креативного представництва громадськості, яка має безпосередній чи опосередкований зв'язок із проєктом.

Згідно з опитуванням експертів під час Міжнародної науково-практичної конференції «Інформаційний спротив ворожим наративам засобами мікромедіа в умовах російсько-української війни» та науково-практичного круглого столу «Запорізькі інституціалізовані мікромедіа: потенціал самоідентифікації регіону та його інформаційної безпеки», засновниками регіональних інституціалізованих мікромедіа є професійні журналісти. Є чітка градація між мікромедіа, що з'явилися після 24 лютого 2022 року та онлайн-виданнями, що набули ознак мікромедіа, повністю перейшовши в онлайн та відмовившись від друкованої версії. Різниця полягає у декількох аспектах:

- 1) редакційна політика;
- 2) інструменти просування та ефективність їх використання;
- 3) якість та кількість контенту;
- 4) теми та жанри;
- 5) цільове призначення.

Експертами, дослідниками комунікаційних явищ та журналістами-практиками було також відзначено, що більшість мікромедіа не є зареєстрованими через законодавчі положення. Реєстрацію отримали ті медіа, що мали не лише сторінки в соціальних мережах, але й основний сайт. Також інтерв'ювання засновників нових медіа у Запоріжжі засвідчило, що мікромедіа, засновані після повномасштабного вторгнення, мають грантову історію та досвід фрайданзінгу, що покриває фінансові питання штату. Тоді як небагато онлайн-медіа, що набули ознак мікромедіа вже після 24 лютого

2022 року, використовують більш традиційний спосіб залучення фінансування – надання місця для рекламних банерів на своїх сторінках.

Дослідники соціальних комунікацій та головні редактори мікромедіа під час наукового обговорення звернули увагу на потужний спротив ворожим наративам, що чинять нові медіа у прифронтовому місті Запоріжжя. На Мікромедіа «Яктитам», перші записи якого з'явилися 24 квітня 2023 року, автори визначають як спільноту людей, яким не байдуже Запоріжжя, як платформу, спрямовану на самоідентифікацію міста, підтримку свідомих запоріжців, «тих, хто далеко і поруч»; «медіа від запоріжців для запоріжців, що шукають самоідентифікацію»; «було створено на третій місяць повномасштабної війни, щоб підтримувати запоріжців, які виїхали і які залишилися». Така акцентована на локальності концепція стає особливістю мікромедіа «Яктитам». Вона проявляється не лише у новинному змісті про Запоріжжя, але й у проєктній, просвітницькій діяльності редакції, яка прагне створити спільноту однодумців, об'єднаних любов'ю до рідного міста. Ця близькість до аудиторії формує особливий рівень довіри між медіа та читачами.

На сьогодні на сторінках мікромедіа «Яктитам?» розміщено понад 430 записів. Значна частина цього контенту просвітницька, націоідентифікаційна: включає спростування історичних міфів та сучасних фейків, які поширюють росіяни про Україну, публікації про антиукраїнську політику Радянського Союзу і Росії, а також розбір пропагандистських наративів російського телебачення.

РЕГУЛЯЦІЯ

В Україні відсутнє законодавче регулювання діяльності соціальних мереж, в яких і функціонують мікромедіа. Наприкінці 2022 року Закон України «Про медіа» був прийнятий, але в ньому так і не з'явилася чітко прописана процедура реєстрації мікромедіа, оскільки глобальні онлайн-платформи не підпадають під юрисдикцію України. Медіаюристи Комісії з журналістської етики прямо вказують, що регулювання інтернет-

посередників в межах цього закону «буде вкрай обмеженим і залежатиме від “доброї волі” платформ» (Блогерів визнаватимуть, 2023). На жаль, досить чітку позицію терпимості до присутності ворожих наративів у дискурсі платформ Фейсбук та Х (Твітер) вже підтвердили засновники, тому сподіватися на «добру волю» Марка Цукерберга та Ілона Маска не доводиться.

В українських медійників, що формують контраргументи у боротьбі з російським ІІСО, є сподівання на інтеграцію в законодавство України Акту про цифрові послуги (DSA) та Акту про цифрові ринки (DMA), що були прийняті Європарламентом у 2022 році. Основний принцип цих актів – «все, що заборонено офлайн, має бути забороненим онлайн». Європейські законодавці пропонують встановити низку профілактичних бар'єрів щодо безперешкодного циркулювання ворожих наративів, наприклад, впровадити юридичних представників у ЄС, формалізувати правила щодо прозорості платформ та вимог користування, запровадити процедури сповіщення про протиправний контент та можливості оскарження рішень платформ.

Наступним етапом захисту медіапростору цивілізованого демократичного світу, на нашу думку, є впровадження інституту Координаторів цифрових сервісів, які будуть здійснювати нагляд за дотриманням актів на національному рівні, за порушення передбачені значні штрафи (до 20% загального обороту платформи).

Прикладом для України у спробі на законодавчому рівні боротися із соціальними мережами, що є каналами поширення ворожих наративів та ІІСО, є німецька система регулювання інтернет-посередників (NetzDG).

Щодо сучасних реалій спроможності регулювальних державних органів у сфері ЗМІ визначати мікромедіа, вести їх реєстри та карати за свідоме та зумисне поширення ворожого ІІСО, зауважує Валентин Коваль, заступник голови Національної ради з питань телебачення і радіомовлення: *“31 березня 2024 року набирають чинності в повному обсязі санкції для онлайн-медіа. А перший рік дії закону для них — це період входження в нове*

життя, і єдиною санкцією, яку Нацрада до них може застосовувати, є припис (санкція за незначне порушення”... “У тому ж 2024 році буде затверджено критерії для визнання інтернет-ресурсів, які не зареєструвалися, такими, що підпадають під визначення онлайн-медіа”... Це на випадок, якщо вони порушують законодавство. Орган співрегулювання має визначити певний набір характеристик, відповідно до яких можна ідентифікувати компанію як медіа. Звісно, якщо індустрія не створить органу співрегулювання, Нацрада на свій розсуд має визначати ці критерії. Тому я сподіваюся, що за найближчі пів року індустрії зможуть зорганізуватись і створити органи співрегулювання» (Данькова, 2023).

2. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Генерування контенту мікромедіа, започаткованих після 24 лютого 2022 року (а також ті, які інтенсифікували основний контент після 24.01.2022 року), та особливості цього контенту (формат, лексика, види контенту, наявність/ відсутність проросійських меседжів, ключові слова, пов'язані теми):

а) «**Якитам**» – мікромедіа відоме не лише в Запоріжжі та Україні, але й у всьому світі, бо саме їх фільм «Шрами Запоріжжя» про історії людей, які постраждали внаслідок ракетних ударів, транслювався в урядах багатьох країн для мотивації збільшити підтримку України в боротьбі проти російської агресії.

Інстаграм-каруселі, сториз, анімаційні рилз, подкаст «Якитам» – активні формати роботи мікромедіа. Своє цільове призначення редакція мікромедіа самостійно визначає як «платформу свідомих запоріжців; для тих, хто далеко і поруч».

На сьогодні контент сторінки мікромедіа «Якитам» складається з 456 постів, і важлива частина цього контенту призначена для боротьби з нарративними упередженнями, які могли сформуватися внаслідок впливу російської пропаганди: матеріали, що розвінчують історичні міфи та сучасні фейки, які росіяни поширюють про Україну, а також публікації, присвячені антиукраїнській політиці Радянського Союзу і Росії, розбору пропагандистських нарративів російського телебачення. Про ефективність мікромедіа у масовому поширенні просвітницьких матеріалів свідчить статистика сторінки мікромедіа, а саме: за квартал до контенту звертається на 30 % більше «не читачів» сторінки. З 341 тисячі охоплених записів 322 тисячі – «не читачі» сторінки.

Націоідентифікаційні матеріали розглядаються в контексті запорізького дискурсу, надаються факти про антиукраїнську позицію історичних постатей, іменем яких ще досі названі вулиці міста, які увічнені пам'ятниками в

урбаністичному просторі Запоріжжя. Інша група матеріалів висвітлює воєнну хроніку – наслідки ракетних атак на місто, репортажні фотосвідчення з місць ударів по житлових будинках, розповіді постраждалих людей, які отримали поранення чи залишилися без житла, матеріали про відновлення багатоповерхівок тощо.

Наративне регулювання мікромедіа щодо міфів про сепаратистські настрої в місті реалізується завдяки акцентам на подієвих маркерах, що ідентифікують місто як патріотичний осередок боротьби з російськими окупантами та тими, хто поширює антиукраїнські настрої. Так, одним із топових матеріалів за переглядами є нагадування про «Ячну неділю» (30 360 переглядів) – успішну безкровну акцію спротиву спецоперації «русская весна», коли активісти запорізького Майдану і самооборона міста закидали яйцями та борошном учасників проросійського мітингу.

Потужний сегмент матеріалів присвячено геобрендингу – створенню саме позитивного іміджу міста за допомогою кейсів про відомих мешканців, активістів, підприємців. Це інтерв'ю з видатними запоріжцями – спортсменами, режисерами, журналістами, письменниками, музикантами, волонтерами. У стрічці мікромедіа є серія дописів, присвячена презентації атмосферних локацій у місті, рекреаційному капіталу – ресторанам, кав'ярням з оригінальними концепціями, соціальним ініціативам місцевих мешканців для об'єднання громади.

Ці публікації розвіюють стереотипи про те, що життя в Запоріжжі в умовах воєнного стану зупинилося, і формують наратив «Запоріжжя в умовах війни – місто свідомих та активних громадян, які організують благодійні заходи, виставки, відкривають кав'ярні, просувають ідеї активізму, волонтерства. Наприклад, є зібрані пости-історії у папці профілю «Люди»: «Мій проєкт – для аудіалів (про запорожця, який збирає звуки війни)», «Стоп! Знято! (про те, як Запоріжжя стало осередком кіноподкастів)»; «Надія завжди є» (про те, як працює топовий запорізький рятувальник); «Ми не просто роздаємо одяг» (про запоріжанку, яка працює у

благодійній комісії); «Досі не вірю» (про запорожця, який зібрав 250К на ЗСУ своїми картинами); «Свідомі татусі» (як запоріжці виховують дітей українською); «Мітинги – це дуже страшно» (про викладачку з Мелітополя та її життя в окупації); «Червоне – то любов» (про запоріжців, які постійно здають кров); «Ми вистоїмо!» (про запоріжанку, яка створює сатиричні плакати про ворога під час війни) та інші. Так, у минулому році матеріал-листівка до дня народження міста була переглянута майже 400 тисячами, перерепостили – 2871 людина.

Спротив ворожим наративам та стереотипам про прифронтове місто відображається і в такій статистиці:

92 матеріали – це сторітелінгові пости, які розповідають історії військових та їхніх родин, формуючи фрейм про українського героя, який веде одвічну боротьбу за рідну землю проти загарбників, а також про тих, хто «на щиті» та в полоні;

136 постів на платформах «Якитам» розповідають історії ВПО і волонтерів. Ці публікації аналізують досвід людей, які залишали окуповані території, будували новий життєвий шлях на новому місці, вирушали за кордон і повертались назад. Відзначаємо мотивувальні пости про діяльність волонтерів, що допомагають у зборі коштів на військове спорядження, техніку та одяг. Також публікуються історії активістів, які надають допомогу військовим та переселенцям, створюють тимчасові притулки для внутрішньо переміщених осіб. Завжди актуальними є підбірки перевірених зборів, чинних пунктів незламності,

Комунікаційна стратегія розвінчування міфів та стереотипів прослідковується у матеріалах про події на окупованих територіях Запорізької області: від створення окупантами «юнарії» в Мелітополі до партизанського руху в тимчасово окупованих містах та боротьби активістів за український Мелітополь (наприклад, допис-карусель про «Злих мавок» – жіночий рух опору на окупованих землях). Автори також діляться матеріалами про колаборантів, які нелегітимно самообралися на керівні

посади терористичної окупаційної системи на тимчасово окупованих територіях. Важливо відзначити збалансований підхід до вибору проблематики в цих матеріалах: обговорюються не тільки зрадники, а й місцеві мешканці, що в таких складних умовах виявляють свій патріотизм.

Системне публікування матеріалів про українського патріота, волонтера, що перебувають у тимчасовій окупації або їм вдалося виїхати на більш безпечні території, є стратегічним інформаційно-комунікаційним ресурсом для регіону.

За ініціативи «Яктитам» було проведено кампанію підтримки міст Запорізької області – створення і розміщення бордів, сітілайтів, присвячених тимчасово окупованим росіянами Токмаку, Гуляйполю, Василівці, Кирилівці, Мелітополю, Оріхову, Бердянську, Пологам та Енергодару.

Редакцію мікромедіа становлять професійні журналісти, що свого часу були засновниками і працівниками Громадського телебачення Запоріжжя, тому наявність фейків, ворожих наративів чи дезінформації виявлено не було.

Мікромедіа «**Яктитам**» має подкасти на Apple Podcasts та Google Podcast.

Варто відзначити, що 55% читачів користувача yaktytam також стежать за обліковим записом zelenskyu_official

Посилання на сторінку на платформі Instagram:
<https://www.instagram.com/yaktytam/>

Дата реєстрації: квітень 2022 року.

Кількість дописів: 456

Кількість читачів: 20 тисяч

Кількість підписників: 15

Посилання на сторінку на платформі Telegram: https://t.me/yak_ty_tam

Кількість підписників: 966

Посилання на сторінку на платформі YouTube:
www.youtube.com/@Hromadske-zpTv.

Дата реєстрації на платформі YouTube : 17 червня 2014 року

Кількість підписників: 18,6 тисяч

Кількість опублікованих відео: 1642

Кількість переглядів: 12 497 688

б) **Радіо «На дотик»** – незалежний радіомовник, створений групою місцевих журналістів та громадських активістів у сучасному форматі «віжн», тобто – із візуальною складовою. Місія мікромедіа – говорити про важливе для Запоріжжя та сусідніх областей наживо щотижня. Щовівторка – суспільно-політичні етери. Заклик – «Долучайтесь до нас у соціальних мережах, щоб робити це разом і чинити інформаційний спротив ворогу!». Засновники – професійні журналісти на чолі з Ольгою Вакало.

Мікромедіа **Радіо «На дотик»** релізує формат «жуналістики думок», дотримуючись журналістських стандартів, формуючи фрейм міста Запоріжжя та області через призму суспільно-політичної проблематики, декупаційних візій, та є прикладом тих мікромедіа, що використовують інструментарій стратегічної комунікації – «Selfie, коли журналісти та їх гості на сторінках в соціальних медіа розповідають про себе, експресують, емпатують, а також діляться своїми враженнями з іншими користувачами мережі».

Локальні запити аудиторії підтверджуються матеріали, що мають підвищений інтерес серед читачів/глядачів: так, за даними контент-аналізу, найпопулярнішим відео на сторінках мікромедіа є розповідь очевидиці про життя в окупованій Кам'янці. Відео набрало 11 тисяч переглядів та 537 уподобань. Місто Запоріжжя стало хабом для десятків тисяч внутрішньо переміщених осіб, які продовжують мріяти про повернення додому, де досі залишаються рідні та знайомі. Кожен сюжет мікромедіа спрямований на посилення репутаційного капіталу Запоріжжя та Запорізького краю як патріотичного, у тому числі це досягається завдяки цифровим інструментам. Редакція мікромедіа на противагу ворожим російським наративам створила

кілька серій сюжетів: «Деокупація мізків» та «Життя у Запоріжжі під час війни».

Штат мікромедіа складається з професіоналів у соціальних комунікаціях, їх комунікаційні стратегії всі підпорядковані довгостроковій стратегії просування українських наративів у прифронтовому місті та підготовці політики українізації деокупованих територій. Серед ефективних методів протидії ворожій пропаганді, що послуговується мікромедіа, є метод «розвінчування». Так в ефірі медіа періодично виходять сюжети на тему: «Як працює абсурд в пропаганді росії» (3 тисячі переглядів); «Як росія знімає та монтує пропаганду» (1,9 тисяч переглядів).

Аналіз контенту продемонстрував, що мікромедіа висвітлює гостроактуальні регіональні теми, наприклад «ЗАЕС: міфи, страхи, сценарії, надії. Що треба знати про радіаційну (не)безпеку», або «Коли виникає #ПТСР». Відзначимо, що особливістю саме запорізьких мікромедіа є щоденний моніторинг ситуації на фронті, що пролягає всього в кількох десятках кілометрів від міста, в огляді «Наживо про ситуацію на Запоріжжі та в Україні». Це допомагає підвищувати обізнаність слухачів та глядачів та створює певні когнітивні бар'єри для ефективного просування російських ПСО ще до того, як чергова із них буде створена та запущена в медійний простір Запоріжжя та України.

Місія мікромедіа **Радіо «На дотик»** полягає у створенні історій про незламне місто та край на шляху до перемоги, про що свідчить, наприклад, однойменна серія сюжетів «На шляху до перемоги».

Контент: відео, аудіоподкасти та короткі тексти-описи.

Посилання на сторінку на платформі YouTube:
<https://www.youtube.com/channel/UCIHVtdHm9ieYOaaivs5KNkQ>.

Дата реєстрації на платформі YouTube : 20 грудня 2020 року

Кількість підписників: 1,14 тисяч

Кількість опублікованих відео: 461

Кількість переглядів: 215643

Посилання на сторінку на платформі Facebook:
<https://www.facebook.com/RADIONADOTYK/>

Дата реєстрації: 12 грудня 2020 року.

Позначки сторінці «подобається»: 2 тис.

Кількість підписників на сторінку мікромедіа: 2,3 тис.

Посилання на сторінку на платформі Instagram:
<https://www.instagram.com/radionadotyuk>

Дата реєстрації: грудень 2020 року.

Кількість дописів: 313

Кількість читачів: 844

Кількість підписників: 281

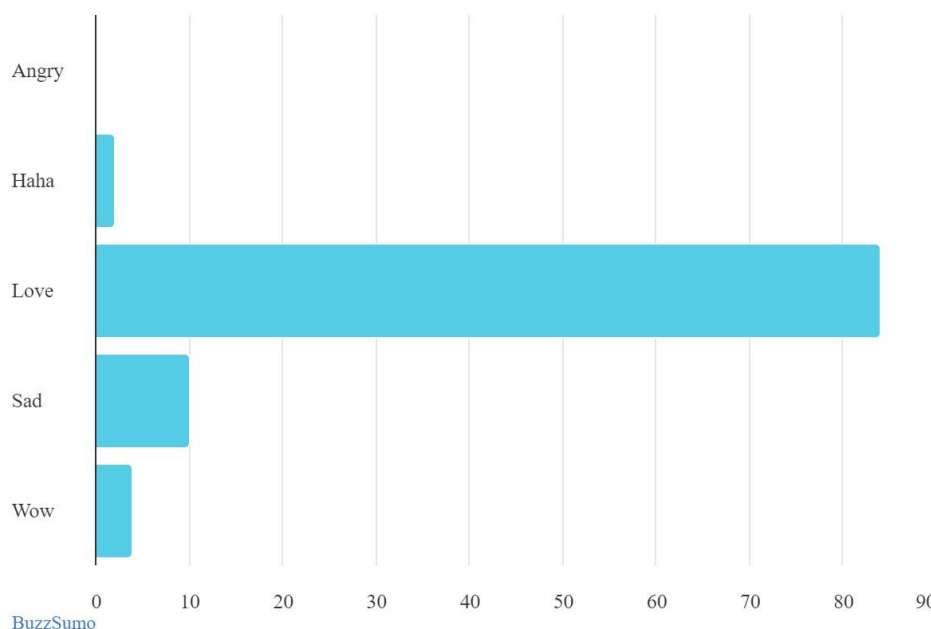
Хештегосфера мікромедіа: #запоріжжя #новини #запорожъе
#радіонадотик #новиниукраїни

с) «**Vidbudova. Запоріжжя**» – перше та найбільше ЗМІ, що акумулює матеріали на тему економічної, інфраструктурної та ментальної відбудови країни, а також теми архітектури та урбаністики, перезапуску бізнесу або заснування власної справи в нових умовах, психологічного відновлення українців тощо. Місія видання – інформаційний та експертний супровід відбудови України. Об'єктом дослідження є мікромедіа «Відбудова. Запоріжжя», що є частиною медіа про відбудову України та регіонах «Vidbudova», але орієнтується на розбудову міста Запоріжжя та області. Дискурс мікромедіа «Відбудова. Запоріжжя» – це портрети суспільства не лише у вимірі війни сьогодні, а й стратегічні наративи щодо повоєнної відбудови України.

За 2023 рік функціонування було опубліковано 370 матеріалів, до яких звернулося майже 1500 читачів. За допомогою моніторингової програми BuzzSumo нам вдалося з'ясувати, що попри велику кількість публікацій цікавість до них досить спорадична (найвищий показник залучення – це весна 2023 року, коли всі очікували на великий контрнаступ), що обумовлено

зміною настроїв у суспільстві (очікування, моніторинг прогнозів тощо) і проявами втоми та розчарування.

Проте моніторингова програма відзначає, що найпоширеніша реакція на публікації на сторінках мікромедіа – є підтримка наративу про відбудову повоєнної України попри коливання настроїв українського суспільства.



Фіксація позитивного ставлення аудиторії до контенту мікромедіа

Цікаво, що матеріали присвячені конкретним слотам фрейму «Відбудова повоєнної України»: відновлення соціальної інфраструктури, екологічна відбудова, відновлення ментального здоров'я містян, підтримка малого та великого бізнесу тощо. Важливо відзначити, що дискусії довкола концепту відбудови формується у тому числі в межах дихотомії «будувати чи перебудовувати знищене», у контексті розвитку урядового проекту «Армія відновлення» (як безробітні громадяни можуть залучатися до суспільно корисних робіт). Власні журналістські дослідження, зокрема про те, як

державне підприємство «Місцеві дороги Запорізької області» розпоряджалося бюджетними коштами, – важливий аналітичний капітал мікромедіа.

Матеріали мікромедіа «Відбудова. Запоріжжя» уможливають наратив повоєнної відбудови України, оприявнюють ризики і виклики, транслюють необхідність залучення активних громадян, активізують їхні можливості гнучко адаптуватися до мінливих умов воєнного стану. Особливістю мікромедіа є залучення до створення контенту агентів змін з різних галузей розвитку суспільства.

Стратегічно виправданим є паралельна робота двох мікромедіа «Vidbudova. Запоріжжя» (фокусування на регіональній проблематиці) та «Vidbudova. online» (фокусування на загальнонаціональній проблематиці). Так, «Vidbudova. online» пропонує загальний гранднاراتив повоєнної відбудови, розповідаючи про конкретні кейси, що могли б бути цікавими в реалізації для Запорізького регіону та міста зокрема: напр., «Волонтери Scan UA створили сайт з 3D-моделями українських будівель, які були пошкоджені під час повномасштабного вторгнення»; «У США Маріупольський міський голова Вадим Бойченко презентував план відродження міста "Mariupol Reborn"», «Як відбувся великий міжнародний форум RECOVERY CONSTRUCTION FORUM у Варшаві» (про координацію зусиль різних країн, які підтримують Україну у протистоянні з ворогом, і планування активної участі у повоєнній відбудові); «Створити платформу для комунікацій: архітекторка з Принстона розповіла, з чого почати відбудову України» (йдеться про ідею доцентки Школи архітектури в Принстонському університеті Ерін Беслер щодо створення комунікаційної платформи, де своїми ідеями щодо відновлення зруйнованих міст могли б ділитися представники різних професій: архітектори, історики, інженери тощо).

Серед концептів повоєнної відбудови України – воєнна страховка; інвестиції у нові робочі місця, нові технології; приватний сектор як один із

основних драйверів відбудови України; російські активи у відбудові країни; відбудова з урахуванням перспектив вступу до ЄС та ін.

Дослідження показало, що основний вид контенту мікромедіа – це відео та тексти більше 300 знаків.

Посилання на сторінку на платформі Instagram:
<https://www.instagram.com/vidbudovazp> («Відбудова. Запоріжжя»)
https://www.instagram.com/vidbudova_online/ («Vidbudova.online»)

Посилання на сайт: <https://vidbudova.zp.ua/> та <https://vidbudova.online/>

Посилання на сторінку на платформі Facebook:
<https://www.facebook.com/vidbudovazp> та <https://www.facebook.com/vidbudova>

Головна редакторка медіа – Катерина Остряниця

Співзасновник та головний редактор видань Vidbudova.online та «Відбудова. Запоріжжя» – Максим Савченко

Засновник та видавець – громадська організація «Стратегічна візія».

d) «**А що трапилось?**» – мікромедіа, яке основною комунікаційною стратегією обрало легку діалогізовану форму з використанням просторіччя, суржику обговорення актуальних для міста і країни питань в умовах війни. Формат: дві журналістки обговорюють все те, що їх бентежить, долучають до розмови експертів. До об'єкта дослідження мікромедіа «**А що трапилось?**» потрапило завдяки оригінальному та ефективному інструментарію протистояння ворожим наративам: висміюванню пропагандистських «вкидів», їх саркастичному «розбору» (напр., російські інтерпретації пророцтв Ванги на користь російським наративам у «великому магічному випуску» «Коли закінчиться війна в Україні та помре путін – найточніший прогноз на 2024 рік»; випуск «Українською, будь ласка» ставить перед глядачами «тригерне» питання: «Не можемо відмовитись від російського контенту?» та інші).

Сміхова культура мікромедіа «**А що трапилось?**» разом із тим дає змогу авторкам донести важливі меседжі цільовій аудиторії, яка не

налаштована на глибоку аналітику, проте має запит на дискусію навколо провокативних питань – мовного питання; легалізації медичного канабісу; «барбізації» у сучасному суспільстві; що робити, якщо боїшся йти в армію та інші.

У наративній структурі мікромедіа «**А що трапилось?**» основний мовець, який транслює дискусійні тези – українець чи українка, які відверто говорять до співвітчизників, ретранслюючи їх побоювання та переживання, нерозуміння та упередження, при цьому в процесі діалогу або спілкування з експертами розвінчують деструктивні стереотипи та міфи. Такий спосіб подання інформації дозволяє реалізовувати наративне регулювання з ефективним уникненням певних когнітивних бар'єрів аудиторії, як-то недовіри, підвищеного очікування тощо.

Тематичне наповнення мікромедіа: «Не можемо відмовитись від російського контенту? Український реддіт» (206 переглядів); «Я не хочу на фронт! Український реддіт» (310 переглядів); «"Епідемія" ПТСР: як пережити війну?» (475 переглядів); «Медичний канабіс: все, що треба знати» (117 переглядів); «Меми війни: це увійде в історію» (2,1 тис. переглядів); «Що робити, коли немає світла?» (225 переглядів); «Готуємось зимувати за будь-яким сценарієм» (197 переглядів); «Як не поїхати кукухою від війни: думка психолога» (105 переглядів); «Перша медична допомога: поради парамедика» (318 переглядів); «Ядерна загроза: чи стане Енергодар другим Чорнобилем?» (726 переглядів).

Мікромедіа було засноване професійними журналістками муніципального телеканалу, які шукають способи адаптації важливого контенту під YouTube-формат. Під час аналізу фейків, дезінформації та ворожих наративів не знайдено.

Посилання на сторінку на платформі YouTube:
www.youtube.com/@ashotrapilos

Дата реєстрації на платформі: 16 червня 2022 року

Кількість підписників: 1,21 тис.

Кількість відео: 52

Кількість переглядів: 369 993

Посилання на сторінку на платформі Тік Ток: [tiktok.com/@ashotrapilos](https://www.tiktok.com/@ashotrapilos)

Кількість підписників: 1258

Кількість вподобань: 20,9 тис.

е) **«Січемо. про Запоріжжя»**. Місія мікромедіа: «не такі як всі: створюємо власний контент про Запоріжжя. Факти і цифри про Запорізьку область і Україну в світі». Щодо історії свого створення редкція в інстаграмі зазначила таке: «Війна добила і без того кволе телебачення Запоріжжя. За рік припинили мовлення одразу два телеканали, на яких ми і працювали. Дуже прикро, що місто зникає з інформаційного простору. І якщо телебачення не повернути, чому б не використати доступні нам майданчики – Інстаграм, Telegram і YouTube? Кожен з нас має основну роботу, але ми сумуємо за нашою професією. Тому створили "Січемо"»/. Новини, аналітика, інфографіка, візуалізація даних – контент мікромедіа. У контенті мікромедіа активно циркулюють дописи про корупцію, свавілля місцевої влади, наслідки ракетних ударів по місту, волонтерство, перейменування урбанонімів, що пов'язані з країною-агресором, мотивувальні дописи про неминучу перемогу України, фото краєвидів міста Запоріжжя.

Такий інформаційно-аналітичний канал, як «Січемо. про Запоріжжя» дає змогу аудиторії в інформаційному шумі викристалізувати виклики, ризики, дискусії. Комунікаційні стратегії мікромедіа можуть сприяти низовій мобілізації суспільства та його внутрішній самоорганізації.

Наприклад, у дописі «Дорога у нас охорона» йдеться про те, що КП «Водоканал» замовляє на 2024 рік послуги охорони, громадської безпеки та порядку на об'єктах, які йому підпорядковуються. Коштує охорона 13,4 млн грн, – тендер на Prozorro. Разом із тим, мікромедіа нагадує, що «під час воєнного стану перелік стратегічної інфраструктури оприлюдненню не підлягає, тому скільки об'єктів охоронятимуть за такі страшні гроші –

невідомо. Договір уклали одразу після оприлюднення тендеру, інші учасники навіть його помітити не встигли. Надаватиме охоронні послуги комунальному підприємству Управління поліції охорони у Запорізькій області. Виходить, що в місяць охорона «водних» об'єктів коштує трохи більше 1 мільйона гривень». Оцінні емоції, вписані у воєнний контекст цифрові дані фокусують увагу громадян на важливих суспільних аспектах. Промовисті ліди відповідають на запити свідомих запоріжців: «Ліквідували Пушкіна, Лермонтова та Підмосковну – за два роки у Запоріжжі перейменували понад сто вулиць, провулків та площ», «На Запоріжжі жодна з церков московського патріархату не перейшла до Православної церкви України, – дані Опендатабота», «Водії, утримання автівок та бензин – понад 21 млн грн витратила Запорізька міськрада на пересування посадовців виконавчого комітету протягом 2023 року», «Зменшити видатки на благоустрій та допомагати армії – в Запоріжжі відбулись громадські слухання», «Корупція найбільше турбує українців в питаннях відбудови, – дослідження Transparency International Ukraine» (у каруселі допису якісна інфографіка вартості відбудови Запоріжжя) та інші.

Інстаграм-формат дає змогу авторам залишати акценти для свідомих містян, з опертям на офіційні цифри: «👁️👁️ А що із цінами на відбудову запорізьких багатоповерхівок? Від початку відновлення зруйнованих будинків у мережі час від часу з'являються скандальні розслідування щодо завищеної вартості відбудови. Навіть не фахівцям стає зрозуміло, що ціни могли б бути нижчими 👤♀️... Ми не фахівці у питаннях будівництва та нічого не стверджуємо, просто ділимося цікавим спостереженням, що вразило нас самих 😊» (авт. – останнє речення побудоване як відсилання до цитати міського голови про некомпетентність людей, які закидають про завищені ціни на відбудову міста).

Лінгво-когнітивні маркери мікромедіа чітко вписуються у воєнні наративи прифронтового міста: наприклад, з 667 дописів на сторінці у

Інстаграм у 652 – згадується ЗСУ; захисник у 352 випадках (включно з хештегами); у 50 % в матеріалах мікромедіа зустрічається антагоніст до ЗСУ – поняття «окупант».

В описі Youtube-каналу мікромедіа зазначено так: «Ми – маленька команда професійних телевізійників. Прагнемо створювати якісний і корисний контент про Запоріжжя і область. Починаємо з трьох основних рубрик: резонансні події, огляд закладів та сервісів Запоріжжя і трохи аналітики політики. Тримаємось і підтримуємо один одного».

Найбільше переглядів мають відео, присвячені наслідкам ворожих атак по регіону, зокрема щодо історичних націоідентифікаційних місць, в основному за хештегами #каховськагес #історія #запоріжжя: «Затоплені Січі виринають на сушу: час великих досліджень починається» (13 тис.), «Човен-довбанку дістали археологи на обмілілих берегах острова Хортиця у Запоріжжі» (12 тис.); «Хортиця: наслідки зневоднення острова. Три тижні після підриву Каховської ГЕС» (11 тис.) та ін.

Посилання на сторінку на платформі Youtube:
https://www.youtube.com/@sichemo_zp/community

Посилання на сторінку на платформі Instagram:
https://www.instagram.com/sichemo_zp/

Дата реєстрації: квітень 2022 року.

Кількість дописів: 667

Кількість читачів: 297

Кількість підписників: 429

Посилання на сторінку на платформі Telegram:
https://web.telegram.org/k/#@sichemo_zp

Кількість підписників: 4300

Посилання на сторінку на платформі YouTube:
www.youtube.com/@sichemo_zp

Дата реєстрації на платформі YouTube : 2 травня 2023 року

Кількість підписників: 1,17 тисяч

Кількість опублікованих відео: 256

Кількість переглядів: 714 541

2.2. Аналіз регіональних мікромедіа, що були створені до 24 лютого 2022 року, але після повномасштабного вторгнення набули ознак мікромедіа

У прифронтовому Запоріжжі є актуальним моніторинг наявності ворожих наративів в медіаполі, що трансформувалося внаслідок повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну, та формування відповідних контрнاراتивів. Одним із завдань дослідження є перевірка ефективної дії механізмів управління інформацією на регіональному рівні та використання ефективної системи комунікацій, щоб суспільно важлива інформація доходила до містян та мешканців області оперативно, з використанням усіх наявних технічних засобів.

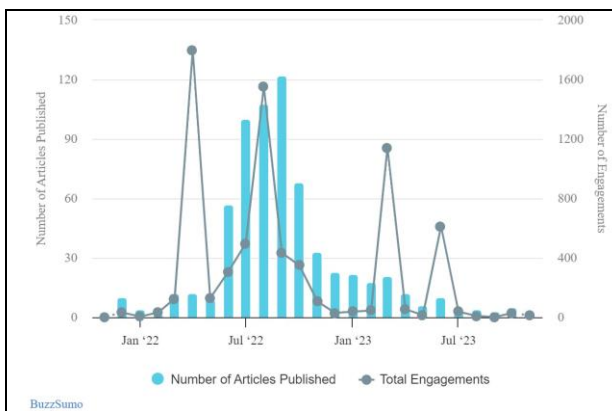
Незважаючи на зменшення обсягів запорізької преси та закриття двох телеканалів – ТРК «Алекс» та «ТВ-5», скорочення ефірного часу на радіостанціях і спад довіри аудиторії, наприклад, до телемарафону «Єдині новини» (Лузан, 2023), традиційні запорізькі ЗМІ залишаються затребуваними серед цільової аудиторії.

Сучасні запорізькі медіа пропонують не лише газетні сторінки та ефірний час, а й власні інформаційні портали. Еволюція запорізьких медіа та зміна підходу їх використання аудиторією, яка завдяки новим технологіям стає активним учасником комунікаційного процесу, привертає увагу до особливостей висвітлення інформації, оскільки сучасний контент може бути створений самими споживачами та потрапляти до інформаційної бульбашки кожного індивіда.

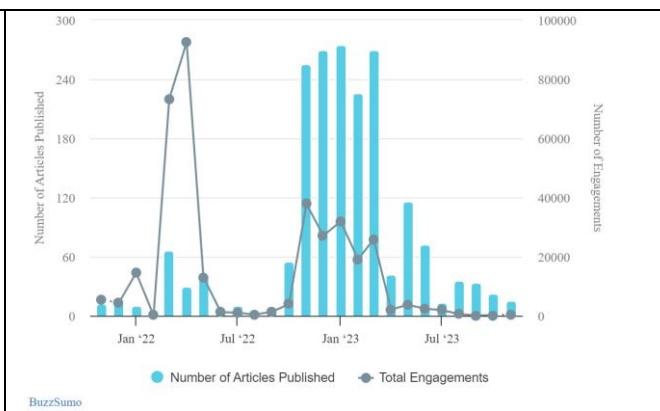
Зростає популярність використання різних каналів поширення для залучення громадськості та збільшення трафіку на сайті, ініціативи, такі як «061.ua», «Forpost.media», «Inform.zp.ua», «Акцент», «Перший запорізький»

та «Актуально», що володіють не лише власними веб-сайтами, але й активними сторінками у соціальних мережах і телеграм-каналах.

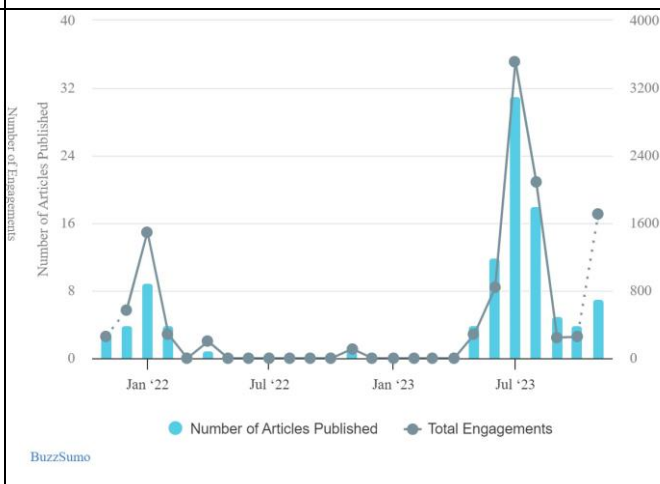
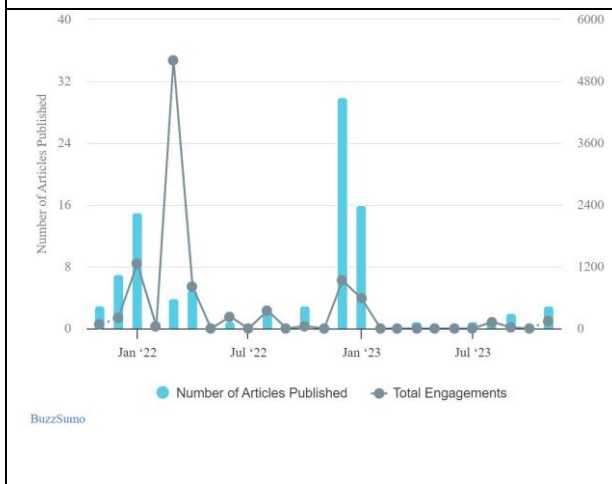
Звертаємо увагу, що в першій квартал повномасштабного вторгнення росії моніторингова програма зафіксувала великі масиви звернень читачів до контенту регіональних медіа, адже шукали бодай якоїсь інформації щодо подій в місті та країні. Ми відзначаємо розбіжності, точніше принципову невідповідність попиту та пропозиції – кількість опублікованих матеріалів була не співмірна показникам цікавості аудиторії до мікромедіа (зокрема, кількості звернення аудиторії до платформ). Люди активно зверталися до перевірених джерел інформації, але не отримували бажаного. На нашу думку, це можна пояснити загальним станом афекту, в якому опинилася вся країна. Перші місяці робота редакцій була зупинена, масово почалися з'являтися телеграм-канали офіційних державних структур, що намагалися швидко і масово повідомляти про оперативні події на фронті чи міжнародній арені; про рух евакуаційних потягів чи загрозу ракетних ударів.



1news.zp.ua



061.ua



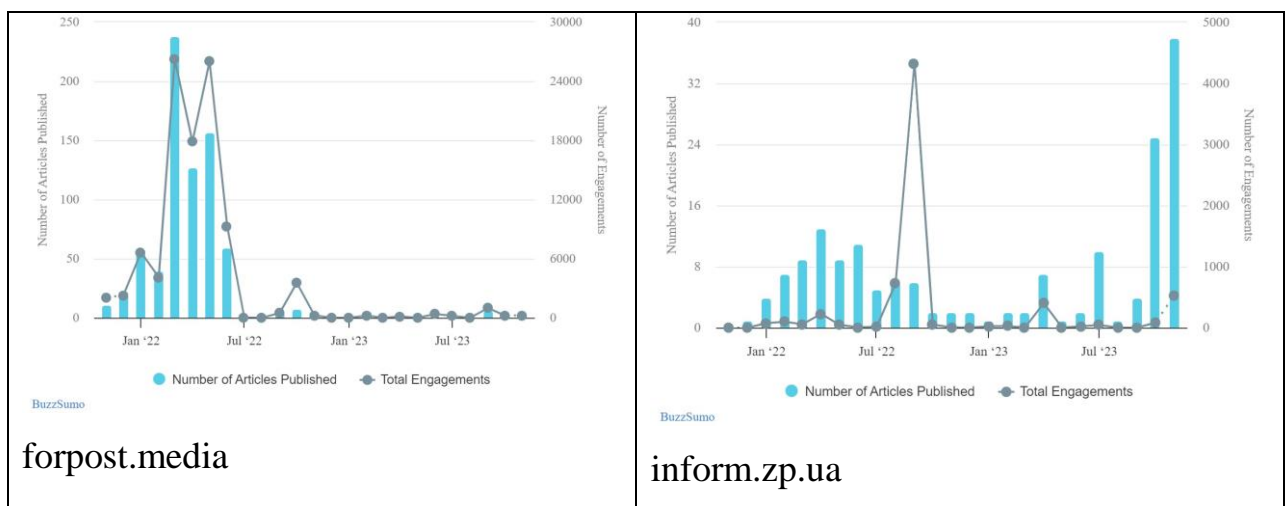
actual.today

akzent.zp.ua

Показники співмірності кількості опублікованих матеріалів та кількості звернень аудиторії до них на сторінках «061.ua», «Акцент», «Перший запорізький», «Актуально», що набули ознак мікромедіа після 24 лютого 2022 року.

Сукупність перелічених факторів зумовило появу нових мікромедіа після 24 лютого 2022 року з абсолютно новим підходом до редакційної політики.

Зусилля, вкладені у створення суспільно важливого контенту на сторінках forpost.media та inform.zp.ua для аудиторії Запоріжжя, допомогли споживачам інформації в орієнтуванні під час перших місяців повномасштабного вторгнення.



Показники співмірності кількості опублікованих матеріалів та кількості звернень аудиторії до них на сторінках «Forpost.media», «Inform.zp.ua», що набули ознак мікромедіа після 24 лютого 2022 року.

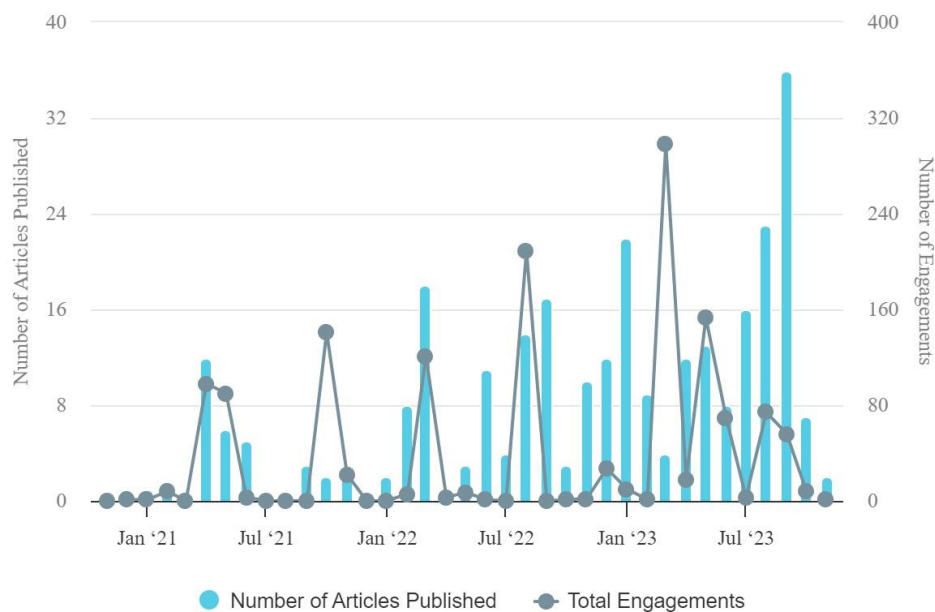
У контексті роботи forpost.media моніторингова програма чітко фіксує співмірність кількості опублікованих матеріалів і цікавості аудиторії до них. Це свідчить, на нашу думку, про оперативне реагування журналістів на підвищення трафіку медіа, а отже, як наслідок, продукування матеріалів відповідної користі для дезорієнтованої аудиторії. Дещо інша ситуація з

inform.zp.ua: у перші місяці повномасштабного вторгнення контент оперативно наповнювався, але не було зафіксовано цікавості до ресурсу.

Наприклад, такі ЗМІ, як «061.ua», «Forpost», «Inform.zp.ua», «Перший запорізький», «Актуально», активно використовують платформу Телеграм для взаємодії зі своєю аудиторією.

Додатковим інструментом для збору миттєвого відгуку про запити аудиторії є проведення періодичних опитувань у запорізьких мікромедіа та на їхніх сторінках у соціальних мережах. Це дозволяє отримати швидкий відгук щодо того, які теми цікавлять читачів, що вони вважають важливим та наскільки зрозумілою є надана інформація.

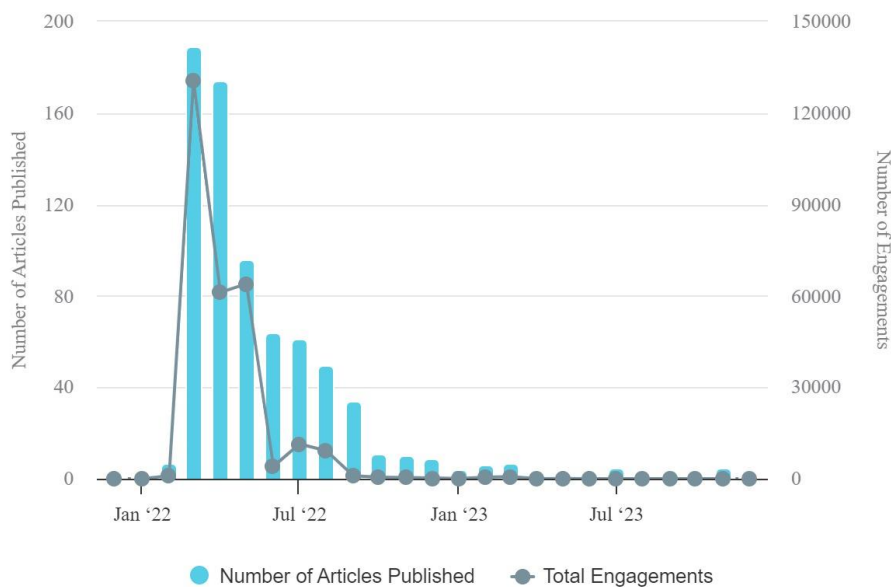
Важливо зазначити, що регіональні мікромедіа все більше використовують індивідуальні сторінки осіб у соціальних мережах (персональні мікромедіа), таких як Альберт Павлов, голова благодійного фонду «Щаслива дитина», Анжеліка Белова, громадська діячка, представниця ромської громади, та інші, для виокремлення лідерів думок, що транслюють національні наративи в умовах війни, в умовах посиленої інтервенції інформаційних кордонів у тому числі. На початкових етапах війни, коли журналісти стикалися з труднощами у перевірці інформації від владних органів, саме повідомлення на особистих сторінках Анатолія Куртева, Олександра Старуха та інших у соціальних мережах задовольнили інформаційну потребу. Діаграма демонструє, що найчастіше запорізькі онлайн-медіа зверталися до інформації на сторінках Запорізької міської ради та ЗОВА, особливо по п'ятницях та неділях, коли виходили короткі інформаційні ролики з підсумками від Олександра Старуха.



BuzzSumo

Показники співмірності кількості опублікованих матеріалів та кількості звернень аудиторії до них на сторінках онлайн медіа ЗОВА.

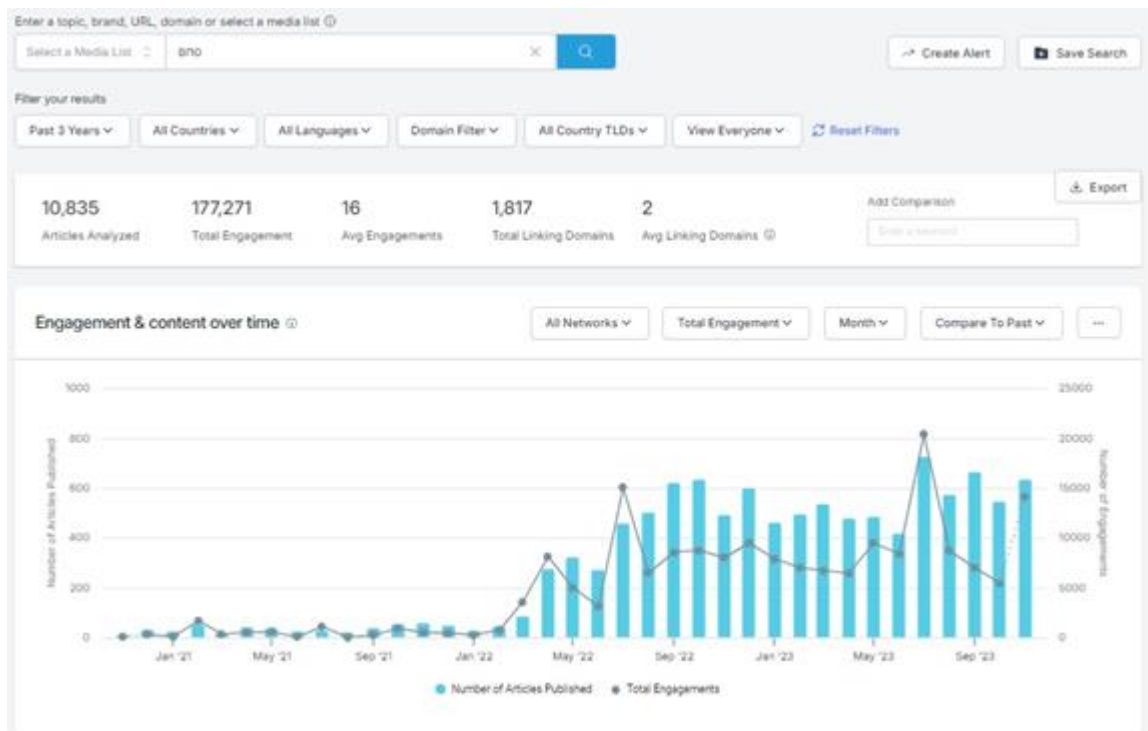
В умовах війни фреймінг як комунікаційна стратегія реалізовувався завдяки концептуалізації дихотомії «свій – чужий». Так, і в регіональних мікромедіа з'явилася конотація «орк» як ідентифікація ворога. Аналіз частоти вживання терміна «орки» на сторінках видань, таких як «061.ua», «Forpost.media», «Inform.zp.ua», «Акцент», «Перший запорізький» та «Актуально», за останні два роки повномасштабного вторгнення свідчить про певні зміни в його використанні. Зазначимо, що частотність вживання цього терміна стосовно російських загарбників значно зменшилася, що можна пояснити реакцією Комісії з журналістської етики, яка висловила свої рекомендації щодо вживання неологізмів у публікаціях та ефірах українських ЗМІ, зокрема такі як «орки» чи «орк». Комісія застерегла редакції від використання цих евфемізмів, рекомендуючи утримуватися від них для забезпечення юридичної точності, оскільки російські військові злочинці повинні бути названі відповідно до юридичної кваліфікації, щоб уникнути зміни фактичної інформації (Орки, 2022).



BuzzSumo

Частота вживання евфемізму «орк» на позначення росіян від початку повномасштабного вторгнення росії в Україну

У концепті «Свій» ще з 2014 року сформувалася смислова репрезентація «ВПО (внутрішньо переміщена особа)» році, проте згадування цього поняття в запорізьких мережевих медіа значно зросло саме з 24 лютого 2022 року. Діаграма ілюструє частоту згадок про ВПО за період з 2021 по 2023 роки. Загалом було проаналізовано майже 11 тисяч статей у запорізьких онлайн-медіа.



Частота вживання поняття «ВПО» у запорізьких онлайн-медіа від початку повномасштабного вторгнення росії в Україну

Динаміка згадувань ВПО у запорізьких онлайн-медіа у порівнянні з 2014 року та після широкомасштабного вторгнення демонструє зменшення дискримінаційних конотацій. Інтерв'ю з ВПО, опубліковані на веб-сайтах «061.ua», «Forpost.media», «Inform.zp.ua», «Акцент», «Перший запорізький» та «Актуально», демонструють той факт, що контекстуалізації відповідей, розумінню характеру та психології героя інтерв'ю сприяє розуміння журналістом контексту, яке посилюється значно після 24 лютого 2022 року.

Експертне обговорення під час науково-практичного круглого столу «Запорізькі інституціалізовані мікромедіа: потенціал самоідентифікації регіону та його інформаційної безпеки», що був проведений в онлайн-форматі 28 листопада 2023 року, засвідчило спостереження про те, що емоційний складник, відчуття співпричетності, усвідомлення небезпеки – персональної та загальнодержавної – вплинули на актуалізацію професійної ролі журналістів в умовах війни.

Моніторингова програма також засвідчила ймовірні регулювальні закономірності в наповненні офіційних веб-сайтів державних органів влади. Так, динаміка реакцій аудиторії в мережевій комунікації державних органів місцевої влади засвідчила ймовірне зовнішнє втручання у її регулювання. Наприклад, кількість переглядів веб-сайту Запорізької обласної державної адміністрації значно зросла після серії пікетів щодо вимагання громадськістю притягнення винних за розкрадання гуманітарної допомоги. І це стало співмірним зі збільшенням кількості матеріалів на офіційному сайті про конструктивну діяльність ЗОВА, а охоплення публікацій у Facebook зросло в чотири рази. Таку ситуацію можна, ймовірно, пояснити авторським регулюванням, адже кожен матеріал із позитивною конотацією щодо діяльності ЗОВА отримував велику кількість позитивних реакцій та

поширення повідомлення у всіх соціальних мережах, де існують сторінки комунальних підприємств, персональні сторінки керівників КП.

Багато матеріалів онлайн-видань «061.ua», «Forpost.media», «Inform.zp.ua», «Акцент», «Перший запорізький» та «Актуально» присвячено військовим, їх історіям, регіону, з якого вони родом, що, звичайно, сприяє наповненню нарративу єдності громадянського суспільства в умовах війни. Важливим є також фактор емпатії, оскільки журналісти під час комунікації з військовими в межах етичних норм висловлюють їм своє захоплення і вдячність за їхню службу, що укріплює позитивне ставлення до військових.

Більшість регіональних журналістів особисто вирушали в прифронтіві зони, часто у співпраці з волонтерами або за власний кошт, що визначало основний фокус їхніх матеріалів.

<p style="text-align: center;">1news.zp.ua</p> <p>Період: 2021–2023</p> <p>Кількість проаналізованих статей: 671</p> <p>Залученість: 7383</p> <p>Середнє значення залученості: 11</p> <p>Кількість доменів: 15</p> <p>Середня кількість доменів: 1</p>	<p style="text-align: center;">061.ua</p> <p>Період: 2021–2023</p> <p>Кількість проаналізованих статей: 1900</p> <p>Залученість: 364193</p> <p>Середнє значення залученості: 191</p> <p>Кількість доменів: 41</p> <p>Середня кількість доменів: 1</p>
<p style="text-align: center;">actual.today</p> <p>Період: 2021–2023</p> <p>Кількість проаналізованих статей: 95</p> <p>Залученість: 9938</p> <p>Середнє значення залученості: 104</p> <p>Кількість доменів: 1</p> <p>Середня кількість доменів: 1</p>	<p style="text-align: center;">akzent.zp.ua</p> <p>Період: 2021–2023</p> <p>Кількість проаналізованих статей: 102</p> <p>Залученість: 10786</p> <p>Середнє значення залученості: 105</p> <p>Кількість доменів: 2</p> <p>Середня кількість доменів: 1</p>

forpost.media	inform.zp.ua
Період: 2021–2023	Період: 2021–2023
Кількість проаналізованих статей: 757	Кількість проаналізованих статей: 163
Залученість: 100982	Залученість: 6460
Середнє значення залученості: 133	Середнє значення залученості: 39
Кількість доменів: 9	Кількість доменів: 2
Середня кількість доменів: 1	Середня кількість доменів: 2

Зауважимо, що показники не є порівнювальними, оскільки редакційна політика, тематичний обсяг та принципи наповнення аналізованих видань різняться. Спільною характеристикою для всіх аналізованих видань є порівняно невелика кількість власних аналітичних матеріалів, що розвінчують ворожі наративи. Авторськими або створеними на власному репортажному матеріалі зазвичай є публікації про військових із регіону, а також ВПО, мобілізацію та волонтерів. Та загалом ключовою проблемою, що значною мірою обумовлює всі наступні, є вторинність більшості матеріалів.

Питання висвітлення спротиву ворожим наративам в запорізьких мережевих медіа є актуальним і важливим, оскільки це безпосередньо стосується проблем інформаційної безпеки країни, її територіальної цілісності та ментальної єдності і визначеності національної ідеї.

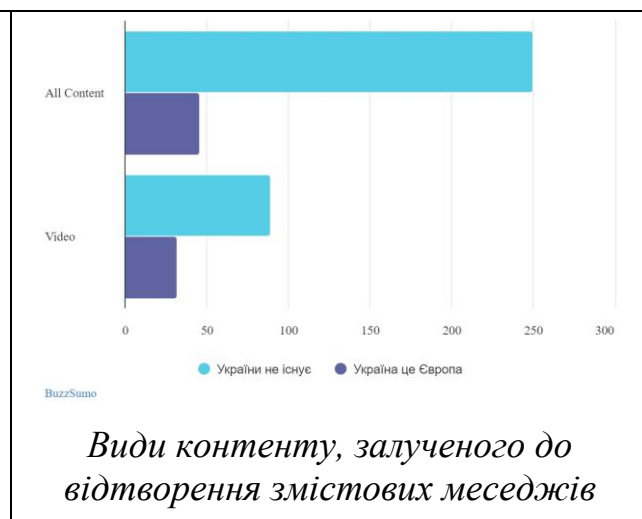
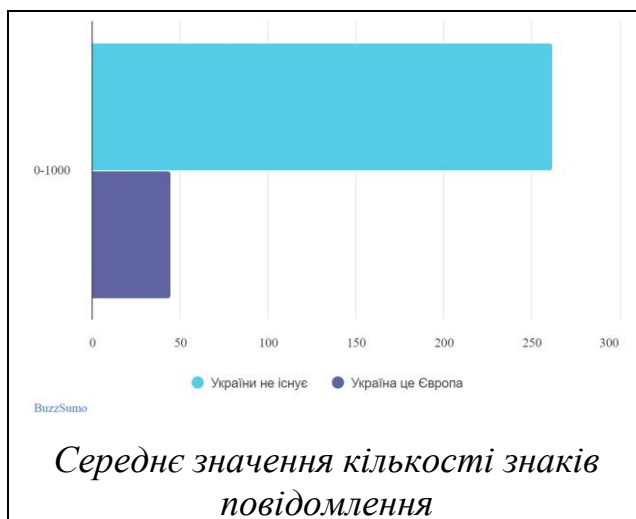
2.3. Результати порівняльного аналізу особливостей функціонування ворожих (російських) та національних наративів в запорізькому медіасередовищі.

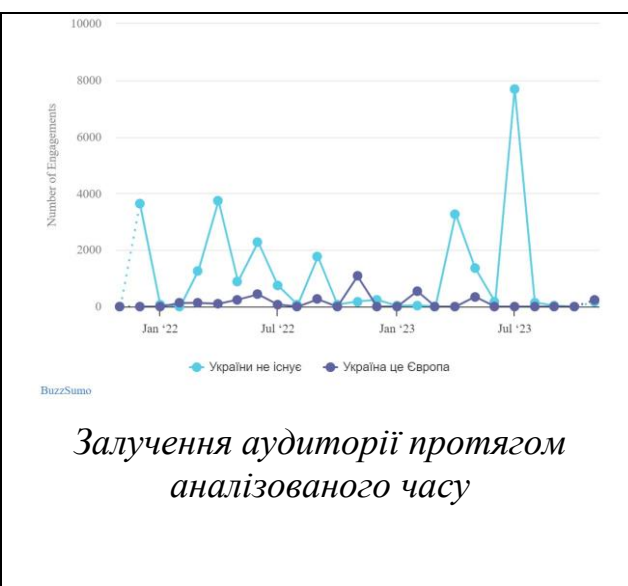
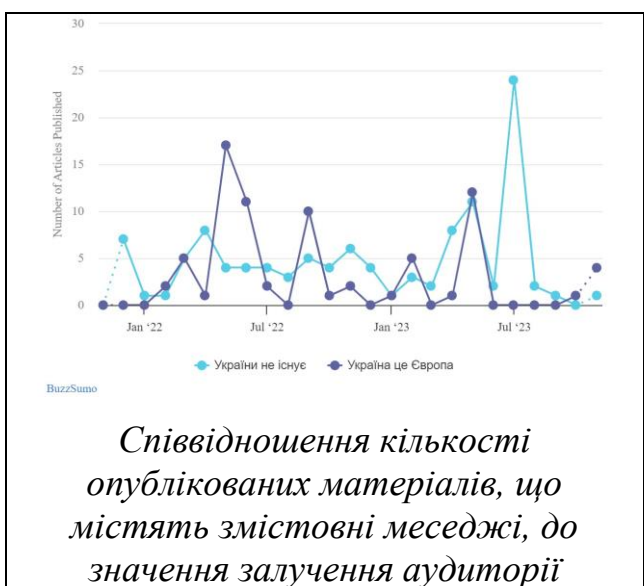
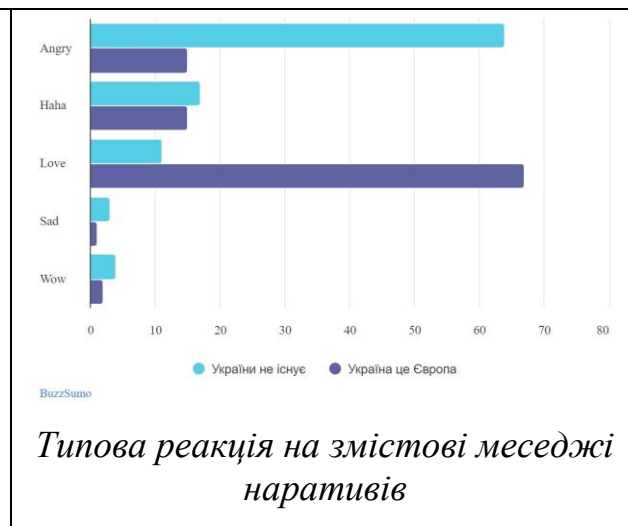
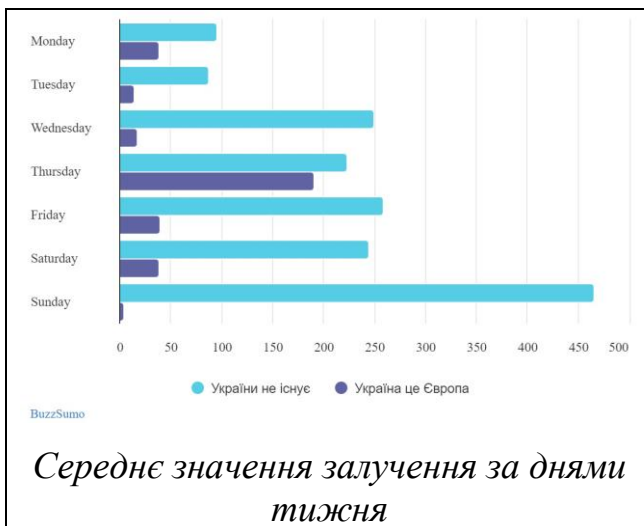
У запорізькому медіасередовищі у битві наративів – ворожих і національних – залишаються такі концепти «Україна-НАТО», «Україна-Захід», «Україна це Європа», і на противагу їм – «Україна-росія», «України не існує». Типова схема матеріалів: окреслення конфлікту між антагоністами та головними героями та використанням т.зв. драматичний трикутник, який

визначає відносини між звіром, тобто антагоністом, жертвою, тобто головним героєм, та її рятівником.

*Порівняльний аналіз наративів
УКРАЇНИ НЕ ІСНУЄ – Україна – ЦЕ ЄВРОПА
у світових медіа*

УКРАЇНИ НЕ ІСНУЄ	УКРАЇНА ЦЕ ЄВРОПА
Період: 2021–2023	Період: 2021–2023
Кількість статей за темою: 111	Кількість статей за темою: 75
Залученість: 27792	Залученість: 3445
Середнє значення залученості: 250	Середнє значення залученості: 45
Кількість доменів: 32	Кількість доменів: 24
Середня кількість доменів: 2	Середня кількість доменів: 2
Домени: tsn.ua, youtube.com, gordonua.com.	Домени: youtube.com.





**Порівняльний аналіз наративів
УКРАЇНИ НЕ ІСНУЄ – УКРАЇНА – ЦЕ ЄВРОПА
у запорізьких мікромедіа**

УКРАЇНИ НЕ ІСНУЄ
Період: 2021-2023
Кількість статей за темою: 791
Залученість: 19984
Середнє значення залученості: 252
Кількість доменів: 31
Середня кількість доменів: 2

УКРАЇНА – ЦЕ ЄВРОПА
Період: 2021-2023
Кількість статей за темою: 45
Залученість: 1458
Середнє значення залученості: 32
Кількість доменів: 20
Середня кількість доменів: 2

Підсумок: основні показники результатів порівняльного аналізу функціонування наративів «УКРАЇНИ НЕ ІСНУЄ» – «УКРАЇНА – ЦЕ ЄВРОПА» у світових медіа та у запорізьких мікромедіа збігаються, а саме:

Середнє значення залучення за днями тижня

Співвідношення кількості опублікованих матеріалів: від початку широкомасштабного вторгнення спостерігаємо різке збільшення появи повідомлень, що містять, відповідно до наративів, аргументи та псевдоаргументи, співмірно з актуальними подіями протягом аналізованого періоду.

Залучення аудиторії протягом аналізованого часу: попри різке збільшення кількості матеріалів ми відзначаємо, що залученість аудиторії до повідомлень наративу «Україна – це Європа» залишається вкрай низькою, що вказує або на неефективне просування національного наративу, або на потужне просування ворожого, російського.

Типова реакція аудиторії на змістові меседжі наративів: несхвалення наративу «України не існує» та підтримка – «Україна – це Європа».

Середнє значення кількості знаків повідомлення: розмір матеріалів варіюється від замітки до аналітичної статті, більше повідомлень, що транслюють наратив «України не існує», і в 5 разів менше, що транслюють наратив «Україна – це Європа».

Види контенту, залученого до відтворення змістових меседжів: відео.

Середнє значення залучення за днями тижня: неділя – для «України не існує» (що свідчить, ймовірно, про маніпулятивний задум організації контент-плану – надавати стратегічну інформацію у вихідний день, у період високої ймовірної залученості аудиторії).

2.4. Особливості функціонування ключових слів, що складають дискурс запорізьких мікромедіа.

Система хештегів – це платформа для легкого й швидкого створення повідомлень і висловлення поглядів і думок, тобто інструмент зміни. За правилами системи завжди є домінуючий елемент або надпопулярний хештег.

Складником нарративного підходу є концепти-маркери-ключові слова, що демонструють тематичні домінуючі мікромедіа:

- Зважаючи на регіональний дискурс Запоріжжя, який в умовах війни імплементується в безпекову концепцію країни і світу через концепт «Запорізька атомна електростанція (ЗАЕС)», що, звичайно, в аналітичних, прогностичних інформаційних «вузлах» «підтягує» концепти Чорнобиля та Фукусіми;
 - прикордонний статус із стратегічними напрямками – Херсоном, Донецьком;
 - концепт «Крим», який виникає через постійно трансльований нарратив «Щоб дістатися Криму, потрібно звільнити Мелітополь».

Відповідно, для отримання емпіричних даних проведеного дослідження у вигляді категоріальних показників застосованої моніторингової програми для аналітичної роботи з контентом, хештегами тощо, виявлення трендів та тенденцій, індексування посилань – BuzzSumo варто було обрати кластер ключових слів, які б становили тематичні домінуючі, зберігаючи актуальність для Запорізького регіону, у світовому, загальнонаціональному та регіональному вимірах, тож і пошук здійснювався українською, англійською та російською мовами.

Англійською мовою: Chernobyl nuclear disaster; Crimea; crimean bridge; donetsk people's republic; luhansk people's republic; russia; Ukraine; Zaporizhzhia; ZP;

Українською та російською мовами: Війна в Україні; ЗАЕС; Російсько-українська війна; Херсон Україна; АЕС; ДНР; ЄС; Запоріжжя; Крим; ЛНР; НАТО; Херсон-Запоріжжя.

Цікаво було простежити наративні упередження чи панівні наративи в різних медіапросторах (пошук за трьома мовними пропозиціями забезпечив реалізацію цього завдання) у результаті компаративного аналізу виокремленого контенту. Тож, такі концептуальні тріади для пошуку допомогли виявити певні тенденції: Ukraine-Україна-Украина; Донбас-Донбасс; ЄС Україна; ЛНР-ДНР-Крим; НАТО-Україна; Ukraine-Україна-Украина; russia-росія-россия; zaporizhzhia-Запоріжжя-Запорожжє; Чорнобиль-Фукусіма-ЗАЕС; Війна в Україні-Война в Украине- war in Ukrain; ЛНР-ДНР-Крим.

Аналіз присутності хештегів в запорізьких мікромедіа

CHERNOBYL NUCLEAR DISASTER

Період: 2021-2023

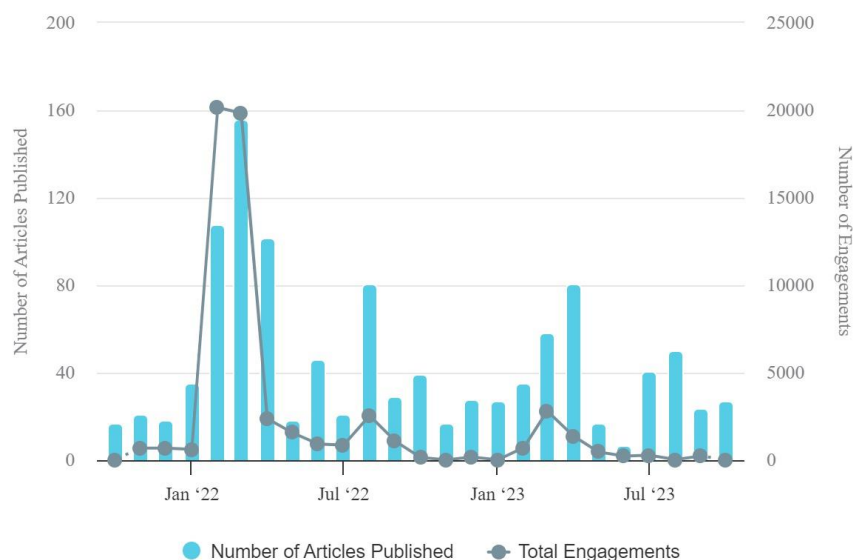
Кількість статей за темою: 1087

Залученість: 57951

Середнє значення залученості: 53

Кількість доменів: 453

Середня кількість доменів: 3



BuzzSumo

Панівні наративи: «Окупація ЗАЕС російськими військовими несе загрозу техногенної катастрофи, що дорівнює масштабам трагедії Чорнобильської АЕС»: «Працівники атомних електростанцій – люди, які є охоронцями

найпотужнішого джерела енергії – мирного атому», «...питання безпеки атомних об'єктів знову стало одним з головних не лише для нашої країни, а й світової спільноти» («061», 14 грудня 2023 р.), «...російські військові захопили ЧАЕС та почали окопуватись у рудому лісі, що навколо ЧАЕС» («061», 14 грудня 2023 р.); «...найбільша техногенна катастрофа в історії людства – аварія на Чорнобильській АЕС» («061», 26 квітня 2023 р.); «...значний витік радіоактивних матеріалів, що спричинило смертельну загрозу для українців» («061», 26 квітня 2023 р.); «...найсерйозніші наслідки для здоров'я людини та довкілля проявляються в зоні відчуження, що була створена навколо Чорнобильської АЕС» («061», 26 квітня 2023 р.); «...якщо ж пожежа станеться, наприклад, через випадкову детонацію боєкомплекту, то її масштаби можуть дорівнювати тій, яка відбулася під час аварії на ЧАЕС» («Перший запорізький», 23 липня 2023 р.).

КРИМ

Період: 2021-2023

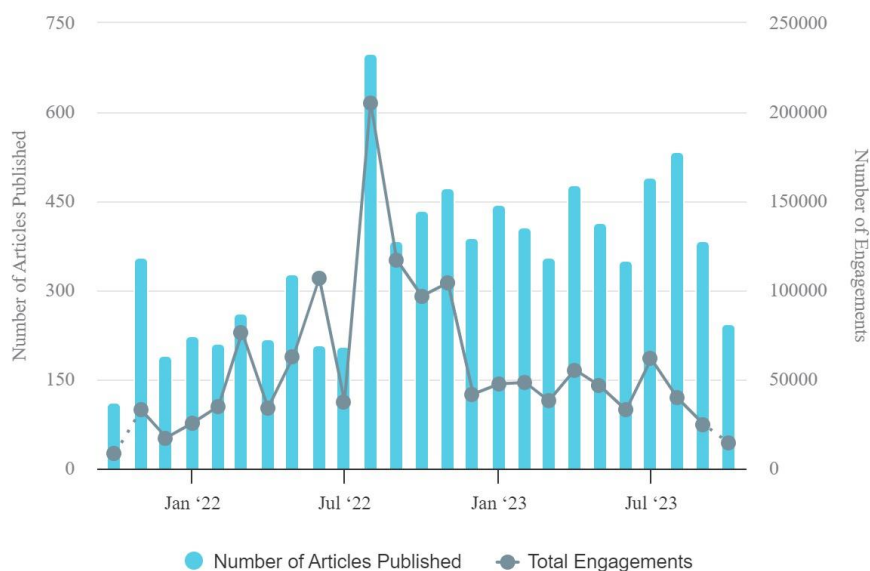
Кількість статей за темою: 8653

Залученість: 1404697

Середнє значення залученості: 162

Кількість доменів: 2798

Середня кількість доменів: 1



BuzzSumo

Панівні наративи: *«Деокупація Криму – категоричний імператив української нації»*. «Загальна оцінка розвідників щодо заходу українських Збройних сил у тимчасово окупований Крим не змінилась, але строки слід корегувати», «Україна безумовно поверне Крим» («Акцент», 13 жовтня 2023 р.), «Напрямок весняного контрнаступу ЗСУ будуть Мелітополь та Бердянськ, звільнення яких дозволить деокупувати Крим» («Актуально», 2 березня 2023 р.), «...вже 2014 року, з анексії українського Криму та частини Донбасу» («061», 30 січня 2023 р.), «Втрата російської федерацію Криму буде означати серйозний удар по політичному режиму рф» («061», 28 грудня 2022 р.), «...скоро в нашому Криму ми будемо вільно відпочивати, працювати» («061», 20 жовтня 2023 р.).

CRIMEAN BRIDGE

Період: 2021-2023

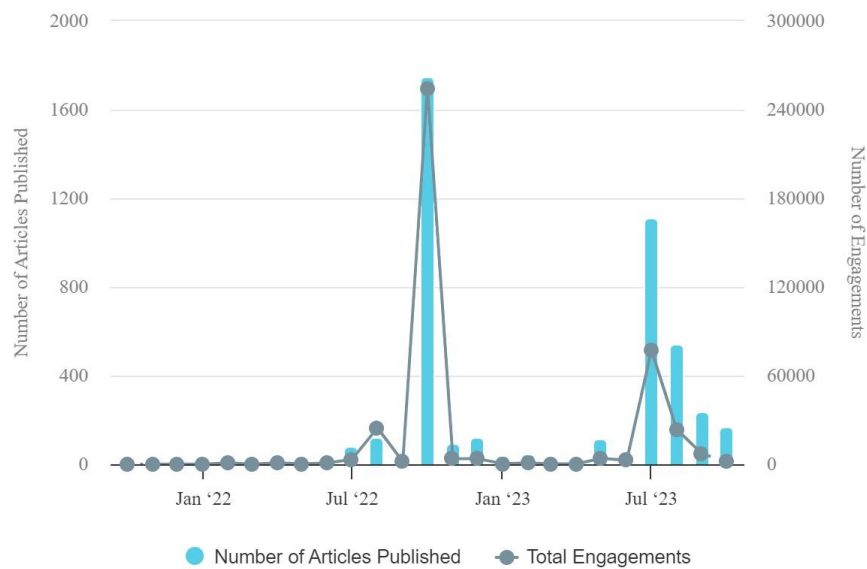
Кількість статей за темою: 4543

Залученість: 412424

Середнє значення залученості: 90

Кількість доменів: 3691

Середня кількість доменів: 5



BuzzSumo

Панівні наративи: «Незаконно збудований російськими окупантами кримський міст має символічну, стратегічну цінність для Росії та є фізичним втіленням мети Путіна захопити Україну»: «...кінець наступу РФ і Кримському мосту» («Акцент», 13 жовтня 2023 р.) «...кримський міст має особисту цінність для російського диктатора» («061», 10 березня 2022 р.), «...міст є стратегічно важливим, оскільки з'єднує Краснодарський край Росії з окупованим Кримом» («Актуально», 2 травня 2022 р.), «...кримський міст є важливою артерією для забезпечення окупованого півострова як щоденними потребами, так і постачанням для військових» («Inform.zp», 21 листопада 2022 р.), «...міст має величезне символічне значення для Росії» («А що трапилось?», квітень 2022 р.) «...фізичне вираження мети Путіна захопити Україну», «...незаконно збудований Росією міст» («Січемо», 1 лютого 2023 р.), «...недовговічна, незаконна забудова» («Перший запорізький», 21 квітня 2022 р.).

DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC

Період: 2021-2023

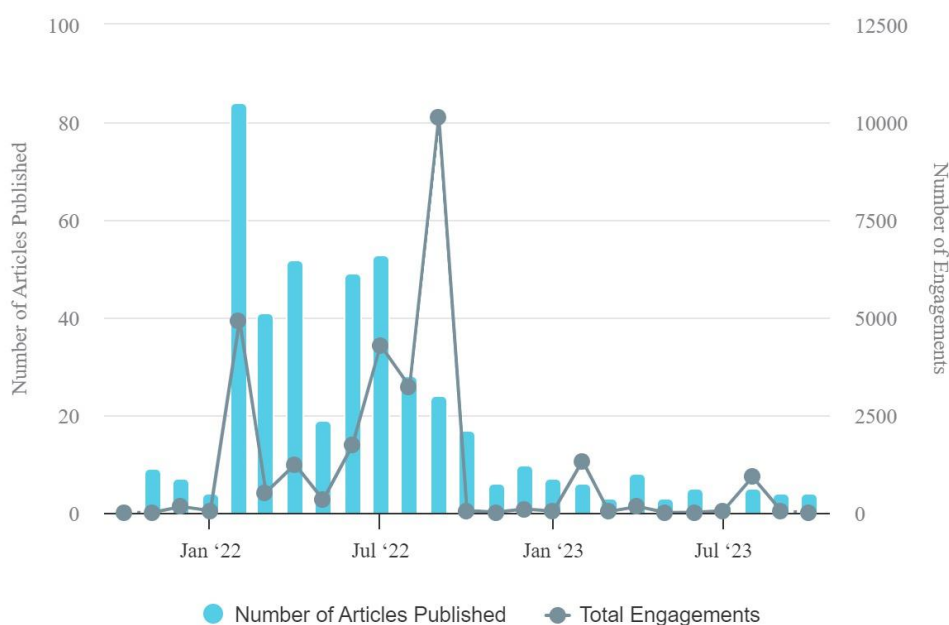
Кількість статей за темою: 449

Залученість: 29379

Середнє значення залученості: 65

Кількість доменів: 639

Середня кількість доменів: 7



BuzzSumo

Панівні наративи: «Єдиний шанс для відновлення Донбасу – повна деокупація від російських військ»: «Росія намагається не допустити відновлення Донбасу Україною» («061», 3 червня 2022 р.), «...перетворити Донбас на вічні руїни...» («061», 5 червня 2022 р.), «...Маріуполь розквітав, а Донецьк руйнувався...» («Перший запорізький», 13 червня 2022 р.), «...Донецьк руйнувався від злиднів, відсутності ефективної влади, без технологій, великого бізнесу, без перспектив...» («061», 3 червня 2022 р.), «...Росія намагається вкрати перспективу всього Донбасу і назавжди...» («Форпост», 3 червня 2022 р.), «Окупація Росією – вирок для Донбасу» («Актуально», 3 травня 2022 р.), «Під окупацією Росії можна розраховувати лише на допомогу ”братській” Еритреї» («Січемо», 13 березня 2022 р.), «...за трупами мешканців Донбасу вже йде російська окупаційна армія...» («061», 3 червня 2022 р.), «...єдиний шанс для Донбасу – повна деокупація від російських військ...» («inform.zp», 3 червня 2022 р.).

UKRAINE

Період: 2021-2023

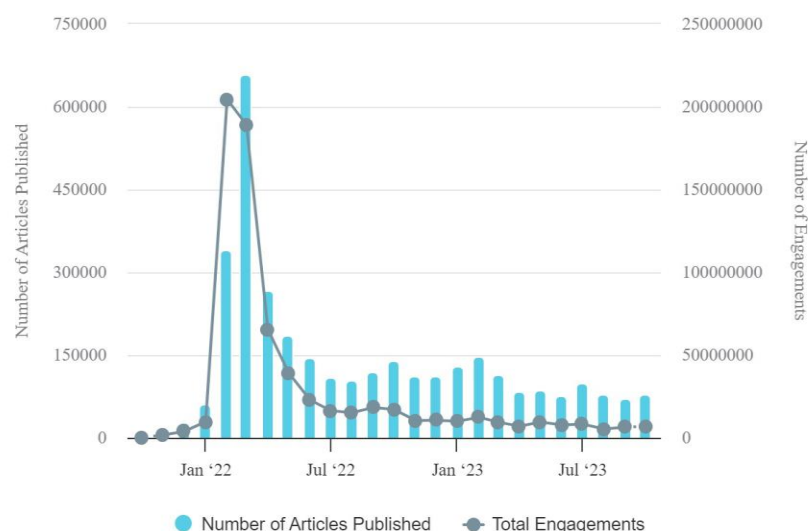
Кількість статей за темою: 3323562

Залученість: 704181606

Середнє значення залученості: 211

Кількість доменів: 3258043

Середня кількість доменів: 6



BuzzSumo

Панівні наративи: *«Майбутнє незалежної України – перемога у протистоянні російським загарбникам, прозоре та ефективне відновлення, повноцінне членство в ЄС, зростання національної ідентифікації громадян»:* «Країни Заходу досягли згоди у питанні передачі Україні заморожених золотовалютних резервів Росії» («Відбудова. Запоріжжя», 12 жовтня 2023 р.), «У разі аварії на Запорізької АЕС постраждає не лише Україна, а вся Європа» («Форпост», 11 серпня 2022 р.), «Попри війну український бізнес продовжує працювати» («Відбудова. Запоріжжя», 18 липня 2023 р.), «Росія мусить відповісти за воєнні злочини й руйнування, які її війська спричинили Україні», «...підтримати Збройні сили України, які невтомно працюють на захист ... незалежності та майбутнього України» («Форпост», 26 січня 2023 р.), «Німеччина підтримує повноцінне членство України в ЄС у майбутньому» («Відбудова. Запоріжжя», 11 липня 2023 р.), «...досвід

відродження Маріуполя може стати корисним іншим зруйнованим містам України», «сприяти звільненню України від загарбників» («061», 18 січня 2023 р.), «...зруйнована російськими окупантами...», «...зруйнована російськими обстрілами...», «Україну чекає перемога» («061», 9 січня 2023 р.), «На Україну чекає етап відновлення. І він має пройти прозоро та ефективно, економічно обґрунтовано» («Відбудова. Запоріжжя», 18 липня 2023 р.), «...зростає динаміка самоідентифікації жителів як громадян України...» («Актуально», 21 травня 2023 р.), «...відчуття європейської ідентичності...» («Відбудова. Запоріжжя», 12 листопада 2022 р.), «Посольства України по всьому світу зараз ведуть переговори про усунення "помилки" у сфері картографії та недопущення їх надалі» («Січемо», 21 червня 2022 р.), «Відчуття радянської ідентичності також досі фіксується, проте у незначній кількості» («Акцент», 11 жовтня 2023 р.).

ZAPORIZHZHIA

Період: 2021-2023

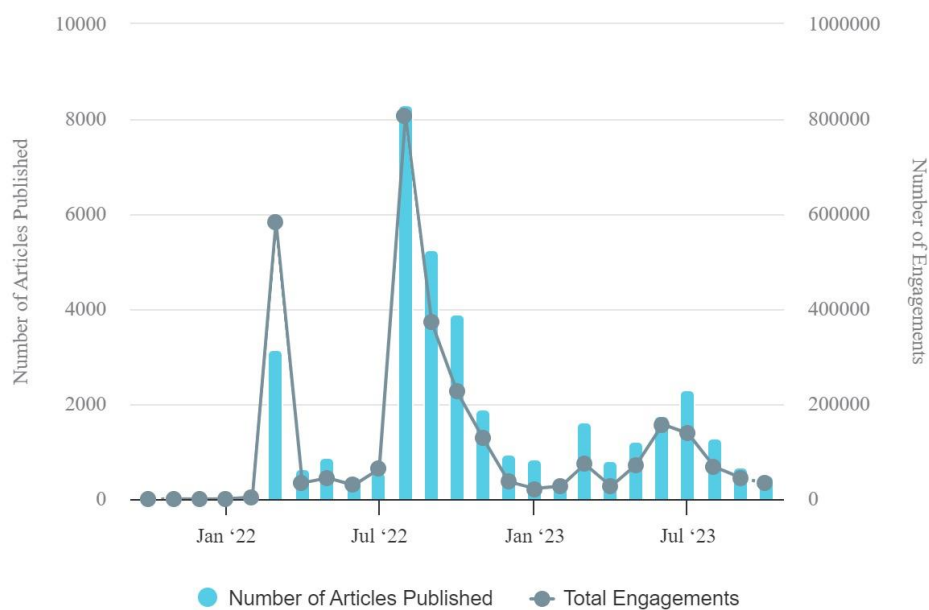
Кількість статей за темою: 37480

Залученість: 2972611

Середнє значення залученості: 79

Кількість доменів: 30513

Середня кількість доменів: 4



BuzzSumo

Панівні наративи: «Звільнення Запорізької області є стратегічним чинником деокупації всього українського півдня»: «Мелітополь – це “вишенька” “кримського торта» («Актуально», 2 березня 2023 р.), «Напрямок весняного контрнаступу ЗСУ будуть Мелітополь та Бердянськ, звільнення яких дозволить деокупувати Крим» («Актуально», 2 березня 2023 р.), «Звільнення Запорізької області є ключем до деокупації всього півдня» («Актуально», 29 листопада 2022 р.), «...рашисти бояться деокупації Запорізької області» («Актуально», 29 листопада 2022 р.), «Окупанти продовжують тримати в заручниках населення Запорізької, Херсонської, Луганської та Донецької областей» («Актуально», 29 листопада 2022 р.), «Результат війни з Росією визначиться у Запорізькій області» («Актуально», 12 листопада 2022 р.), «За версією пропагандистів рф – іноземні найманці, а насправді ж – діти та цивільні гості Запоріжжя» («Січемо», 12 травня 2023 р.), «Запоріжжя на довгий час стане останнім форпостом для судноплавства», «Геть московських попів із Запоріжжя» («Січемо», 12 травня 2023 р.), «Війна добила і без того кволе телебачення Запоріжжя. За рік припинили мовлення одразу два телеканали, на яких ми і працювали» («Січемо» 23 квітня 2023 р.).

ВІЙНА В УКРАЇНІ

Період: 2021-2023

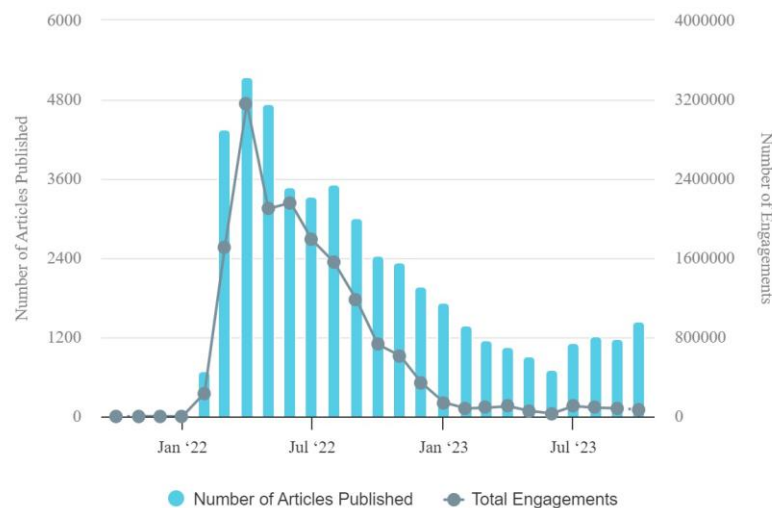
Кількість статей за темою: 46226

Залученість: 16376131

Середнє значення залученості: 354

Кількість доменів: 14447

Середня кількість доменів: 1



BuzzSumo

Панівні наративи: «У фокусі трагічних наслідків війни Росії проти України – вбивства цивільних, заміновані території»; «Прогнози довготривалої війни та пошуки ресурсів для протистояння»: «Війна в Україні убила не менше 488 дітей» («Актуально», 14 червня 2023 р.), «Україна – найбільш замінована країна у світі» («Січемо», 11 жовтня 2023 р.), «Війна в Україні може тривати кілька років» («Актуально», 14 квітня 2023 р.), «Росія завжди буде загрозою для України» («Січемо», 10 травня 2023 р.), «...війна в Україні нібито відволікає від загрози голоду в деяких країнах...» («Актуально», 15 серпня 2022 р.), «Суверенна! Незалежна! Демократична! Саме така наша Україна, відповідно до своєї самоідентичності» («Січемо», 2 листопада 2022 р.), «Війна в Україні може затягтися на 10 років» («Актуально», 15 червня 2022 р.), «...артилерійська війна...» («Актуально», 10 червня 2022 р.), «Однією з причин [перемоги України] може стати конфлікт усередині країни-

агресора, яка стала вигнанцем під сильним санкційним тиском» («Актуально», 27 травня 2022 р.).

ЗАЕС

Період: 2021-2023

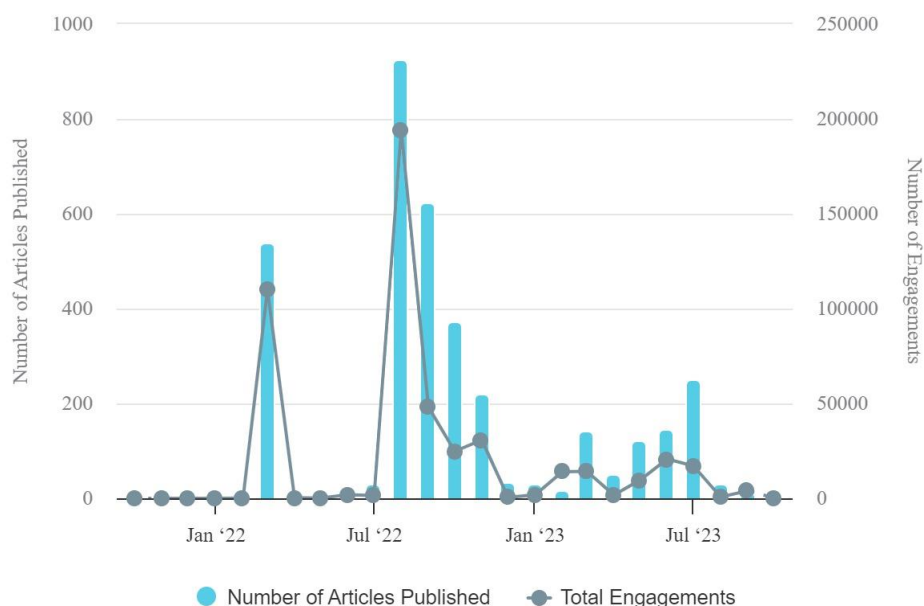
Кількість статей за темою: 3616

Залученість: 495868

Середнє значення залученості: 137

Кількість доменів: 4503

Середня кількість доменів: 5



BuzzSumo

Панівні наративи: «Російські окупанти цинічно порушують абсолютно всі норми і вимоги щодо пожежної, ядерної та радіаційної безпеки роботи найбільшої в Європі ЗАЕС»: «Такий об'єкт, як АЕС, потребує пильного нагляду і спостереження», «...нині окупованої найбільшої в Європі атомної станції (ЗАЕС)», («061», 14 грудня 2023 р.); «Це терористи, які не знають меж, не розуміють, що це ядерний об'єкт, це ж умовно не якась там сільськогосподарська пристройка – це об'єкт ядерної інфраструктури» («061», 14 грудня, 2023 р.); «...рідна ЗАЕС буде деокупована, і мирний атом знову буде в безпеці та працюватиме на користь України» («061», 14 грудня 2023 р.); «Окупанти продовжують цинічно порушувати абсолютно всі норми

і вимоги щодо пожежної, ядерної та радіаційної безпеки роботи АЕС» («Перший запорізький», 21 липня 2023 р.), «...просто в машинній залі енергоблока найбільшої в Європі атомної електростанції...» («Перший запорізький», 21 липня 2023 р.), «...тільки Україна зможе гарантувати безперебійну та безпечну роботу ЗАЕС...» («Перший запорізький», 21 липня 2023 р.).

«ЛНР»

Період: 2021-2023

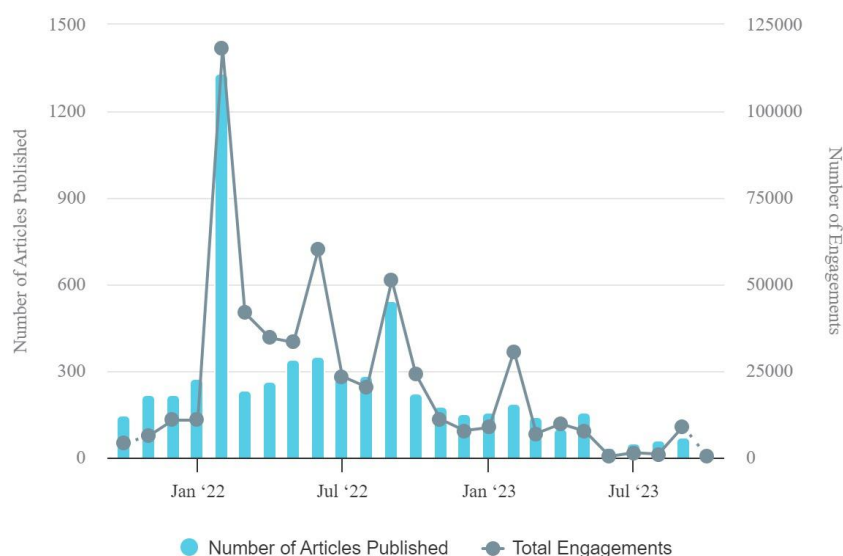
Кількість статей за темою: 6059

Залученість: 533897

Середнє значення залученості: 88

Кількість доменів: 1378

Середня кількість доменів: 1



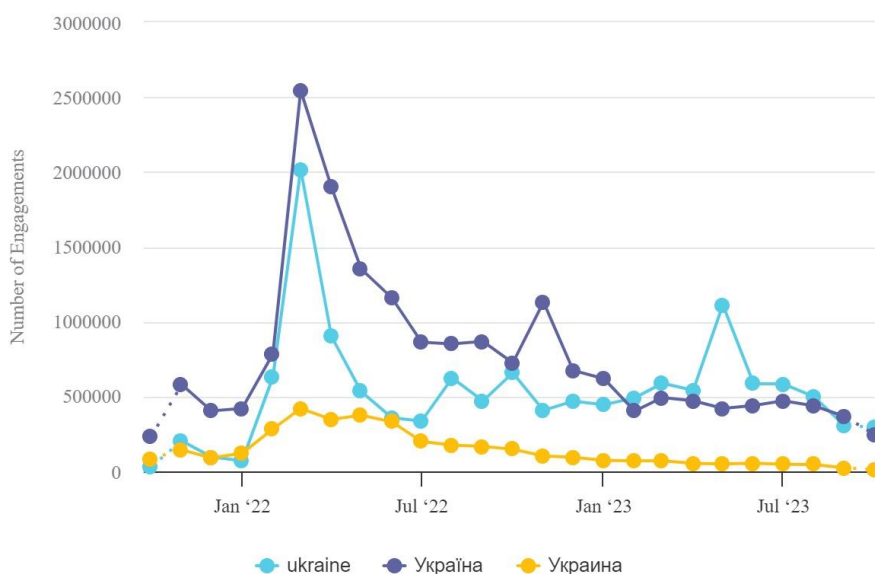
BuzzSumo

Панівні наративи: «Основна візія російських окупантів щодо т. зв. “ДНР” та “ЛНР” – зона постійного збройного конфлікту, випалені і спустошені землі з невизначеним статусом, рана, що кровоточить на карті України»: «...самопроголошених республік “днр” та “лнр”...» («061», 27 березня 2022 р.), «Довгі роки для ”ДНР” та ”ЛНР” підконтрольна Україні частина Донбасу була більмом на оці» («061», 3 червня 2022 р.), «Росії роками

використала т. зв. ”ДНР” та ”ЛНР” як демаркаційна зона постійного конфлікту» («Актуально», 13 травня 2022 р.), «...агресору не потрібна розвинена територія...», «Зона постійного млявого конфлікту, випалені і спустошені землі з невизначеним статусом, рана, що кровоточить на карті України – ось їх головний інтерес» («Форпост», 3 червня 2022 р.) .

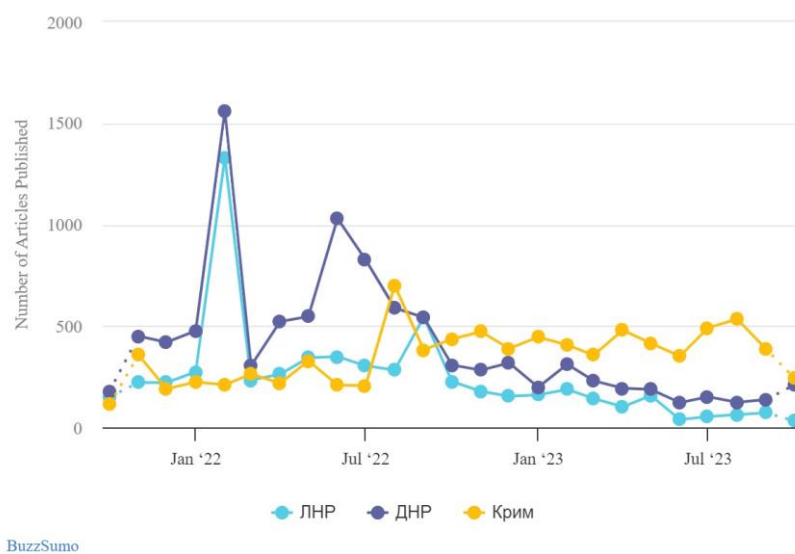
UKRAINE-УКРАЇНА-УКРАИНА

UKRAINE	Україна	УКРАИНА
Період: 2021-2023	Період: 2021-2023	Період: 2021-2023
Кількість статей за темою: 65774	Кількість статей за темою: 120835	Кількість статей за темою: 48514
Залученість: 13115081	Залученість: 18739636	Залученість: 3577198
Середнє значення залученості: 199	Середнє значення залученості: 155	Середнє значення залученості: 73
Кількість доменів: 47981	Кількість доменів: 31512	Кількість доменів: 11467
Середня кількість доменів: 2	Середня кількість доменів: 1	Середня кількість доменів: 1



ЛНР-ДНР-КРИМ

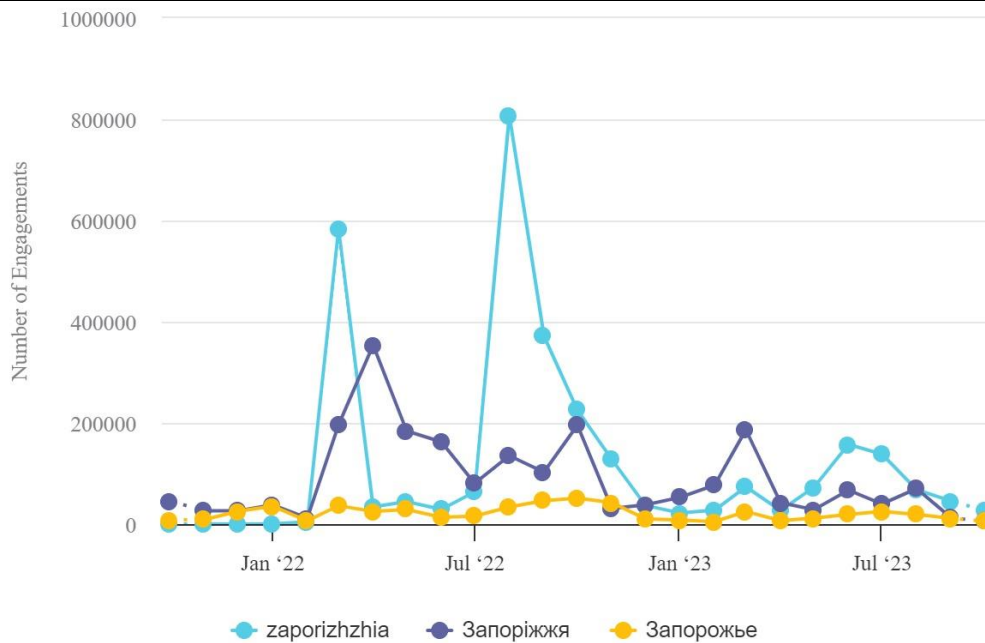
ЛНР	ДНР	КРИМ
Період: 2021-2023	Період: 2021-2023	Період: 2021-2023
Кількість статей за темою: 6059	Кількість статей за темою: 10089	Кількість статей за темою: 8653
Залученість: 533897	Залученість: 929548	Залученість: 1404697
Середнє значення залученості: 88	Середнє значення залученості: 92	Середнє значення залученості: 162
Кількість доменів: 1378	Кількість доменів: 2238	Кількість доменів: 2798
Середня кількість доменів: 1	Середня кількість доменів: 1	Середня кількість доменів: 1



ЗАПОРІЗЬКА-ЗАПОРІЖЖЯ-ЗАПОРОЖЬЕ

ЗАПОРІЗЬКА	ЗАПОРІЖЖЯ	ЗАПОРОЖЬЕ
Період: 2021-2023	Період: 2021-2023	Період: 2021-2023
Кількість статей за темою: 37479	Кількість статей за темою: 22494	Кількість статей за темою: 18967
Залученість: 2972611	Залученість: 2205706	Залученість: 520300
Середнє значення	Середнє значення	Середнє значення

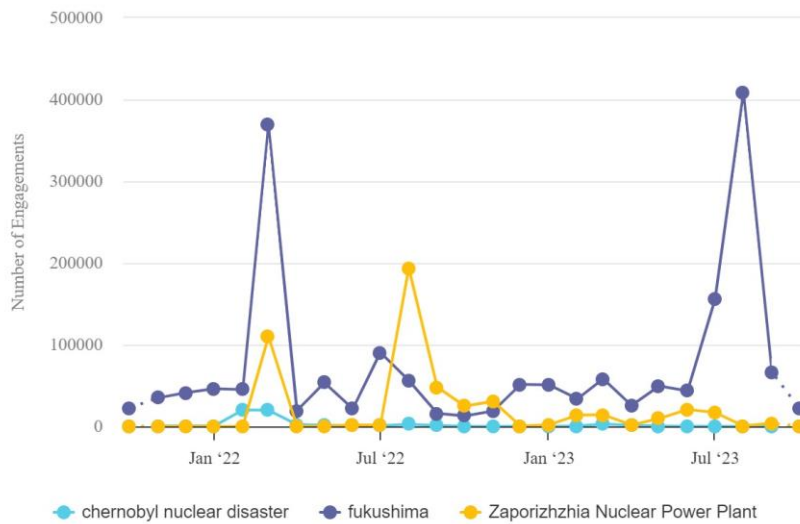
залученості: 79	залученості: 98	залученості: 27
Кількість доменів: 30513	Кількість доменів: 1944	Кількість доменів: 3006
Середня кількість доменів: 4	Середня кількість доменів: 1	Середня кількість доменів: 1



BuzzSumo

ЧОРНОБИЛЬ-ФУКУСИМА-ЗАЕС

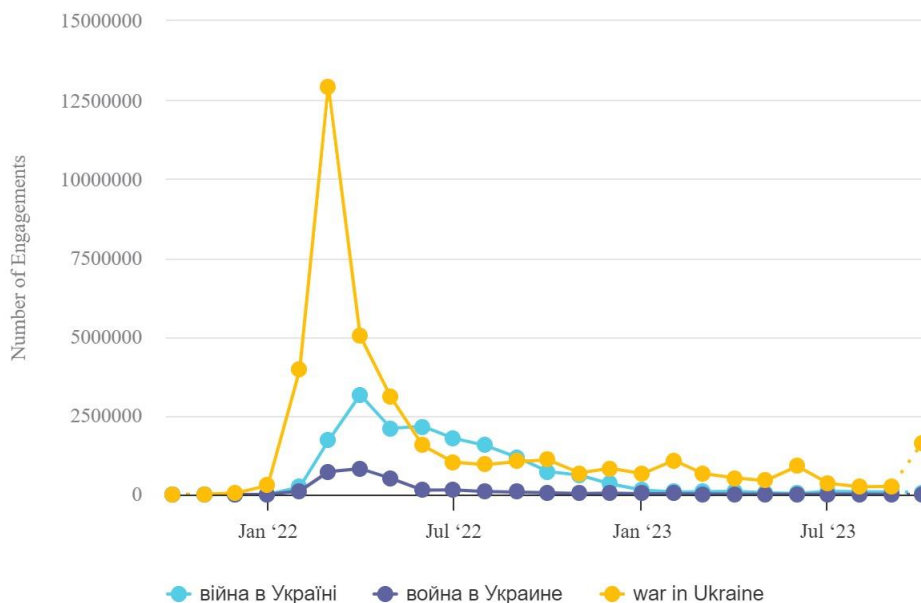
ЧОРНОБИЛЬ	ФУКУСИМА	ЗАЕС
Період: 2021-2023	Період: 2021-2023	Період: 2021-2023
Кількість статей за темою: 1087	Кількість статей за темою: 40842	Кількість статей за темою: 3616
Залученість: 57951	Залученість: 1802227	Залученість: 495868
Середнє значення залученості: 53	Середнє значення залученості: 44	Середнє значення залученості: 137
Кількість доменів: 453	Кількість доменів: 17131	Кількість доменів: 4503
Середня кількість доменів: 3	Середня кількість доменів: 3	Середня кількість доменів: 5



BuzzSumo

ВІЙНА В УКРАЇНІ-ВОЙНА В УКРАИНЕ- WAR IN UKRAIN

ВІЙНА В УКРАЇНІ	ВОЙНА В УКРАИНЕ	WAR IN UKRAIN
Період: 2021-2023	Період: 2021-2023	Період: 2021-2023
Кількість статей за темою: 46226	Кількість статей за темою: 33481	Кількість статей за темою: 215568
Залученість: 16376131	Залученість: 2909130	Залученість: 38433437
Середнє значення залученості: 354	Середнє значення залученості: 86	Середнє значення залученості: 178
Кількість доменів: 14447	Кількість доменів: 10608	Кількість доменів: 262657
Середня кількість доменів: 1	Середня кількість доменів: 1	Середня кількість доменів: 6



BuzzSumo

2.5. Комунікаційні стратегії спротиву ворожим нарративам (на прикладі інстаграм-медіа «Яктитам»).

Зважаючи на те, що за допомогою автоматичного медіамоніторингу соціальних, онлайн-медіа та мереж за допомогою SEO-інструменту BuzzSumo неможливо проаналізувати контент інстаграм-медіа, то пропонуємо за допомогою якісного аналізу виявити **комунікаційні, нарративні стратегії** протистояння ворожим нарративам на прикладі запорізького мікромедіа «Яктитам» (@yaktytam). Станом на лютий 2024 року сторінка мікромедіа «Яктитам» в Instagram має 20,2 тисяч підписників. В описі профілю зазначено «платформа свідомих запоріжців; для тих, хто далеко і поруч».

Згідно з тлумаченням історика С. Коваліва: «Кожний базовий бойовий нарратив має свою концепцію представлення, на основі якої створюється відповідний контент (меми, інфографіка, тексти, відео, фото). У нарративістиці така концепція визначається як "нарративна стратегія", вона являє собою "сукупність оповідних (розповідних) процедур чи засобів, що використовуються задля досягнення очікуваної мети при репрезентації нарративу"» (цит. за Курбаном, 2021, с. 151).

Для виокремлення комунікаційних стратегій у контенті мікромедіа також послуговуватимемося класифікацією М. Ожевана: **фреймінгу** (framing) («рамка» сприймання повідомлення); **праймінгу** (priming) – «окреслення пріоритетів», застосування «праймів», т.зв. цільових стимулів, «подразників»; встановлення **«порядку денного»** (agenda setting) – привернення уваги до певної проблематики (Ожеван, 2016, с. 19).

В умовах інформаційно-когнітивної війни для реалізації націоідентифікаційних практик, зацікавлення масової аудиторії, яка має запит на «деколонізацію мислення», українською культурою, традиціями, історією, для спротиву ворожим нарративам запорізьке мікромедіа інтенсивно використовує механізми **нарративного регулювання**, яке на основі

визначення Д. Золотухіна ми розуміємо як процес створення інструментів захисту від спонукань наративного упередження («схильність людей пов'язувати в єдину історію інформацію з різних джерел (у тому числі непідтверджену)») (Золотухін, 2021).

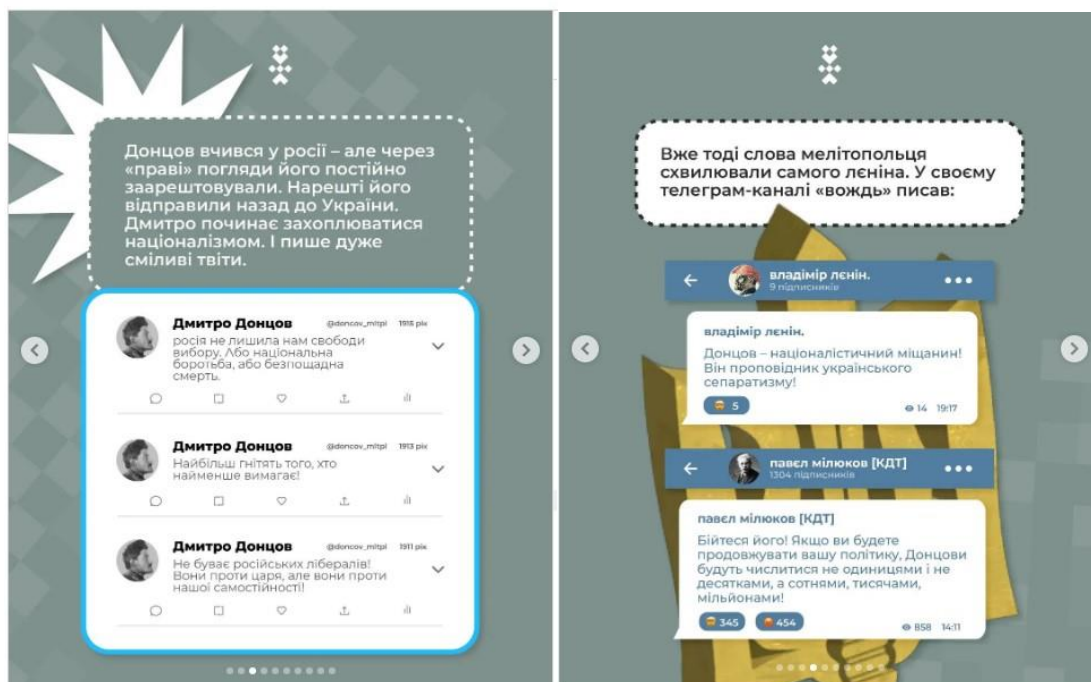
Виявлені комунікаційні, наративні стратегії регіонального мікромедіа @yakytam демонструють ефективну динаміку зацікавлення читачів не тільки Запоріжжя, а й інших регіонів країни:

1) *тематичні дописи контрпропаганди щодо української історії та культури* (напр., більшість таких дописів збережено в актуальній папці «Історія»). Завдяки комунікаційній стратегії фреймінгу редактори мікромедіа руйнують історичні міфи про Запоріжжя як про виключно індустріальний край із неадекватно патріотичним історичним бекграундом, який зосереджено лише на концепті «козацтво».

Допис «Хто такий Дмитро Донцов? Український пророк, російський кошмар»: «Мелітопольський націоналіст! Мало хто знає, але найголовніший проповідник української ідеї народився на нашій землі. Він називав Мелітополь "ною Америкою" через змішання культур. І невдовзі став одним з найвідоміших його вихідців».

Провокативною, оригінальною є наративна стратегія репрезентації матеріалу, яка мала на меті адаптувати історичний матеріал до сучасних алгоритмів та сприйняття. Аудиторія може прослідкувати цінності, основні меседжі історичної персоналії, уродженця Запорізької області, тимчасово окупованого росіянами міста, який залишив такий потужний націоналістичний інтелектуальний ідейний капітал, у начебто дописах Д. Донцова в соціальних мережах, які постають в дихотомії до «постів у телеграм-каналі лєніна» (напр., «Владімір Лєнін: «Донцов – націоналістичний міщанин! Він проповідник українського сепаратизму»). Наративні лінії розгортаються, коли Д. Донцова «додають у чат української інтелігенції», де він всіх (зокрема, М. Грушевського, С. Єфремова) звинувачує у слабкості та симпатіях до росії; покинувши чат, заходить у

тіндер, «свайпає» лідера українських націоналістів Євгена Коновальця (тут автори допису нагадують про попередній допис про Є. Коновальця та засвідчують: «Це міг бути ідеальний метч. Але не сталося, як гадалося. Навіть українські націоналісти були для Донцова занадто м'якими»). Згадують автори і про пророчий «пост», який «тоді ніхто не лайкнув, – адже такі слова були занадто радикальними»: «Злочином є мир, поки не здобудемо свободи».



Скріни інстаграм-сторінки мікромедіа «Яктитам»

Серед інших кейсів згадуються такі: «Буремний серпень. Початок 90-х став для Запоріжжя вирішальним. У нашому місті відбулося декілька визначних подій. Тому наші люди чекали, коли ми станемо незалежним українським містом». Йшлося про 500-ліття Запорізького козацтва, організоване Українським Народним рухом, що об'єднало в місті, яке майоріло вишиванками, тисячі людей від Закарпаття до Криму; про парламентську перемогу С. Соболева, який переміг місцевого комуніста; про фестиваль «Червона рута» в серпні 1991 року, який відвідав Г. Гонгадзе; і, зрештою, про «яєчну неділю» 13 квітня 2014 року, коли тисячі запорожців закидали яйцями людей, які планували захопити мерію (подання подій у цій послідовності демонструє тяглість національної ідеї в місті).



Скріни інстаграм-сторінки мікромедіа «Яктитам»

Проте важливо зазначити, що дописи в цій тематичній площині не обмежуються локальними інтересами, хоч і більшість має регіональну опцію, зокрема, серед інших про підірвання радянцями ДніпроГЕСу в 1941 р.; про спалення українських книг у тимчасово окупованому Мелітополі у 2022 та 2023 роках, про вироблення там солодоців на честь радянського вбивці Павла Судоплатова з його зображенням під час широкомасштабного вторгнення росії в Україну; а також про відновлення пам'ятників «радянським терористам»: «В Мелітополі знову з'явився пам'ятник Кірову. Окупанти просто вирили яму, засипали її камінням – і поставили монумент. Тепер Кіров знову стоїть на перехресті проспекту Хмельницького та вулиці Героїв України. Але чи знали бойовики, ким був Сергій Кіров? Це радянський вбивця, на руках якого кров сотень тисяч українців»).

2) Збережені в актуальних дописах кейси в тематичній папці «Пропаганда». Розглянемо декілька із них.

«Чорноротий прихвостень. Хто такий Антон Красовскій» (допис від 24 жовтня 2022 р. зроблено у той час, коли пропагандист заявив, що «українських дітей, які не хочуть жити в росії, треба топити в річці та спалювати в хаті»); «Зірки дитинства, які збожеволіли і підтримують війну» (допис від 30 серпня 2022 р.; мова йде про медійних персон серіалів, які

публічно підтримали воєнну агресію Росії проти України: Леру Козлову із серіалу «Ранетки», Мірославу Карпович із серіалу «Татусеві дочки», яка народилася в українському Бердянську; Бориса Корчевнікова із важливого військового серіального пропагандистського пулу – «Кадети», «Солдати»; Федора Добронарова та Татьяну Кравченко із серіалу «Свати», знятому українською командою та багатьох інших). Транскрипція російської вимови імен та прізвищ, використана в дописі, підкреслює зневажливу конотацію повідомлення); *«Кремлівський плагіатор. Навіщо Артемій Лебедєв приїхав до Энергодара»* (у дописі від 13 липня 2022 року мова йде про російського дизайнера, який у 2015 р. презентував т.зв. «логотип Криму», засуджував Майдан, відвідував окупований Донбас та підтримував російських бойовиків, а тепер реалізує «суперкомбо – потрапити на атомну електростанцію на території України, де [йому] заборонили бути...», проте автори не лише зафіксували і засудили черговий злочин дизайнера. А ще й репрезентативно висвітлили його плагіатну діяльність); *«Глянцева Жучиха. Ось як сильно Тіна Канделаки ненавидить Україну»* (допис від 07 липня 2022 р.); *«Війна – це мир. Як росія живе в орвеллівському “1984-му”»* (допис від 08 липня 2022 р., де в річницю з дня публікації легендарної антиутопії автори розбиралися, що з неї окупанти взяли – у буквальному сенсі – собі на озброєння. Цінність допису полягає також у рекомендації читачам актуальної літератури осмислення класики – книги Доріана Лінскі «Міністерство правди», в які й автор досліджує відому антиутопію та прояв її сюжету в сучасному світі); *«Азов – “неонацистський батальйон”? як перестати вірити пропагандистським страшилкам»* (допис від 04 липня 2022 р., де розвінчують створений російською пропагандою міф на основі аналітичного матеріалу Г. Скляревської на сайті «Детектор медіа»); *«Окупанти роздають газету “Красная звезда”. Ми прочитали її – це повна жесть»* (допис від 03 червня 2022 р., мова йде про розповсюдження офіційної газети міноборони росії – «згустку російської пропаганди» на території тимчасово окупованої Запорізької області, зокрема у селі Новогригорівка, що в умовах

інформаційного вакууму, спричиненого окупантами, несе потужну інформаційну загрозу. Певні фейки на шпальтах газети авторам вдалось зафіксувати та розвінчати (напр., «Запорізькі лікарні перетворили на вогняні позиції»; «Літак на бульварі Шевченка демонтували для продажу колекціонеру»; «Із Запоріжжя на Енергодар поїхала колона з небезпечним вантажем для знищення Енергодарської АЕС»; «В Запоріжжі створили загін бойовиків, які пересуваються містом під час комендантської години і знущаються над жінками, дітьми, пенсіонерами» та ін.)



Скріни інстаграм-сторінки мікромедіа «Яктам»

3) *спецпроекти про запоріжців – історії про людей, що збережені в актуальній папці «Люди» (напр., «Стоп! Знято! Як Запоріжжя стало осередком кіноподкастів» (від 11 січня 2023 р.); «Мій проєкт – для аудіалів. Це запоріжець, який збирає звуки війни» (від 18 січня 2023 р., «Звуки вибухів, сирен, "швидкої"...Все це давно стало нашою новою реальністю. Запоріжець Денис Васильєв професійно займається саундскейпом, тобто*

використовує в роботі навколишні звуки. Після 24 лютого він документує звуки війни. І збирає аудіосвідчення, які в майбутньому можна бути показати нащадкам»); «Надія завжди є. Як працює топовий запорізький рятувальник» (від 05 грудня 2022 р. про О. Сичова, який працює начальником оперативно-координаційного центру в Запоріжжі; цим дописом була розпочата серія постів про запорізьких рятувальників); «Ми не просто роздаємо одяг. Ця запоріжанка працює у благодійній комісії» (від 24 листопада 2022 р.); «Мітинги – це дуже страшно: вчителька із Мелітополя Ганна Бут про життя в окупації» (від 21 вересня 2022 р.) та ін.

4) *колаборації у створенні дописів з митцями* («Ми вистоїмо! Запоріжанка Наталія Лобач створює сатиричні плакати про війну», «Цей художник із Токмака створює мінімалістичні плакати про війну»), *з психологами* (у рамках створення дописів про ментальні особливості регіонів, які особливо постраждали від радянської пропаганди, щодо національної ідентифікації, ставлення до національних традицій), *з журналістом Денисом Астаф'євим та психологом Богданом Остапчуком* (допис від 17 жовтня 2023 р. «Все пропало? Чому пошук зради може бути небезпечним» застерігає аудиторію щодо наявності в новинах про зраду спільних ознак: припущення, мало фактів, які можна перевірити; коментування невідомими експертами тощо);

5) *формування/виявлення певного «порядку денного» регіонального тематичного ландшафту засобами подкастів мікромедіа*. Подкаст «Хтоя»: #1 «Запоріжжя – лише етап?»; #2 «Чому ми російськомовні?»; #3 «Стереотипи про Запоріжжя»; #4 «Ракетний терор Запоріжжя»; #5 «Декомунізація та дерусифікації Запоріжжя»; #6 «Запоріжжя майбутнього»; #7 «Запоріжжя vs Дніпро»; серія подкастів про тимчасово окуповані території Запорізької області.

Подкасти мікромедіа у Apple Podcasts Preview (напр., ЯКТИТАМ #1: про смерть, заповіт, «романтику» та тривожну молодість; ЯКТИТАМ #2: про «рекордні» тривоги Запоріжжя, дітей підземелля, КАБи та С300 та інші);

б) проведення редакційною командою мікромедіа благодійних аукціонів, виставок, кампанії з підтримки міст Запорізької області – створення і розміщення бордів, сітілайтів, присвячених тимчасово окупованим росіянами Токмаку, Гуляйполю, Василівці, Кирилівці, Мелітополю, Оріхову, Бердянську, Пологам та Енергодару, плакатне мистецтво, створення патріотичного мерчу (тимчасові патріотичні тату, стикерпаки, патріотичні гуді «Жовте гуді. Як колоскове українське поле», «Блакитне гуді. Як безхмарне українське небо», шопери, кухлики, новорічні іграшки тощо) як праймовий інструмент масової комунікації;

7) дописи-добірки рекомендованих книг (напр., «Що читають Яктитам?»), фільмів, музики, щотижня оновлена підбірка перевірених зборів донатів;

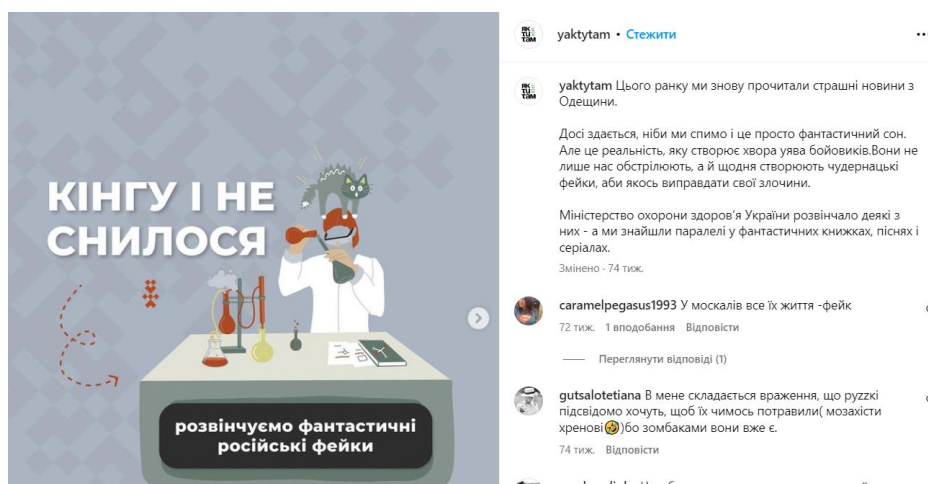
8) патріотичний ASMR-контент «Звуки рідного міста. Це ASMR, який допоможе вам згадати усе, що ми так любимо у Запоріжжі» та афірмації (установки на Перемогу) (напр, ASMR 1 – Хортиця («Хвилі Дніпра, цокіт коней та співи пташок, щ оселилися в лісах заповідника... Вмикай!») та ASMR 2 – Бульвар Шевченка та інші);

9) наративна стратегія – інтерактивний просвітницький спецпроект залучення читачів в reels до опитування щодо історико-культурних тем регіонального та загальнонаціонального контекстів, де кількість правильних відповідей метафорично дорівнюється кількості «вбитих орків» («Одна правильна відповідь – і вже десь бавовнитися східний сусід»);

10) наративний формат – створення оригінальних візуальних рішень для кожного допису (напр., використання закодованих графічних символів у дописах для трансляції потужних сенсів, зокрема у пості «У день росії пояснюємо на кубиках, що означає ця країна для нормальних людей» графічні елементи кубічної форми розміщені таким чином, що слово «росія» складається зі слів: брехня, терор, вбивства, війна, тягар);

11) оригінальні наративні стратегії: напр., дописи з ефектом

«сплетення епох», що досягається такими ефектами, як відтворення діалогів історичних персонажів із сучасниками, використання сучасної лексики в історичних фреймах (напр., «У 1775 році на Запорізькій Січі пролунав сигнал тривоги. Це російські війська вторглися на наші землі. Повітряна тривога. Зберігайте спокій, залишайтеся в безпечних місцях»); розвінчування ворожих фейків через паралелі з фантастичними сюжетами книг, пісень і серіалів (напр.. у дописі «Кінгу і не снилося» читаємо про фейк у дусі Stranger Things: росіяни створили фейк про те, що під Харковом є лабораторія, де знущаються з людей працівники корпорації Pfizer та Moderna; фейк у дусі пісні Лани Дель Рей: нібито під Луганськом пролетів український літак та викинув на землю банківські купюри, заражені туберкульозом; фейк у дусі романів Стівена Кінга: нібито в Маріупольській лабораторії експериментували над холерою, сибірською виразкою та туляремією, і нібито весь світ стояв на порозі знищення через нову біологічну зброю).



Скрін допису інстаграм сторінки мікромедіа @yaktytam

А у пості «Ачуметь! Як няня Віка принижувала Маріуполь», що став найпопулярнішим (72 732 вподобайки, тисячі поширень) надається фреймування / «перепрочитання» меседжів сіткому, які шокують у сьогоденні мовою ненависті росіян по відношенню до українських міст, приниженням українців, трансляцією пропагандистських наративів. Допис має у каруселі зібрані фрагменти сіткому, де згадується Маріуполь у принизливих конотаціях, адже це місто – батьківщина головної героїні, та

коментарі-пояснення до них. Корисний контент-аналіз редакторів оприявнює ворожі наративні упередження: «Я найбільша фанатка російського президента в.в.п» (слова головної героїні, няні Вікторії з Маріуполя); «Віка, ви крадете речі в магазині, як Україна – газ» (фраза продюсера москвича Шаталіна); «Помаранчевий зараз в моді на Україні» (жартує інша героїня, натякаючи на революцію); «Максиме Вікторовичу, вашій доньці Маші потрібна вишиванка – чи то на свято приєднання України, чи то від'єднання» (слова няні Віки) та ін. «А коли мова заходить про нескінченних родичів Віки, всі вони, як правило, роблять щось смішне, хоч би звідки вони не були – Одеси, Бердянська, Мелітополя або Бердичева. Але найбільше дісталось Маріуполю – “рідному місту” головної героїні Віки. Це місто пригноблювалося при кожній зручній нагоді.... (і який в підсумку вони все ж знищили)», – коментують автори свій допис.

12) *історико-культурні довідки* (напр., такі: «105 років тому ми стали самостійними, але росіяни були проти»; «Як приймали Конституцію. Ми знайшли переписки з депутатських чатів»; «Об'єднані борщем»; «Народний авангард»; «Привіт, Бог! Як ми всі похрестилися»; «Не Михайло, а Міхаіл. Ось чому школярам не варто читати Булгакова»; «Язик замість мови. Ось як 10 років тому вбивали українську»; «Смертельна хвиля. 81 рік тому Сталін вбив 1000 запоріжців» та ін.), *інформаційно-аналітичні матеріали на чутливу, актуальну тематику* (зокрема, такі: «Як росія депортує українських дітей»; «Як російські пісні перетворюються на ракети», «Чому війна – це геноцид»; «Як “російські” обгортки продовжують війну», «Історії дітей, чії життя забрав ”руській мір”», «19-річну Катерину згвалтував росіянин», «Перемога країни буде моєю перемогою», «Замальовую фарбою страхи запоріжців»).

13) *інформаційна довідково-пошукова робота*. Рубрика про соціально-відповідальні заклади харчування допомагає читачам отримати актуальну інформацію про заклади, де годують військових та внутрішніх переселенців. «У мирний час вони допомагали нам розслабитися та відпочити. А зараз

слідкують, щоб наші воїни та переселенці були нагодовані. Ми починаємо нову рубрику, в якій розкажемо про соціально-відповідальні заклади. Всі вони можуть бути прикладом для інших кафе й ресторанів. Сьогодні говоримо про першу трійку – @jobs_cafe @california.zp @onegogi.zp» – йдеться в дописі від 17 жовтня 2023 р.

Часом такі матеріали набувають *викривального та попереджального характеру*.

Так, наприклад, у дописі від 17 жовтня 2023 р. «Люди репостять волонтерську групу «Допомагаємо виїхати». Ось чому вона не однозначна» редактори зауважують на ворожих фреймах сайту згаданого «волонтерського проєкту», актуалізують трансляцію членкинею волонтерської групи антиукраїнських меседжів – «російський народ не винен у нападі на Україну» [цитата]; викривають залученість членів групи до команди російського політика; закликають читачів уважно перевіряти дані проєкту «Допомагаємо виїхати», адже поширення її діяльності, як зазначає команда мікромедіа, «у довгостроковій перспективі підкріплює наратив ”росіяни готові на все заради миру”»

Потужним інструментом протидії ворожим наративам, документації воєнних злочинів росіян є створений мікромедіа документальний фільм «У мене немає дому. Шрами Запоріжжя» (з англійськими субтитрами). Поширений на Youtube-каналі «Громадське ТБ Запоріжжя» фільм станом на лютий 2024 року має 44 тисячі переглядів: «Цей фільм розповідає про жовтневі обстріли прифронтового Запоріжжя. В ньому ми зібрали історії людей, яким пощастило залишитись в живих попри влучання російських ракет в їхні домівки. Тут ми намагаємось нагадати вам про те, як сильно змінилися наші життя та як місто продовжує жити далі з цими шрамами» (https://www.youtube.com/watch?v=e_IZk56s8tU).

Отже, інформаційний спротив ворожим наративам засобами інституціалізованих мікромедіа Запоріжжя в умовах війни розгортається в межах ключових концептів, з яким виявлено концептуальні зв'язки у

світовому на національному інформаційному полі, засобами комунікаційних стратегій – фреймінгу, праймінгу, «порядку денному» та ін, із застосуванням інструментів нарративного регулювання з метою забезпечення національної безпеки та актуалізації націоідентифікаційних практик, що є стратегічним нарративом в умовах російсько-української війни, в обставинах тимчасової окупації Запорізької області.

3. ДЖЕРЕЛА

Блогерів визнаватимуть журналістами лише тоді, коли вони самі цього захочуть, – юрист Максим Дворовий. *Zmina*. 10 січня 2023. URL: <https://zmina.info/news/blogeriv-vyznavatymut-zhurnalistamy-lyshe-todi-koly-vony-sami-czogo-zahochut-yuryst-maksym-dvorovyj/> (дата звернення: 06 січня 2024 року)

Данькова Н. Як онлайн-медіа зареєструватись у Нацраді. Покрокова інструкція. *Детектор медіа*. 23 травня 2023 року. URL: <https://detector.media/production/article/211586/2023-05-23-yak-onlayn-media-zareiestruvatys-u-natsradi-pokroкова-instruktsiya/> (дата звернення: 08.02.2024).

Дослідження інформаційного простору Запорізької області: ЗМІ Запоріжжя та області, офіційні джерела інформації. Запоріжжя : ГО «Стратегічна візія». Вересень, 2023. URL : <https://sv.org.ua/doslidzhennya-informprostir-veresen-2023/> (дата звернення: 08.02.2024).

Золотухін Д. Когнітивна війна: новомодне словосполучення чи концепція шостого поля бою. *Детектор медіа*. 06 липня 2021 р. <https://detector.media/infospace/article/189826/2021-07-06-kognityvna-viyna-povomodne-slovospoluchennya-chy-kontseptsiya-shostogo-polya-boyu/> (дата звернення: 08.02.2024).

Курбан О. Бойові наративи в системі сучасних геополітичних інформаційних війн: (досвід російсько-української гібридної інформаційної війни 2014–2021 рр.). *Синопсис: текст, контекст, медіа*. № 27(3). 2021. С. 149–158. <https://doi.org/10.28925/2311-259x.2021.3.4>

Ожеван М. Глобальна війна стратегічних наративів: виклики та ризики для України. *Стратегічні пріоритети*. 2016. № 4 (41) URL: <http://ippi.org.ua/sites/default/files/ozevan.pdf> (дата звернення: 08.02.2024).

Яніцький А. Як народилися «Свідомі». Історія створення нестандартного медіа, вересень. *Детектор медіа*. 23 вересня 2022. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/30311/2022-09-23-yak-narodylysy-svidomi-istoriya-stvorennya-nestandartnogo-media/> (дата звернення: 07 січня 2024 року).

Bowman S. and Willis C. *We Media We Media. How audiences are shaping the future of news and information*, 2003. Reston : The Media Center at The American Press Institute. 64 p.