

DOI: 10.20535/2522-1078.2024.2(16).319284

УДК 070: 316.774

Надходження до редакції: 25.11.2024

Прийняття до друку: 06.12.2024

Байдак Т. М.

канд. соц. наук, доц. кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій, Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, м. Харків, Україна, baidak@karazin.ua

ORCID: 0000-0001-7616-0949

Пряхіна Є. А.

SMM & PR менеджер іспаномовної редакції «Ukrainer», м. Барселона, Іспанія

Болотова В. О.

канд. соц. наук, доц. кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій, Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, м. Харків, Україна, vbolotova@karazin.ua

ORCID: 0000-0003-2123-9777

Baydak T.

PhD of Sociological Sciences, Associate Professor at the Department of Applied Sociology and Social Communications, Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine, baidak@karazin.ua

ORSID: 0000-0001-7616-0949

Pryakhina E.

SMM & PR Manager of the Spanish-language edition of «Ukrainer», Barcelona, Spain

Bolotova V.

PhD of Sociological Sciences, Associate Professor at the Department of Applied Sociology and Social Communications, Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine, vbolotova@karazin.ua

ORCID: 0000-0003-2123-9777

ВИСВІТЛЕННЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ В ІСПАНСЬКИХ МЕДІА: ОСОБЛИВОСТІ ПОДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ ТА ТЕНДЕНЦІЇ**COVERAGE OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR IN SPANISH MEDIA: FEATURES OF INFORMATION PRESENTATION AND TRENDS**

У статті представлені результати дослідження, яке було спрямоване на аналіз особливостей висвітлення російсько-української війни в іспанських медіа та визначення тенденцій, що склалися там у наданні інформації про війну за останні два роки. У статті також обговорюються теоретичні підходи до розуміння ролі медіа в умовах війни та їх вплив на формування громадської думки, зокрема теорія гейт-кіпінгу та теорія порядку денного.

Мета дослідження полягала у виявленні ключових характеристик висвітлення подій в Україні, таких як жанрова структура публікацій, використання експертних думок, точність транслітерації українських топонімів та використання коректної термінології для опису російсько-української війни.

Для досягнення поставленої мети було проведено контент-аналіз публікацій про війну в Україні у провідних іспанських виданнях. Застосовувалися такі методи дослідження: порівняння, систематизація, узагальнення, контент-аналіз та системний аналіз. Контент-аналіз дозволив виявити кількісні та якісні характеристики висвітлення подій в Україні, тоді як системний аналіз сприяв встановленню взаємозв'язків між різними елементами інформаційного поля, дозволивши виявити довгострокові тенденції у наданні інформації про Україну.

Результати дослідження показали, що висвітлення війни в Україні в іспанських медіа має свої особливості та динаміку. Виявлено як позитивні тенденції, такі як покращення точності транслітерації українських топонімів, так і негативні, наприклад, використання некоректної термінології та зменшення загальної кількості публікацій про російсько-українську війну.

Отримані результати мають важливе значення для розуміння процесів формування громадської думки в Іспанії щодо сучасних подій в Україні, а також для розробки ефективних стратегій комунікації українських медіа з іспанською аудиторією та протидії дезінформації. Також розуміння особливостей висвітлення війни в іспанських медіа може сприяти налагодженню співпраці з іспанськими журналістами та редакціями.

Ключові слова: громадська думка, засоби масової комунікації, інформація, іспанські медіа, журналістика, онлайн-платформи, російсько-українська війна, комунікація, контент-аналіз, інформаційна війна.

The article presents the results of a study aimed at analyzing the features of coverage of the Russian-Ukrainian war in the Spanish media and identifying trends in providing information about the war over the past two years. The article also discusses theoretical approaches to understanding the role of the media in wartime and their influence on the formation of public opinion, in particular, the theory of gatekeeping and the theory of the agenda.

The study's purpose was to identify key characteristics of coverage of events in Ukraine, such as the genre structure of publications, the use of expert opinions, the accuracy of transliteration of Ukrainian toponyms, and the use of correct terminology to describe the Russian-Ukrainian war.

To achieve this goal, a content analysis of publications about the war in Ukraine in leading Spanish publications was conducted. The following research methods were used: comparison, systematization, generalization, content analysis, and system analysis. The content analysis allowed us to identify quantitative and qualitative characteristics of the coverage of events in Ukraine, while system analysis contributed to establishing relationships between different elements of the information field, allowing us to identify long-term trends in the provision of information about Ukraine.

The study's results showed that the coverage of the war in Ukraine in the Spanish media has its own characteristics and dynamics. Both positive trends were identified, such as improving the accuracy of transliteration of Ukrainian toponyms, and negative ones, such as the use of incorrect terminology and a decrease in the number of publications about the Russian-Ukrainian war.

The results obtained are important for understanding the processes of public opinion formation in Spain regarding current events in Ukraine, as well as for developing effective communication strategies of Ukrainian media with the Spanish audience and countering disinformation. Also, understanding the characteristics of the coverage of the war in the Spanish media can contribute to establishing cooperation with Spanish journalists and editorial offices.

Keywords: public opinion, means of mass communication, information, Spanish media, journalism, online-platforms, Russian-Ukrainian war, communication, content analysis, information warfare.

Сучасний світ визначається високим рівнем інформаційної насиченості й постійним розвитком способів та каналів комунікації. У цьому контексті роль медіа, як засобу передачі інформації, стає ключовою в процесі забезпечення громадськості актуальною та достовірною інформацією про події, що відбуваються у різних куточках світу. Медіа стали потужним інструментом, який використовують для впливу на сприйняття та інтерпретацію подій громадськістю, що визначають суспільні настрої та дії.

В сучасних умовах повномасштабної війни в Україні аналіз ролі медіа у формуванні актуальних питань, що потребують обговорення на міжнародному рівні, набуває особливого значення. Підтримка уваги світової громадськості до подій в Україні за допомогою медіа та об'єднання міжнародної спільноти навколо допомоги Україні є визначальними для забезпечення стійкості країни під час війни. В цьому контексті важливе місце відводиться висвітленню в іноземних медіа війни в Україні та подій, які з нею пов'язані. Задля консолідації міжнародної громадської думки навколо підтримки України у боротьбі із агресором важлива роль відводиться висвітленню російсько-української війни в місцевих медіа за кордоном.

Питанню впливу медіа на аудиторію були присвячені роботи багатьох науковців, серед яких П. Лазарсфельд [11], К. Левін [12], М. Маклюен [14], Д. Мак-Квейл [1], М. Мак-Комбс [13]. Серед вітчизняних дослідників та науковців, які звертались до питань медіакомунікацій, можна

виділити О. Гриценко [6], А. Москаленка [2], В. Різуна [15], О. Самуляк [3], О. Тріщук [6], Є. Цимбаленка [7]. Дослідженню медіа в умовах війни присвятили свої праці Т. Крайнікова [10], С. Прокопенко [10], В. Супрун [5]. Особливості подання аудиторіям інформації про російсько-українську війну у закордонних медіа висвітлені в публікаціях Н. Семен [4], О. Янішевського [8]. Незважаючи на явний дослідницький інтерес до питань впливу медіа на думки, настрої та дії аудиторії, недостатньо розкритою залишається специфіка висвітлення подій російсько-української війни у країнах, які є стратегічними партнерами України на шляху до перемоги у цій війні.

Мета дослідження — з'ясувати специфіку висвітлення російсько-української війни в місцевих медіа для іспанської аудиторії та визначити тенденції, які склалися у подачі такої інформації за останні два роки.

Методи дослідження. В ході дослідження використовувалися як загальнонаукові, так і спеціалізовані методи. Серед загальнонаукових методів були використані методи порівняння, систематизація та узагальнення. Спеціальні методи включали контент-аналіз та системний аналіз.

Результати. У сучасному світі триває зростання обсягів інформації. Цей процес супроводжується збільшенням кількості джерел розповсюдження інформації. Завдяки такому зростанню люди отримали можливість поглянути на одну й ту саму подію з різних боків та у різних медійних форматах, роздивлятися цю подію під різними кутами та почути різні думки про неї. Такі можливості сприяють кращому розумінню аудиторіями того, що відбувається навколо них. Проте такий великий вибір джерел новинного контенту створює нині й певні проблеми. Швидкий й, іноді, суперечливий потік інформації ускладнює її сприйняття, деякі важливі події залишаються непоміченими або бувають знецінені. У цій ситуації медіа відіграють вирішальну роль у відборі та наданні важливої інформації в доступній для різних аудиторій формі. Цю функцію медіа окреслив американський психолог К. Левін у своїй теорії «гейткіпінгу». Відповідно до цієї теорії, редактори та журналісти у кожному конкретному медіа є «гейткіперами», котрі визначають, яка інформація дійде до сприйняття і розуміння громадськості, а яку буде відфільтровано. Така фільтрація відбувається для забезпечення аудиторії тільки найбільш важливими та актуальними даними [12]. У цьому контексті сучасні медіа мають важливу місію у забезпеченні громадськості оперативною й достовірною інформацією

як про події, що відбуваються у світі взагалі, так і стосовно подій, які пов'язані з Україною зокрема. Для виконання своєї місії медіа допомагають зацікавленим членам аудиторій у тому числі українцям, отримати підтримку з боку світової спільноти, висвітлюючи сутність ситуації, що склалася в Україні й світі у зв'язку з російсько-українською війною. Так, забезпечуючи фільтрацію та контроль новинної інформації, медіа в кожній країні створюють певний порядок денний, що впливає на сприйняття подій їх аудиторіями. Згідно з теорією порядку денного, розробленою М. Мак-Комбсом і Д. Шоу, медіа значною мірою впливають на формування громадської думки, обираючи певні теми та питання для акцентування і висвітлення [13]. Ця теорія підкреслює важливий зв'язок між медіа та суспільством, акцентуючи на їх ролі у формуванні громадської свідомості. Формуючи порядок денний, медіа здатні легітимізувати його, чим підвищують ймовірність сприйняття аудиторією ідей та концепцій, які транслюються. Надаючи певним темам або питанням більшої соціальної та культурної ваги, медіа роблять їх прийнятними і значущими для громадськості або ж, навпаки, знецінюють. У зв'язку з цим важливо, щоби світові медіа, створюючи порядок денний, стабільно підтримували там тему про війну в Україні та наголошували жахливі наслідки, які ця війна приносить усьому цивілізованому світу. Наявність такого порядку денного в світовому інформаційному просторі відіграє суттєву роль у мобілізації міжнародної допомоги Україні та консолідації зусиль для протидії агресору.

За час повномасштабної російсько-української війни інформаційний порядок денний багаторазово змінювався, що діставало відображення в періодичному зростанні та спаданні уваги світових медіа до воєнних подій в Україні. Згідно з даними інформаційної платформи «WeAreUkraine.info», кількісний пік повідомлень про Україну у світових медіа припав на початок повномасштабних воєнних дій [9].

З метою розширення знань про специфіку висвітлення української тематики в західних медіа авторами за допомогою методу контент-аналізу було проведено дослідження іспанських медіа навесні 2024 року. Документальною базою для аналізу були обрані чотири місцеві онлайн-медіа: «20 Minutos», «La Voz de Galicia», «El Correo» та «La Vanguardia». Категоріями аналізу в них виступали публікації, де була наявною тема, пов'язана з подіями війни в Україні. Авторами проаналізовано всі такі публікації, що вийшли у вказаних виданнях у періоди

01.03.2022 — 07.03.2022 та 01.03.2024 — 07.03.2024. Таких публікацій у досліджуваний період 2022 року виявилось 323, у 2024—157. За одиниці аналізу були обрані: жанр публікації, наявність експертної думки, національний склад експертів, згадування та правильна транслітерація українських географічних назв.

Отримані в ході контент-аналізу дані свідчать, що у досліджуваний період 2024 року кількість матеріалів у газеті «20 Minutos», де згадувалась війна в Україні, склала 54 публікації. Серед них: короткі новинні повідомлення (до 1500 символів) — 71%; великі аналітичні статті — 13%, репортажі — 16%. У 9% таких публікації було представлено експертну думку. І в 60% випадків ця думка належала іспанцям, а в 30% — українцям.

У такий же час двома роками раніше у газеті «20 Minutos» кількість матеріалів, де згадувалась війна в Україні, була майже в два рази більшою — 105 публікацій. Серед них, як і у 2024 році, були також короткі новинні повідомлення (55%), великі аналітичні статті (22%) та репортажі (16%), але були й інтерв'ю (7%), яких вже не було зафіксовано у досліджуваний період 2024 року. У кожній четвертій публікації зустрічалась думка експерта. Носіями цієї експертної думки виступали іспанці (53%), українці (30%) та росіяни (15%) — останні у досліджуваний період 2024 року були відсутні. Майже у третині досліджуваних публікацій автори згадували назви українських міст та місцевостей. Аналіз форм передачі цих назв показав, що половину їх транслітеровано з російської мови. Наприклад, *Járkov* замість *Járkiv*, *Kiev* замість *Kyiv*, *Zaporozhye* замість *Zaporizhzhia* тощо. Така ситуація склалася внаслідок або традицій, які склалися в іспанських медіа за часів перебування України у Радянському Союзі, або через використання інформації з російських джерел. Тож слід зазначити, що у 2022 році ситуація з неправильною транслітерацією українських назв була істотно гіршою, ніж у 2024 році. Відсоток некоректної транслітерації топонімів тоді складав 85%. За останні два роки, проте, зафіксовано зменшення кількості неправильно транслітерованих в іспанську мову українських назв. Це може свідчити, що інформаційне наповнення іспанського медіапростору інформацією про Україну відбувається тепер саме з українських джерел. Українські медіа, які працюють на іспанську аудиторію і транслюють інформацію про події в Україні, не тільки оперативно надають інформацію, а ще й демонструють правильний правопис українських назв іспанською.

Аналіз матеріалів газети «La Voz de Galicia» показав зменшення за останні два роки кількості публікацій із висвітленням подій в Україні: 71 публікація на початку березня у 2022 році проти 34 публікацій у той же період 2024 року. У 2022 році «La Voz de Galicia» 70% відсотків своїх публікацій про війну в Україні надавала у форматі великої аналітичної статті, 17% публікацій були подані там як короткі новинні повідомлення, 7% публікацій — як репортажі та 5% — як інтерв'ю. Порівнюючи ці дані з першим тижнем березня 2024 року, можна побачити, що чисельність великих аналітичних статей скоротилася до 40% і це тривало на фоні загального зменшення публікацій про Україну у 2024. При цьому частка репортажів у структурі новин про українські події суттєво зросла та становила 32%, також зросла й частка коротких новинних повідомлень - до 28%, проте інтерв'ю згаданого у 2024 році періоду вже були відсутні. У 64% проаналізованих публікацій про Україну від березня 2022 року автори наводили думку експертів. Серед залучених експертів: 49% — іспанців, 35% — українців, 12% — росіяни, 3% — експерти з інших країн. У 2024 році кількість публікацій, де надавали слово експерту, трохи зменшилась і становила 59%. Національний склад експертів також зазнав незначних змін: дещо збільшилась частка місцевих експертів (52%) та удвоє — російських експертів (23%), проте зменшилась частка українців (23%), а частка експертів з інших країн майже не змінилась (2%). Аналіз публікацій щодо коректності транслітерації з українських географічних назв в іспанську показав, що кількість написаних коректно назв збільшилась майже в 5 разів (з 13% у 2022 році до 60% у 2024 році).

Контент-аналіз публікацій в «El Correo» показав, що кількість статей, присвячених Україні, становила 97 у березні 2022 року і 47 у березні 2024 року. За два роки кількість таких публікацій зменшилась наполовину. Найчастіше у цьому виданні згадували події в Україні у коротких новинах (41% та 60% відповідно у 2022 та 2024 роках), кількість великих статей зменшилась з 32% у 2022 році до 8% у 2024%, в той час як кількість репортажів збільшилась з 20% до 30%, проте кількість інтерв'ю у обидва порівнювані тут періоди була не більше 7%. Кількість публікацій, де було представлено думку експерта, залишалась незмінною протягом двох років — у кожній п'ятій публікації там наявна експертна думка стосовно до подій в Україні. Серед експертів домінували іспанці. Їх кількість у 2022 році була 64% і 73% у 2024 році. Кожний четвертий експерт був українцем і кількість заперошених українських

експертів не змінилась за два роки. А кількість російських експертів зі своєю думкою щодо подій в Україні поменшала настільки, що у досліджуваній період 2024 року в публікаціях такої думки не виявлено зовсім. У кожній третій публікації про Україну в «El Correo» зустрічались українські топоніми. Кількість топонімів з правильною транслітерацією з української в іспанську мову збільшилася з 17% до 32% за два роки.

Отримані в ході аналізу контенту «La Vanguardia» дані свідчать, що кількість публікацій, присвячених Україні, на шпальтах цього видання зменшилась більше ніж у два рази — з 53 публікацій у перший тиждень березня 2022 року до 22 у такий само період 2024 року. За жанром публікацій домінували репортажі. Їх частка у структурі всіх публікацій про Україну була не меншою 50% у кожному з досліджуваних періодів. На короткі новини у ці періоди припадала п'ята частина всіх публікацій, також незмінною залишилася частка інтерв'ю (не більше 5%), але частка аналітичних статей збільшилась удвічі і становила у 2024 році — 27%. Кожна четверта публікація на початку березня 2022 року містила експертне судження, але вже у 2024 році кількість таких публікацій подвоїлась. Окрім іспанців, які представляли свою експертну думку та на яких припадала найбільша частка всіх експертів, були зафіксовані українці — 5% (їх частка була незмінною в обидва досліджувані періоди), представники інших країн (їх частка також не перевищувала 5% у кожний з досліджуваних періодів) і росіяни. Частка останніх за два роки збільшилась удвічі та становила 19% на початку березня 2024 року. Аналіз контенту у газеті «La Vanguardia» показав, що як у 2022 році, так і в 2024 році кількість назв українських місцевостей іспанською мовою з правильною транслітерацією становила не менше 50%.

Під час проведення аналізу публікацій окрему увагу було приділено термінам, які використовувалися для опису подій російсько-української війни. Слід зазначити, що саме на рівні термінології відбувається передавання та поширення інформації, тому сукупність термінів, які використовуються для опису подій в Україні, дуже важлива і забезпечує розуміння того, що відбувається насправді.

В ході аналізу публікацій було зафіксовано такі терміни, що використовувались для опису подій в Україні: «guerra» (війна), «guerra de putin» (війна путіна), «guerra en Ucrania» (війна в Україні), «guerra de Ucrania» (війна України або українська війна), «guerra civil» (громадянська війна), «agresión militar» (воєнна агресія), «invasión» (вторгнення),

«ofensiva rusa» (російський наступ), «crisis» (криза), «conflicto» (конфлікт). Частина вказаних термінів — таких, як «громадянська війна», «війна путіна», «українська війна», «криза», «конфлікт», — не відображають сутності того, що відбувається в Україні, прикривають справжнє становище і, як наслідок, створюють спотворене уявлення про причини та наслідки російсько-української війни. Так, наприклад, термін «громадянська війна» повністю не відповідає реальності і є результатом впливу російської пропаганди на місцеві медіа. Застосування такого терміну для опису російсько-української війни створює хибне враження, нібито це внутрішній конфлікт, а не зовнішня агресія, виправдовує втручання РФ у внутрішні справи України під приводом захисту російськомовного населення або підтримки «незгодних», применшує засудження агресивних дій країни-нападниці. Ще один термін, який зустрічався у досліджуваних публікаціях, — «війна путіна», — також є некоректним для позначення російсько-української війни. Його використання цілковито знімає відповідальність з російських громадян за те, що їх держава нині чинить в Україні. Термін «guerra de Ucrania» (українська війна) вказує на те, що війна нібито належить Україні, а це не відповідає дійсності. Використання цього терміну в контексті російського вторгнення в Україну повністю приховує факт того, що саме РФ є країною, яка розпочала свою військову агресію на українські території, і вся відповідальність за війну перекладається на українську сторону. Застосування термінів, які некоректно віддзеркалюють сутність російсько-української війни, є проблемою у формуванні нетерпимого ставлення іспанської громадськості до країни-агресорки.

Висновки. Проведений контент-аналіз іспанських медіа дозволив виділити низку тенденцій у наданні інформації про Україну за останні два роки:

1. Відбувається зменшення кількості публікацій про події в Україні. У всіх досліджуваних медіа спостерігається значне зменшення обсягу й числа таких публікацій за період з 2022 по 2024 роки. Це може свідчити про загальне зниження пріоритетності української тематики для іспанської аудиторії.
2. Відзначається зміна жанрової структури публікацій про події російсько-української війни: зафіксовано зростання частки репортажів, що може свідчити про прагнення журналістів надавати більш оперативну та детальну інформацію. Водночас скорочується

кількість великих аналітичних матеріалів і збільшується частка коротких новинних повідомлень, що може вказувати на меншу глибину аналізу подій.

3. Спостерігається заміна складу експертів, запрошених до коментарів щодо подій в Україні: зменшується частка українських експертів в загальному їх складі та зростає частка місцевих експертів. Ця тенденція є наслідком зменшення пріоритетності української тематики, що призводить до скорочення потреби в залученні зовнішніх експертів, зокрема українських.
4. Відзначається покращення точності транслітерації українських топонімів, що свідчить про зростання обізнаності журналістів щодо України та використання ними українських джерел інформації. У 2024 році, однак, у більшості місцевих медіа все ще спостерігаються помилки в транслітерації (наприклад, *Járkov* замість *Járkiv*), проте їх кількість значно зменшилась порівняно з 2022 роком.
5. Використання термінів, які некоректно відображають сутність війни, дедалі залишається проблемою. Це може спотворювати сприйняття подій іспанською аудиторією.

Дослідження демонструє, що висвітлення війни в Україні іспанськими медіа є динамічним процесом. Хоча й спостерігається загальне зниження інтересу іспанців до теми, але є позитивні тенденції, такі як покращення точності транслітерації та зростання ролі українських джерел. Однак, проблема використання некоректної термінології залишається актуальною. Отримані результати можуть бути використані для розробки стратегій комунікації українських медіа з іспанською аудиторією та боротьби з російською пропагандою в іспанському медіа-просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Київ : Літопис, 2010. 538 с.
2. Москаленко А. З. Два кити: Журналістика як система засобів масової інформації. Журналістика перехідного періоду. Київ : Школяр, 1997. 36 с.
3. Самуляк О. Переваги та недоліки мережевих ЗМІ. Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер.: Культурологія. 2010. Вип. 6. С. 153–156. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoakl_2010_6_21 (дата звернення: 27.10.2024)

4. Семен Н. Особливості подачі інформації про війну Росії проти України на ресурсі інформаційного агентства «Associated press». Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Журналістика. 2023. № 2. С. 33–38. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnulpjn_2023_2_7 (дата звернення: 27.10.2024)
5. Супрун В. М. «Мова перемоги» в інформаційному дискурсі війни. Обрії друкарства. 2022. Вип. 1(11). С. 131–142. URL: <http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/261720> (дата звернення: 27.10.2024)
6. Тріщук О., Гриценко О. Довіра українських користувачів до інтернет-медіа в умовах кризи, спричиненої пандемією covid-19. Обрії друкарства. 2021. Вип. 1(9). С. 74–86 URL: <http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/240609> (дата звернення: 27.10.2024)
7. Цимбаленко Є. С. Таблоїдизація медіакомунікацій. Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 50. С. 206–211. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_50_42 (дата звернення: 27.10.2024)
8. Янішевський О. Проблематика війни в Україні у пресі і медіа Польщі та України: проба огляду. Обрії друкарства. 2023. Вип. 1(13). С. 128–144. URL: <http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/287519/281420> (дата звернення: 27.10.2024)
9. 20 місяців повномасштабної війни в Україні на шпальтах світових ЗМІ: аналіз трендів та наративів URL: <https://www.weareukraine.info/analytic/20-months-of-full-scale-war-in-ukraine-on-the-global-media-front-pages-analysis/> (дата звернення: 15.11.2024)
10. Krainikova T., Prokopenko S. Waves of Disinformation in the Hybrid Russian-Ukrainian War. Актуальні питання масової комунікації. 2023. № 33. С. 12–26. URL: <https://cimc.knu.ua/issue/view/159/140> (accessed Nov 11 2024)
11. Lazarsfeld P. Radio and the printed page. Copyright, 1940, by Duell, Sloan and Pearce NY. Collection of the Prelinger library. San Francisco, California, 2006. 382 p. URL: <https://ia601406.us.archive.org/4/items/radiotheprintedp00lazarich/radiotheprintedp00lazarich.pdf> (accessed Nov 11 2024)
12. Lewin K. Forces behind food habits and methods of change. Bulletin of the National Research Council. 108: Pp. 35–65.
13. McCombs M.E., Shaw D.L. The agenda setting function of mass media. PublicOpinion Quarterly. 1972. Vol. 36.
14. McLuhan M. Understanding Media. Florida, New York & Philadelphia: Taylor & Francis. 2001. 400 p.

15. Rizun, V. Stressogenic elements of the latent impact of real media reports on the COVID-19 pandemic on social groups. Kyiv, Ukraine: Академія української преси [Academy of Ukrainian Press]. URL: https://www.researchgate.net/publication/356732051_Stressogenic_Elements_of_the_Latent_Impact_of_Real_Media_Reports_on_the_COVID-19_Pandemic_on_Social_Groups_experimental_study#fullTextFileContent (accessed Nov 20 2024).

REFERENCE

1. Mak-Kveil D. (2010) Teoriia masovoi komunikatsii. Litopys, 538.
2. Moskalenko A. Z. (1997) Dva kyty: Zhurnalistyka yak systema zasobiv masovoi informatsii. Zhurnalistyka perekhidnoho periodu. Shkoliar, 36.
3. Samuliak O. (2010) Perevahy ta nedoliky merezhevykh ZMI. Naukovi zapysky [Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»]. Kulturolohiia. Vyp. 6. 153–156. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoakl_2010_6_21
4. Semen N. (2023) Osoblyvosti podachi informatsii pro viinu Rosii proty Ukrainy na resursi informatsiinoho ahentstva «Associated press». Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha». Zhurnalistyka. № 2. 33–38. http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnulpjn_2023_2_7
5. Suprun V. M. (2022) «Mova peremohy» v informatsiinomu dyskursi viiny. Obrii drukarstva. 2022. Vyp. 1(11). 131–142. <http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/261720>
6. Trishchuk O., Hrytsenko O. (2021) Dovira ukrain skykh korystuvachiv do internet-media v umovakh kryzy, sprychynenoi pandemiieiu covid-19. Obrii drukarstva. Vyp 1(9). 74–86 <http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/240609>
7. Tsymbalenko Ye. S. (2013) Tabloidyzatsiia mediakomunikatsii. Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky. T. 50. 206–211. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_50_42
8. Yanishevskiy O. (2023) Problematyka viiny v Ukraini u presi i media Polshchi ta Ukrainy: proba ohliadu Obrii drukarstva. Vyp.1(13). 128–144. <http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/287519/281420>
9. 20 misiatsiv povnomasshtabnoi viiny v Ukraini na shpaltakh svitovykh ZMI: analiz trendiv ta naratyviv <https://www.weareukraine.info/analytic/20-months-of-full-scale-war-in-ukraine-on-the-global-media-front-pages-analysis/>

10. Krainikova T, Prokopenko (2023) Waves of Disinformation in the Hybrid Russian-Ukrainian War. *Актуальні питання масової комунікації*. № 33. 12–26. <https://cimc.knu.ua/issue/view/159/140>
11. Lazarsfeld P. (2006) Radio and the printed page. Copyright, 1940, by Duell, Sloan and Pearce NY. Collection of the Prelinger library. 382. <https://ia601406.us.archive.org/4/items/radiotheprintedp00lazarich/radiotheprintedp00lazarich.pdf>
12. Lewin K. (1943) Forces behind food habits and methods of change. *Bulletin of the National Research Council*. 108. 35–65.
13. McCombs M.E., Shaw D.L. (1972) The agenda setting function of mass media. *PublicOpinion Quarterly*. Vol. 36.
14. McLuhan M. (2001) *Understanding Media*. Florida, New York & Philadelphia: Taylor & Francis. 2001. 400.
15. Rizun, V. (2021) Stressogenic elements of the latent impact of real media reports on the COVID-19 pandemic on social groups. *Academy of Ukrainian Press*. https://www.researchgate.net/publication/356732051_Stressogenic_Elements_of_the_Latent_Impact_of_Real_Media_Reports_on_the_COVID-19_Pandemic_on_Social_Groups_experimental_study#fullTextFileContent