



EMBASSY
OF THE REPUBLIC OF LITHUANIA
IN UKRAINE



NATIONAL UNION
OF JOURNALISTS
OF UKRAINE

Журналістика під обстрілами: уроки з України



Тетяна Іванова
Юлія Суркова
Андрій Юричко

Журналістика під обстрілами: уроки з України

Посібник

Київ
2025

УДК 070:355.01(477)

Іванова Т., Суркова Ю., Юричко А.

Журналістика під обстрілами: уроки з України: посібник / за заг. ред. С. Томіленка, Т. Іванової. – Київ : Національна спілка журналістів України, Академія української преси, Центр вільної преси, 2025. – 48 с.

ISBN 978-617-7370-78-8

DOI:10.71262/AUP-978-617-7370-78-8

Навчальний посібник для журналістів місцевих медіа прифронтових та деокупованих регіонів «Журналістика під обстрілами: уроки з України» підготовлено Національною спілкою журналістів України в межах проекту «Зміцнення стійкості прифронтових медіа як інструменту боротьби з дезінформацією» за фінансової підтримки Посольства Литовської Республіки в Україні в рамках Програми співробітництва з метою розвитку та сприяння демократії.

Посібник об'єднує матеріали менторських консультацій, проведених для 20 медіаучасників проекту, та чотирьох тематичних вебінарів. Видання структуровано за трьома ключовими напрямками: медіаграмотність (проти дія дезінформації, фактчекінг, перевірка джерел), контент (етична журналістика, робота з чутливими темами) та цифровізація (використання штучного інтелекту, створення мультимедійного контенту, цифрова безпека, робота в соцмережах).

Особливість посібника – практична орієнтованість: він містить чеклисти, покрокові інструкції та інфографіку, адаптовані до реалій роботи журналістів в умовах війни.

УДК 070:355.01(477)

Видання підготовлено українською та англійською мовами для розповсюдження через регіональні організації НСЖУ, Центри журналістської солідарності, вітчизняні та іноземні медіаорганізації.

Електронна версія з інтерактивними посиланнями розміщена у відкритому доступі на сайті НСЖУ.

Координатор проекту: Ірина Хроменко

Асистент проекту: Леся Попіль

© Національна спілка журналістів України, 2025

© Іванова Тетяна, Суркова Юлія, Юричко Андрій, 2025

ISBN 978-617-7370-78-8

Шановні колеги!

Цей посібник створений у співпраці — між командами, які проводили тренінги в межах проекту «Зміцнення стійкості прифронтових медіа як інструменту боротьби з дезінформацією», та журналістами, що щодня працюють у складних умовах війни. Двадцять редакцій із прифронтових і деокупованих регіонів поділилися своїми викликами, а досвідчені тренери шукали разом із ними практичні рішення.

Війна докорінно змінила українську журналістику.

Локальні медіа на лінії вогню стали критично важливими для своїх громад.

Вони не лише інформують – вони допомагають людям виживати, протидіють дезінформації, зберігають довіру та зв'язок між владою і суспільством. Коли мовчать електрика і інтернет, саме місцева газета або сайт лишаються єдиним надійним джерелом інформації. Проте ці редакції працюють на межі – під обстрілами, з обмеженими ресурсами, долаючи фізичне й емоційне виснаження.

Тому цей посібник – не теоретичний матеріал, а **практичний інструмент стійкості**. У ньому зібрано поради, як етично висвітлювати трагедії, перевіряти факти в умовах тиску часу, використовувати штучний інтелект для оптимізації роботи, захищати себе й редакцію у цифровому середовищі. Кожна рекомендація пройшла перевірку практикою наших колег на місцях.

Щиро дякую **Посольству Литовської Республіки в Україні**, яке в межах **Програми співробітництва з метою розвитку та сприяння демократії** підтримало цей проект.

Ваша віра у силу незалежної журналістики допомагає нам зміцнювати український інформаційний простір. Литовці – наші дорогі брати і сестри!

Особлива подяка тренерам – **Тетяні Івановій, Юлії Сурковій та Андрію Юричку** – за професіоналізм і відданість, а також усім редакціям, чії історії й питання зробили це видання живим і по-справжньому корисним.

Досвід прифронтових українських медіа у протидії дезінформації може бути цінним не лише для України, а й для колег за кордоном.

Адже саме ці медіа щодня демонструють: навіть у найважчих умовах незалежна журналістика здатна захищати правду, громаду і людську гідність.

Сергій Томіленко

Голова Національної спілки журналістів України,
член Керівного комітету Європейської федерації журналістів
Листопад 2025



Зміст

- 5 Вступ**
- 6 Розділ 1. Медіаграмотність журналістів під час війни**
 - 6 Вступ. Інформація як зброя
 - 7 Сутність пропаганди: як розпізнати, зрозуміти та протидіяти. Чому люди вірять пропаганді
 - 8 Протидія дезінформації та фейкам у воєнний час
 - 11 Етичні стандарти під час війни
 - 13 Комунікація з громадою (сервісна журналістика)
 - 16 Український досвід журналістів під час війни: що варто взяти до уваги
- 18 Розділ 2. Висвітлення дитячих історій під час війни: етичні та практичні поради**
 - 18 Діти – маленькі герої великих історій
 - 21 Український досвід журналістів під час війни: що варто взяти до уваги
- 25 Розділ 3. Цифровізація: від «чорної скриньки» до щоденного інструмента редакції**
 - 28 Як писати промпти
 - 32 Український досвід журналістів під час війни: що варто взяти до уваги
- 33 Розділ 4. Методичні цікавинки від експертів-практиків**
 - 33 Людські історії – те, що привертає увагу світу до війни в Україні
 - 34 Як знаходити резонансні справи у судових реєстрах і робити цікаві матеріали
 - 35 Фото проти фейків: як знімати правду в умовах інформаційної війни
 - 37 Сила історій: чому сторітелінг – унікальний спосіб передачі інформації
- 39 Розділ 5. Від практики до розуміння: приклади статей учасників проекту та їх експертна оцінка**
- 47 Загальні висновки й рекомендації**

Вступ

В умовах повномасштабної війни Росії проти України інформація перетворилася з інструмента комунікації на потужну зброю, здатну впливати на хід подій, мораль суспільства та довіру до державних інституцій.

Українські прифронтові медіа опинилися на передовій цього інформаційного фронту, де кожне слово має ціну людських життів і безпеки. Кремлівська дезінформація, пропаганда та фейки спрямовані на підрив єдності, деморалізацію громадян і послаблення віри в перемогу.

Тому зміцнення стійкості журналістів через розвиток медіаграмотності, дотримання етичних стандартів та забезпечення цифрової безпеки є не лише професійним обов'язком, а й елементом національної оборони. Український досвід роботи журналістів буквально під обстрілами довів: **правда, професійна відповідальність та критичне мислення – найефективніша зброя проти російської брехні.**



Авторка:

Тетяна Іванова, доктор педагогічних наук, професор, завідувачка кафедри соціальних комунікацій Маріупольського державного університету, медіа-експерт і медіатренер Академії української преси.

Сертифікований медіатренер DW Akademie. Працювала в проєктах USAID «Медійна програма в Україні» (впроваджений Internews Network).

Медіатренер авторських програм для журналістів, керівників медіа, викладачів журналістських дисциплін у співробітництві з Фондом Фрідріха Науманна за Свободу в Україні, Фондом Конрада Аденауера в Україні, GIZ Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit та ін.

Авторка численних посібників і підручників для підготовки майбутніх журналістів і розвитку медіаграмотності та критичного мислення.

Розділ 1

Медіаграмотність журналістів під час війни

Вступ. Інформація як зброя

У сучасній військовій реальності інформація стала не лише джерелом знань, а й зброєю, здатною посилювати паніку, дискредитувати інституції та впливати на мораль громадян. Журналісти перебувають на передовій цього інформаційного фронту: їхнє слово може як захищати, так і шкодити.

Медіаграмотність у цьому контексті – не абстрактна компетенція, а життєво необхідний інструмент професійної безпеки. Вона поєднує професійну відповідальність, інформаційну безпеку та основу довіри між медіа і суспільством.



Сутність пропаганди: як розпізнати, зрозуміти та протидіяти. Чому люди вірять пропаганді

Пропаганда – це системний вплив на свідомість і поведінку людей через інформацію, образи та емоції. Під час війни вона стає небезпечним інструментом: деморалізує, сіє недовіру, змінює сприйняття реальності. Журналістам прифронтових територій розуміти пропаганду – ключова компетенція.

Європейський вимір

Країни, що зіткнулися з гібридними загрозами (Естонія, Польща, Чехія), створили державні центри стратегічних комунікацій і програми медіаграмотності. Українські журналісти можуть запозичити такий досвід:

- швидка верифікація інформації;
- побудова контрнарративів;
- «fact immunization» – щеплення фактами.

Ключові поняття

Пропаганда – це системний вплив на свідомість і поведінку через інформацію, образи та емоції.

Види пропаганди:

біла – відкритий вплив (PR, соціальна реклама);
сіра – напівприхований вплив через контекст;
чорна – брехня, фальсифікація, дезінформація.

Типові російські наративи:

- «Ми – жертви, вони – агресори»;
- «Владу в Україні захопили нацисти»;
- «В Україні – громадянська війна»;
- «Україна – неспроможна держава»;
- «Європа стикається з аморальними біженцями-українцями»;
- «Українські герої-захисники не потрібні Україні».

Технології впливу:

- bandwagon appeal – «всі так думають»;
- метаімунізація – попередження критики;

Перевірка інформації для журналістів

Неперевірена інформація

Ненадійні джерела
та наративи



Перевірка джерел

Визначення
надійних джерел
інформації



Порівняння точок зору

Розгляд різних
перспектив



Відстеження наративів

Моніторинг
еволюції нарративів



Перевірена інформація

Надійні джерела
та наративи

- емоційна візуалізація – прихований вплив через образи;
- сюжетизація та кліпове мислення – легке сприйняття через розвагу.

Чому люди вірять пропаганді:

- прагнуть простих відповідей;
- ілюзія власного імунітету;
- знайомий контекст;
- потреба належати до більшості;
- конформізм і страх змін.

Практичні інструменти журналіста

Виявлення пропаганди

- Хто джерело?
- У чиїх інтересах?
- Емоційні тригери?

Контрдії журналіста

- перевірка джерел;
- порівняння точок зору;
- відстеження наративів;
- контрнарлативи;
- імунізація фактами.

Протидія дезінформації та фейкам:

- перевірка акаунтів і джерел: TGStat, Whois, Twitter Search;
- фото й відео: Google Reverse Image Search, InVID, YouTube DataViewer;
- геолокація: Google Maps/Earth, MapChecking;
- архіви: Wayback Machine, Hoaxy, Bellingcat Tools;
- чекліст Telegram-каналів: дата створення, тональність, аналіз медіа, ріст аудиторії;
- OSINT збір і перевірка даних з відкритих джерел, супутникових знімків та соцмереж.

Протидія дезінформації та фейкам у воєнний час

Під час війни інформація стає полем бою. Фейки й дезінформація дискредитують інституції та послаблюють довіру до журналістики. Російська дезінформація стратегічна, часто націлена на прифронтові території. Кожен фейк може завдати шкоди, тому журналіст має діяти швидко та відповідально.

***Завдання журналіста – виявляти,
спростовувати, інформувати
й захищати правду.***

Роль журналістики у воєнний час



Європейський вимір

Європейські платформи та мережі фактчекерів демонструють важливість координації та спільних стандартів:

- EUvsDisinfo;
- FactCheckEU;
- мережі фактчекерів.

Ключові поняття:

- фейк – сфальсифікована інформація;
- маніпуляція – викривлення фактів із прихованою метою;
- дезінформація – системне поширення неправди.

Механізм впливу дезінформації:

- емоційні тригери + когнітивні упередження;
 - соціальні й технологічні чинники підсилюють ефект.
- Існує сталий механізм поширення неправди.



Практичні інструменти журналіста

1. Перевірка акаунтів і джерел: TGStat, Whois, Twitter Search.
2. Фото й відео: Google Reverse Image Search, InVID, YouTube DataViewer.
3. Геолокація: Google Maps/Earth, MapChecking.
4. Архіви: Wayback Machine, Hoaxy, Bellingcat Tools.
5. Чекліст Telegram-каналів: дата створення, тональність, аналіз медіа, ріст аудиторії.
6. OSINT – збір і перевірка даних із відкритих джерел, супутникових знімків та соцмереж.

Інструменти перевірки фактів



Перевірка акаунтів

Перевірка акаунтів та джерел за допомогою TGStat, Whois та Twitter Search



Фото та відео

Перевірка фото та відео за допомогою Google Reverse Image Search, InVID та YouTube DataViewer



Геолокація

Визначення геолокації за допомогою Google Maps/Earth та MapChecking



Архіви

Доступ до архівів за допомогою Wayback Machine, Hoaxy та Bellingcat Tools



Чекліст Telegram

Чекліст Telegram-каналів: дата створення, тональність, аналіз медіа, ріст аудиторії

Як слід поводитися з етичними стандартами під час війни?

01 Безпека й національні інтереси

02 Баланс думок

03 Емоційна чутливість

04 Висвітлення смерті

05 Повага до гідності

Практичні інструменти:

- чекліст перевірки шкоди;
- уникати прямих цитат ворога;
- згода родин;
- нейтральна лексика;
- перевірка соцмереж;
- маркування шок-контенту;
- мова пам'яті.

Поради журналістам:

- дотримуватися об'єктивності та перевірки фактів;
- використовувати OSINT для перевірки джерел;
- забезпечувати швидку та точну реакцію на фейк;
- підвищувати довіру аудиторії через прозорість процесу.

Висновки

Отже, українська журналістика під час війни не втратила стандарти. Вона їх переосмислила. Ми довели, що правдивість може співіснувати з патріотизмом, об'єктивність – із моральною позицією, а етика – з виживанням.

Європейським колегам варто вчитися в нас **не лише професійної техніки, а й внутрішньої готовності працювати там, де правда – це питання життя і смерті.**

Комунікація з громадою (сервісна журналістика)

У воєнних умовах журналістика не лише інформує, а й підтримує психологічну стійкість, формує довіру та солідарність. Сучасні комунікаційні технології допомагають медіа зберігати людський вимір і адаптувати темп, тон і формат до стану аудиторії. Сервісна журналістика пояснює складне, розвінчує фейки, відповідає на питання: «Що це означає для мене?»

Розширення можливостей громади
Громада стає більш обізнаною та здатною діяти

Пояснення складностей
Журналісти спрощують складні теми для розуміння громадою



Надання відповідей
Громада стає більш обізнаною та здатною діяти

Розвінчання фейків
Журналісти виявляють і спростовують неправдиву інформацію

Європейський вимір

Європейська сервісна журналістика давно орієнтована на потреби громади – це журналістика, що пояснює, а не лише повідомляє.

Ініціативи на кшталт **European Journalism Centre (EJC)**, **Solutions Journalism Network (SJN Europe)**, **Reuters Institute for the Study of Journalism** розвивають підхід **public service journalism** – служіння суспільним інтересам через достовірну, зрозумілу та корисну інформацію.

Європейські медіа приділяють увагу:

- прозорості та підзвітності;
- діалогу з аудиторією;
- залученню громади до виробництва контенту;
- розвитку **data journalism** і **human storytelling** – історій з людським обличчям.

Що потрібно знати журналісту, який комунікує зі споживачем інформації засобами медіатексту?

Психологію сприйняття інформації

Журналістика – це не лише слова, а й **робота зі сприйняттям**. Люди бачать не те, що є, а те, що **готові побачити**.

Міфи комунікацій

Міф 1



«Якщо факт очевидний – усі його сприймуть однаково»

Міф 2



«Читач раціональний»

Міф 3



«Головне – сказати правду»
(важливо **як** сказати)

Когнітивні упередження:

Ефект проєкції (projection bias)



люди схильні вважати, що інші думають і відчують так само, як вони. Тому журналіст має свідомо виходити за межі власних установок.

Ефект “увігнутої маски” (Р. Грегорі):



ми бачимо не сам об'єкт, а його звичний образ. Пам'ятай: заголовок, тон, метафора – це вже інтерпретація.

Підтверджувальне упередження (confirmation bias):



читач шукає інформацію, яка підтверджує його переконання, і ігнорує суперечливу. Тому важливо балансувати точки зору та пояснювати контекст.

Ключові комунікативні технології журналістики у воєнний час:



Slow journalism (повільна журналістика)

глибоке осмислення фактів, контексту та наслідків. Це опір інформаційному шуму: менше – але точніше, людяніше, правдивіше.



Conversational journalism (розмовна журналістика, human voice)

природна, людська мова, відмова від офіціозу. Голос журналіста – не лише джерело, а партнер у діалозі з читачем.



Engagement journalism (журналістика залучення)

спільне творення контенту з громадою. Читачі – не об'єкт, а співучасники. Довіра народжується через участь.



Solutions journalism (журналістика рішень)

фокус не лише на проблемі, а й на шляхах її подолання. Матеріали показують, що **вже працює** й **як діяти**.



Empathy storytelling (емпатійний сторітелінг)

історії, що не викликають жалю, а народжують розуміння. Емоція стає каналом пізнання, а не маніпуляції.



Constructive communication (конструктивна комунікація)

пошук спільного знаменника між різними позиціями, зниження рівня напруги, розвиток культури слухання.



Emotional pacing (ритм емоцій)

продумане чергування інформаційних і емоційних акцентів, щоб утримати увагу без перевантаження читача.



Feedback loops (“петлі зворотного зв'язку”)

постійне отримання, аналіз і врахування реакцій аудиторії; спільне коригування тем, тону, форм подачі.

Типи текстів за впливом

1. **Рационально-переконливі** – працюють із фактами, логікою, аналітикою.
2. **Емоційно-впливові** – апелюють до досвіду, співпереживання, довіри.

Практичні інструменти:

- принцип простоти (KISS) – короткі речення, зрозуміла лексика;
- структура: Проблема → Пояснення → Рішення → Контакти;
- типи текстів: раціонально-переконливі та емоційно-впливові;
- робота з увагою: важливе – на початку й у фіналі, списки, цитати, підзаголовки;
- цифрові інструменти: відео, меми, інфографіка.

Стратегія ефективної журналістики

- 01 Принцип простоти
- 02 Структура матеріалу
- 03 Типи текстів
- 04 Робота з увагою
- 05 Цифрові інструменти

Нові формати комунікації журналіста під час війни

- **Telegram-журналістика:** короткі пояснення, сторітелінг у реальному часі.
- **Візуальна журналістика:** карти, графіки, інфографіка.
- **Подкасти й аудіосвідчення:** ефект присутності, голоси очевидців.
- **Data-storytelling:** поєднання фактів і людських історій.
- **Комунікація через меми та соцмережі:** пояснення серйозного простою мовою.
- **Журналістика діалогу:** прямі ефіри, Zoom-дискусії, «зустрічі на площі».

Поради журналістам:

- говорити з громадою, а не «для» неї;
- передбачати різні інтерпретації слів;
- уникати маніпулятивного тону;
- пояснювати контекст;
- тестувати тексти на зрозумілість.

Висновки

Ефективна практика журналіста під час війни ґрунтується на трьох принципах:

знання, критичне мислення та відповідальність.

Журналіст – не лише інформатор, а аналітик, захисник та комунікатор.

Медіаграмотність – це питання безпеки суспільства, стійкості інформаційного поля та довіри.

Український досвід журналістів під час війни: що варто взяти до уваги

У сфері протидії пропаганді

Це – унікальний досвід системного моніторингу російських дезінформаційних кампаній, які діють як усередині країни, так і на міжнародному рівні.

- **Аналітичні центри** («Детектор медіа», StopFake, VoxCheck, «Тексти») розробили ефективні алгоритми відстеження, класифікації та декодування фейків.
- **Робота на упередження:** українські журналісти навчилися передбачати, які наративи ворог може запускати далі, і створювати **контрнативи ще до появи фейків у масовому обігу**.
- Українські журналісти, аналітики та медіаексперти напрацювали потужну школу **семіотичного та критичного аналізу пропаганди**.
- Ми розбираємо промови, тексти, «інтерв'ю» кремлівських діячів на рівні **лексики, символів, історичних алюзій та маніпуляцій з пам'яттю**. (Приклади: аналітичні розбори статті Путіна «Про історичну єдність росіян та українців», його інтерв'ю Такеру Карлсону, фільмів RT чи сюжетів «Первого канала»).
- **Ми маємо приклади технологій десакралізації ворога** через гумор як метод психологічного спротиву, що руйнує страх.
- Європейські країни можуть перейняти також досвід **ємної комунікації як елементу стратегічних комунікацій і психостійкості суспільства**.

Досвід «щеплення» українських колег від фейків і російських ІПСО

- Українське суспільство фактично пройшло **масову «вакцинацію» фактами, тому що з 2014 року** воно щодня стикається з багаторівневою інформаційною війною. Тому українці виробили медіаімунітет: критичне мислення, недовіру до неперевірених джерел, звичку перевіряти інформацію. Українці навчилися розрізняти емоційні маніпуляції, меметичні пастки, «інформаційний газлайтинг».
- **Громадянські ініціативи**, як Академія української преси, «StopFake» чи «По той бік новин», стали лабораторіями фактчекінгу та медіаграмотності.
- **Медіаосвіта у школах і вишах** – унікальний приклад інтеграції медіаграмотності в навчальні програми під час війни.

Україна створила одну з найефективніших екосистем незалежного фактчекінгу в Європі:

- **StopFake, VoxCheck, По той бік новин, Без брехні, Фільтр, GRASS FACT-check, Texty.org.ua** – це не просто сайти, а **аналітичні лабораторії**, які системно розбирають фейки. Вони розробили **авторські методології** верифікації: перевірка метаданих, крос-референсинг, аналіз тональності, джерельний ланцюг, геолокація, reverse image search.
- В Україні сформувалася **культура колективного фактчекінгу** – співпраця медіа, НУО, IT-фахівців, блогерів та волонтерів.
- **Використання OSINT (відкритої розвідки)**. Українські журналісти стали лідерами у верифікації фото- й відеоматеріалів, використовуючи супутникові дані, метадані, архіви.

Український досвід дотримання журналістських стандартів та етики під час війни

Війна змусила українських журналістів **переглянути класичну формулу «говорити все, що знаєш».**

- Умови війни вимагають **етичної саморегуляції**: публікувати правду, але так, щоб вона **не завдала шкоди обороні, армії, цивільним**. Замість цензури – **усвідомлена етична стриманість**.
- Ми навчилися **балансувати між правом суспільства знати і правом держави вижити**.
- З'явилися нові стандарти достовірності: «підтверджено з двох незалежних OSINT-джерел», «верифіковано відео за геолокацією», «спростовано військовиками».
- Європейські журналісти також можуть перейняти українську практику **етичної відповідальності в кризових умовах** – коли головне не «сенсація», а **збереження людяності та безпеки**.
- Класична європейська журналістика довго трималася за принцип «нейтральності» – «дві сторони, два погляди». Український досвід показав: **у війні між агресором і жертвою нейтралітет – це мовчазна співучасть у злі. В українській журналістиці спостерігаємо перехід від нейтральності до моральної позиції**. І це є новим підходом, який Європі варто засвоїти: **етика – не байдужість, а об'єктивність – не означає безпринципність**.
- Також ми сформували школу **журналістики співчуття** без жалю, але з розумінням болю. Цей підхід дає нову етичну рамку: **поважати страждання, не експлуатуючи його для переглядів**.
- Європейські колеги можуть навчитися **етики емпатії**: не фетишизувати трагедію, а допомагати суспільству її усвідомити.

Український досвід впровадження сервісної журналістики у воєнний медіа-простір

Українські журналісти навчилися не просто інформувати, а **спілкуватися з громадою**.

- Ключовий принцип – **«не з верхівки, а знизу»**: чути, бачити, пояснювати так, щоб кожна людина впізнала себе в матеріалі.
- Після 2014 року, а особливо після 2022-го, з'явилася **журналістика довіри**, коли журналіст стає посередником між владою і людьми, між болем і надією.
- Ми можемо навчити європейських колег **говорити просто про складне**, не втрачаючи глибини.
- Українські журналісти стали інноваторами не лише в методах, а й у самій логіці подачі своїх матеріалів через такі форми, як: **візуальна журналістика, подкасти й аудіосвідчення, Data-storytelling**, прямі ефіри, Zoom-дискусії тощо.



Авторка:

Юлія Суркова – журналістка, продюсерка та воєнна кореспондентка. Менторка навчальних журналістських проєктів. Понад десять років висвітлює війну й гуманітарні теми для західних медіа.

Працювала кореспонденткою Bloomberg по сході України. Співпрацює з AFP, TAZ, Goethe-Institut та UNICEF.

Авторка проєкту «Найбільш замінована країна у світі». Журналістка глобальної кампанії UNICEF «Діти під атакою», що отримала Shorty Awards-2023.

Нагороджена нагрудним знаком Командування Об'єднаних сил ЗСУ «За службу та звитягу». Спеціалізується на репортажах з місця подій і людських історій.

Розділ 2

Висвітлення дитячих історій під час війни: етичні та практичні поради

Діти – маленькі герої великих історій

Марк Твен казав: «Для дітей треба писати так само, як для дорослих, тільки краще». Так само – і про дітей слід писати «як про дорослих, тільки краще».

Тож дитячі історії завжди викликають сильний емоційний відгук. Під час війни в Україні вони стають життєво важливими, адже діти – **найбільш незахищені жертви агресії**.

За даними ЮНІСЕФ, загинуло понад **660 дітей**, поранено понад **1800**, кожна п'ята дитина втратила близького.

Це не лише статистика – це **зміна дитинства цілої нації**. Обстріли, евакуації, життя без дому та друзів, розлука з батьками стали буденністю. Такі дані мають ознаки **геноциду**, і саме журналісти фіксують цю правду для історичної пам'яті.

Водночас потрібно пам'ятати: дитина – це **більше, ніж її травма**.

Мета журналіста – не лише розповісти, а й **не зашкодити**. Тому журналістика дитячих історій повинна бути **емпатичною, гуманістичною, чесною**.

Європейський вимір.

Українські журналісти розробили власні підходи до етичного висвітлення дітей під час війни – ці практики можуть стати корисними для колег з інших країн, що працюють у зонах конфліктів чи гуманітарних криз. Зокрема, **система письмових дозволів, правила недопущення ретравматизації та робота з «історіями на зцілення»** – унікальний український внесок у сучасну кризову журналістику.

Етичне висвітлення дитячих історій під час війни

Українські практики

Унікальні методи етичного висвітлення

Емпатійна журналістика

Підхід, що зосереджується на емоційному добробуті

Травматичні досвіди

Життя дітей, змінене війною

Статистика ЮНІСЕФ

Дані про дитячі жертви та втрати

Емпатійна журналістика

Сильні емоції, викликані дитячими історіями

Ключові поняття

1. Згода (consent) – письмовий дозвіл батьків або опікунів на фото, відео чи інтерв'ю.
2. Ретравматизація – повторне переживання дитиною травми через необережні питання чи дії.
3. Емпатійне інтерв'ю – розмова, що базується на повазі, без тиску, з турботою про емоційний стан співрозмовника.
4. Психологічна безпека – стан, коли дитина може відмовитися від відповіді або перервати інтерв'ю.
5. Етична журналістика – підхід, у якому користь від висвітлення історії переважає ризик завдання шкоди.

Згода і повага

Правило № 1: **жодної зйомки або інтерв'ю без письмової згоди батьків чи опікунів.**

Форма згоди має містити:

- дату й місце зйомки;
- ім'я та вік дитини;
- контактні дані батьків/опікунів;
- пояснення, де і як буде використано матеріал.

Журналіст має чітко представитися й пояснити мету роботи. Якщо дитина не хоче брати участь – **це знак зупинитися.**

Не можна показувати обличчя дітей з ВІЛ-статусом, у дитбудинках чи прийомних сім'ях без окремого дозволу.

Робота з травмою

Дитячі історії – це **не сенсації, а досвід виживання.** Після події, що травмує, варто дати час на відновлення, не ставити запитання одразу.

- Не тисніть на дитину – якщо вона мовчить, дозвольте мовчати.
- Не повторюйте запитань, не вимагайте «емоційних цитат».
- Інтерв'ю слід проводити **в безпечному місці**, сидючи на рівні очей дитини.
- Поясніть, що вона може не відповідати на питання, якщо не хоче.

Головне правило: **«Не зашкодь»** – сьогодні й у майбутньому.
Користь від публікації має переважати ризик для дитини.

Уникайте:

- сенсаційних описів («розірваний дім», «плач після вибуху»);
- зайвої деталізації насильства, зґвалтування чи смерті;
- фото, які викликають жалість або стигматизацію.

Знайомство й побудова довіри

Почніть із простого:

- поговоріть про школу, друзів, улюблену гру чи тварину;
- запитайте, чим дитина любить займатися зараз;
- дайте їй час розслабитися.

✗ Не запитуйте:

«Що ти відчував, коли зруйнували дім?»

«Чому ти не врятувався/лася?»

«Хочеш повернутися додому?»

✓ Краще спитайте:

«Хто був поруч тоді?»

«Що тобі допомагало витримати?»

«Що робить тебе зараз щасливим/щасливою?»

Не давайте дитині обіцянок («після сюжету все зміниться»).

Поясніть: ваша історія допоможе зрозуміти, але не вирішує все.

Практичні поради

- Під час інтерв'ю **повертайте увагу до сьогоднішнього**, запитуйте про школу, друзів, хобі.
- Завершуйте розмову **на позитивній ноті**: «Що ти плануєш зробити завтра?», «Яка твоя мрія?».
- Дякуйте дитині за її час і довіру.
- Якщо відчуваєте, що історія може зашкодити, то **відмовтесь від неї**.
- Будьте готові до **силуетної зйомки**, зміни імені чи деталей задля безпеки.

Кейси та приклади

Український досвід

- Репортажі з прифронтових регіонів (Сумська, Чернігівська, Херсонська області) демонструють баланс між емпатією й достовірністю.
- Матеріали UNICEF Ukraine – приклад коректної візуальної роботи з дітьми.

Європейський досвід

- Агенції AP, AFP, Reuters висвітлюють вплив війни на ментальне здоров'я дітей, уникаючи натуралізму та надмірного емоційного тиску.
- BBC та Deutsche Welle застосовують правило «context first» – спочатку пояснити подію, потім емоційна частина історії.

Поради журналістам

- Не поспішайте – дайте дитині час.
- Не шукайте «сльози», шукайте сенс.
- Завжди ставте етичний принцип вище інформаційного приводу.
- Будьте готові не опублікувати матеріал, якщо це може зашкодити герою.
- Зберігайте людяність – навіть коли камера вимкнена.

Український досвід журналістів під час війни: що варто взяти до уваги

Українські журналісти розробили власні підходи до етичного висвітлення дітей під час війни – ці практики можуть стати корисними для колег з інших країн, які працюють у зонах конфліктів або гуманітарних криз.

Зокрема, система письмових дозволів, правила недопущення ретравматизації та робота з «історіями на зцілення» – це унікальний український внесок у сучасну кризову журналістику.

Українські колеги можуть порадити європейським журналістам:

– **Не розглядати історії дітей як термінові новини.** Натомість варто взяти контакти батьків і сімей та повернутися до цих історій з часом. Це допоможе уникнути травмування дитини та зробити історію глибшою.

– **Показувати не лише сльози та трагедію, а й історії спротиву й подолання.** Через великі медичні установи, такі як **Superhumans Center**, **Unbroken National Rehabilitation Center** та **Okhmatdyt Children's Hospital**, можна знайти історії дітей, які після травм отримали протези й тепер займаються спортом, волонтерством чи творчістю.

– **Писати про довгострокові наслідки війни, а не лише про обстріли та поховання.** Наприклад, складною й важливою темою є ментальне здоров'я українських дітей під час війни. Такі фонди, як **Voices of Children Foundation**, **Save the Children** та **UNICEF**, можуть надати західним колегам підтримку, контакти й доступ до локацій, де відбуваються заняття з психологами, арттерапія та навчання українських дітей.

– **Звернути увагу на дітей, які все ще залишаються в «kill zones».** Навіть на четвертому році повномасштабної війни поруч із лінією фронту живуть діти. Через **Juvenile Police of Ukraine**, гуманітарні організації **Proliska** та **East SOS** можна отримати дані про кількість дітей, яких щодня евакуюють із прифронтових районів, а також про тих, хто досі залишається біля зони бойових дій.

Висновки

Повномасштабне вторгнення для багатьох українських журналістів у темі висвітлення дитячих історій змістило пріоритет з неупередженості та оперативності на емпатію. І коли ми говоримо про історії дітей, ми повинні пам'ятати, що це не гарячі новини, це не сенсації, це обережна робота, яка не повинна завдати шкоди. Тож іноді, працюючи з дітьми, краще бути поганим, неоперативним чи несенсаційним журналістом, але залишитися хорошою людиною.

📌 **ПРІОРИТЕТ – ЦЕ БЕЗПЕКА ДИТИНИ, А НЕ «ГОСТРОТА» СЮЖЕТУ.**

ЗГОДА, ДОВІРА, ПОВАГА – ТРИ КИТИ ДИТЯЧОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ.

Використані джерела:

- UNICEF Ukraine. Guidelines for journalists reporting on children.
- [Convention on the Rights of the Child \(OoH\)](#).
- [Поради українських журналістів з прифронтових регіонів \(2022–2024\)](#).

Формати класичних західних медіа, які можуть використовувати локальні редакції

Сучасна українська журналістика поступово відходить від пострадянських традицій і орієнтується на європейські стандарти. Локальні медіа дедалі частіше експериментують з форматами, які є основою західної журналістики: фічери, human-interest stories, breaking news, літературний репортаж, історії від першої особи. Ці підходи допомагають робити матеріали глибшими, емоційнішими й більш зрозумілими міжнародній аудиторії.

Журналістські жанри

01

Breaking news

Термінова новина, що повідомляє найважливіші факти у форматі “перевернутої піраміди” або за принципом “Five Ws”

02

Фічер

Розширений журналістський матеріал, що поєднує факти, емоції, репортажні елементи й людську історію

03

Human-interest story

Історія, побудована навколо конкретної людини, її досвіду та переживань

04

Бекграунд

Додаткова інформація, що пояснює контекст події

05

Історія від першої особи

Текст, поданий як розповідь самого героя на основі інтерв'ю

06

Літературний репортаж

Документальний текст із художніми елементами, який відтворює реальність через образи, діалоги, метафори

Актуальність у контексті війни, пропаганда та прифронтових територій

Під час війни журналісти працюють у надзвичайно складних умовах – між потребою швидко інформувати і відповідальністю не поширювати паніку чи дезінформацію. Використання західних форматів дає змогу:

- посилити **довіру аудиторії** через прозорі структури подачі інформації;
- **показати людський вимір війни**, зосереджуючись на реальних історіях;
- **протистояти пропаганді**, створюючи матеріали, побудовані на фактах, емпатії та повазі до героїв;
- допомогти громадам у прифронтових регіонах **зберегти власний голос** у світовому інформаційному просторі.

Підвищення довіри та впливу в журналістиці

Голос громади

Підтримка місцевих перспектив у глобальних нарисах

Фактична емпатія

Поєднання фактів з емоційним розумінням

Прозорі структури

Забезпечення чіткості та відкритості в подачі інформації

Людські історії

Зосередження на особистому досвіді для зв'язку з аудиторією

Українські журналісти можуть інтегруватися в європейську медіаспільноту, переймаючи підходи до **аналітики, сторітелінгу та роботи з емоційним контентом**. Європейські колеги, своєю чергою, можуть запозичити в українських ЗМІ:

- **вміння працювати в екстремальних умовах;**
- **приклади етичного висвітлення війни;**
- **стратегії підтримки місцевих громад через медіа.**

Ключові поняття (короткий словничок)

- **Breaking news** – термінова новина, що повідомляє найважливіші факти у форматі «перевернутої піраміди» або за принципом «Five Ws» (Who, What, When, Where, Why).
- **Фічер (feature story)** – розширений журналістський матеріал, що поєднує факти, емоції, репортажні елементи й людську історію.
- **Human-interest story** – історія, побудована навколо конкретної людини, її досвіду та переживань.
- **Літературний репортаж** – документальний текст із художніми елементами, який відтворює реальність через образи, діалоги, метафори.
- **Історія від першої особи** – текст, поданий як розповідь самого героя на основі інтерв'ю.
- **Бекграунд** – додаткова інформація, що пояснює контекст події.

Breaking News – швидко, точно, з контекстом

Термінові новини мають бути короткими, але змістовними.

- Використовується принцип **«перевернутої піраміди»** – найголовніше спочатку.
- Необхідно дбати про **бекграунд**, щоб читач розумів контекст події.
- Згідно з дослідженням Джейкоба Нілсена, більшість читачів сканує текст у формі літери **F**, тому головна інформація має бути у перших абзацах.

Фічер – глибина історії

Фічер поєднує аналітику, репортаж і сторітелінг:

- головна увага – **людській історії**;
- використовуйте **кілька точок зору** (герой, експерти, очевидці);
- зберігайте **повагу до героя**, навіть у складних темах;
- мова має бути живою, без надлишку прикметників.

Human-interest story – історія, що торкає серце

- Герой – центральна фігура, через яку розкривається глобальна подія.
- Описуйте **емоції, деталі, місце подій**.
- Завершуйте текст **сильною цитатою героя**.

New Journalism – на межі журналістики й літератури

- Використання **метафор, діалогів, композиційної структури (зав'язка – кульмінація – розв'язка)**.
- Літературний репортаж допомагає **розповісти про соціальні процеси через долю однієї людини**.
- «Історія від першої особи» створює ефект присутності, але потребує **згоди героя й узгодження тексту**.

Ефективний сторітелінг

01

Людська історія

Зосередження на особистих досвідах та емоціях

02

Кілька точок зору

Включення різних перспектив для глибокого розуміння

03

Повага до героя

Підтримка гідності та поваги до героїв

04

Жива мова

Використання яскравої мови без зайвих деталей

Практичні інструменти

Чекліст для журналіста

- Чи є в матеріалі контекст (бекграунд)?
- Чи дотримано принцип «5 Ws»?
- Чи присутня людська історія?
- Чи збалансовані емоції та факти?
- Чи перевірено джерела?
- Чи є повага до героя?

Цифрові ресурси:

- BBC Academy Journalism Guide
- Reuters Handbook of Journalism
- Poynter Institute Training

Кейси та приклади

- Українські локальні ЗМІ (наприклад, «Суспільне», «Громадське») активно впроваджують європейські підходи до сторітелінгу та бекграунду.
- Європейські медіа (BBC, DW) використовують **етичні стандарти та структуру подачі**, які можуть слугувати орієнтиром для прифронтових редакцій.

Поради журналістам

- Пам'ятайте: **емоції мають бути інструментом, а не метою**.
- Завжди додавайте **контекст**.
- Не використовуйте **оціночні судження**.
- Поважайте **особисті межі героїв**.
- Уникайте **повторів і штампів** («мирні мешканці», «жахлива трагедія» тощо).
- Якщо історія важка – завершіть її ноткою **надії чи сили людини**.

Висновки

Локальні українські медіа можуть ефективно використовувати західні формати, адаптуючи їх до власного контексту. Головна мета – не копіювати, а **осмислено переосмислювати чужий досвід**. Людські історії – це **місток між війною і миром, між Україною і світом**. Якість журналістики визначається **повагою до факту, читача та героя**. Європейський досвід допомагає підвищити **довіру до локальних ЗМІ** і зробити їх голос вагомим навіть під обстрілами.

Розділ 3

Цифровізація: від «чорної скриньки» до щоденного інструмента редакції

Цей розділ – про те, як великі мовні моделі та інші інструменти штучного інтелекту вже влітають у повсякденну роботу українських редакцій, особливо прифронтових. Про ефективність і правила гри, про ризики та межі відповідальності, про налаштування безпеки, що рятують роки нервів і архівів, і про запити до ШІ, які справді економлять час.

Актуальність у контексті війни та прифронтових територій

Переобтяжені редакції мають автоматизувати рутину (транскрипція, чернетки, зведення), не ризикуючи довірою аудиторії.

Платформи знижують видимість «проблемного» або низькоякісного контенту – дисципліна подачі й маркування ШІ стає частиною інформаційної безпеки.

В Україні Telegram – головний канал споживання новин; це збільшує швидкість поширення як фактів, так і дезінформації. Редакції мають діяти швидко, прозоро, обережно.

Європейський вимір: що беремо і що можемо віддати

Беремо: політики «людина в циклі», прозоре маркування ролі ШІ, нові формати перепаковки для соцмереж.

Віддаємо: практики роботи в умовах війни, захисту джерел (Tails, Signal), роз'яснювальні формати для громад, досвід протидії дезінформації та модерації «важких» коментарів відповідно до українського права.



Автор:

Андрій Юричко – журналіст і медіатренер з понад 25-річним досвідом роботи в пресі, на радіо та телебаченні. Кандидат наук, викладає журналістику в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Співпрацює з Національною спілкою журналістів України та Академією української преси, проводить навчання для журналістів, блогерів і студентів з медіаграмотності, залучення аудиторії, перевірки фактів та протидії дезінформації. Наголошує на ролі якісної журналістики та стійкості суспільства до маніпуляцій, автор понад 20 наукових праць і посібників із журналістики.

Ключові поняття (короткий словничок)

- **LLM (Large Language Model)**. Модель, натренована на великих корпусах текстів, що генерує зв'язні відповіді. «Мислить» токенами; довгі діалоги «з'їдають» контент – великі завдання краще дробити.
- **Промпт**. Інструкція моделі. Ефективний промпт містить роль, завдання, формат і тон відповіді, а також контекст із прикладами.
- **Remove–Reduce–Inform**. Підхід модератора платформ: видаляють явні порушення; знижують видимість «сірого» контенту; додають контекст/попередження.
- **«Людина в циклі»**. Фінальне рішення ухвалює журналіст/редактор; ШІ – інструмент підготовки.
- **Tails / Signal**. Live-ОС без слідів і месенджер із E2EE за замовчуванням – базові інструменти захисту даних.

«Не-магія» ШІ: що вже реально працює

Великі мовні моделі (LLM) уже стали частиною рутин редакцій: транскрипція інтерв'ю, створення чернеток, короткі зведення, SEO-заголовки, переклади, пошук в архівах, допомога з кодом та моніторинг цифрових загроз.

- Associated Press ще автоматизувала короткі фінансові нотатки за принципом: дані → шаблони → контроль редактора.
- BBC публічно тестує At a glance – короткі резюме під матеріалами – і Style Assist – підказки для ясності текстів.
- Reuters створила систему Tracer, яка відсіює «шум» у X та видає сигнали про новини, що потребують уваги журналіста.
- За даними Reuters Institute, аудиторія загалом позитивно сприймає бек-офісне використання ШІ (персоналізація, технічна допомога), але ставиться насторожено до «переважно ШІ»-новин.
- Тож маркування ролі алгоритму LLM зараз є частинкою довіри. [Джерело¹](#)

Де закінчується інструмент і починається етика

Редакційна практика поступово окреслює чіткі межі.

- Не публікуємо «чисті» AI-тексти/зображення без людської перевірки і маркування.
- Не ставимо модель у позицію «джерела правди» в юридичних, медичних чи політичних темах.
- Експерименти – лише під контролем редактора й із чітким описом ролі ШІ (AP).
- Якщо алгоритм допомагає з заголовком чи резюме – це позначається (Reuters Institute).

Редакційний workflow із ШІ: від ідеї до публікації

Пам'ятаємо про «Алгоритмічну гігієну»

Платформи знижують видимість контенту низької якості за принципом remove, reduce, inform (Meta Transparency Center). Редакції мають дбати про чітку структуру постів, субтитри, тайм-коди, попередження для чутливих тем. [Джерело²](#)

¹ <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/generative-ai-and-news-report-2025-how-people-think-about-ai-role-journalism-and-society>

² <https://transparency.meta.com/policies/>

Інгест – пошук, перевірка, транскрипція, цитати, тайм-коди.

Це етап збору сировини для майбутнього матеріалу. ШІ допомагає швидко розшифрувати інтерв'ю, виділити ключові цитати й автоматично проставити таймкоди. У редакціях це вже стандартна практика – економія часу у 3–4 рази без втрати точності.

Наприклад, журналісти користуються Otter.ai, MacWhisper, Whisper API, а для коротких аудіо – безплатними сервісами на зразок 123apps.com або nvmp3.com.

Генерація ідей, підходів, пошук способу подачі

Після інгесту починається головне – пошук кута, з якого розповідати історію. Саме тут мовні моделі стають справжніми помічниками журналіста.

- Використовуємо аналітику сторінок. Telegram – Chat Export Tool; Facebook – Download Your Information; сайт – Google Analytics. За допомогою ШІ робимо кластеризацію тем і визначаємо пікові години, теми та вподобання аудиторії.
- Для пошуку використовуємо Story SpinnerAI. Його автор – редактор Deutsche Presse-Agentur (DPA) Саймон Кремер. Інструмент є спеціалізованим ChatGPT-ботом, створеним для генерації ідей для журналістів та контент-креаторів на основі моделі потреб аудиторії.
- Головний принцип роботи – швидке створення ідей для статей і сюжетів залежно від потреб (наприклад, “освітити”, “надихнути”, “допомогти”).

Практичні інструменти

- ChatGPT, Claude, Qwen – для мозкового штурму («Які 10 ракурсів можна взяти для теми “Волонтерство під обстрілами”?»).
- NotebookLM, AI Studio (Google) – для структурування нотаток і пошуку логіки в масиві даних.
- Midjourney, Leonardo, DALL-E – для створення ескізів візуальних концепцій.

Алгоритм роботи редактора

- Постановка питання: що ми хочемо сказати?
- Збір фактів після інгесту.
- Формулювання промпту для генерації ідей.
- Відбір ідей за критеріями: новизна, актуальність, формат.
- Уточнення завдання для ШІ – план, підзаголовки, лід.

Процес створення контенту з використанням ШІ

<p>01</p> <p>Чернетка: підзаголовки, варіанти структури</p> <p>Мовна модель допомагає побачити логіку тексту, сформулювати лід і зробити чернетку, яку потім редагує журналіст. Тут важливо чітко задати структуру і перевірити, щоб модель не давала вигаданих фактів.</p>	<p>02</p> <p>Фактчек: збір і перевірка джерел, не довіряючи “фактам” моделі</p> <p>Моделі часто вигадують посилання, тому журналіст мусить перевіряти все вручну: через офіційні сайти, бази даних, відкриті джерела, інструменти OSINT і фактчекінгові платформи.</p>	<p>03</p> <p>Адаптація: лід, субтитри, тайм-коди, попередження для чутливих тем</p> <p>На фінальному етапі ШІ допомагає адаптувати матеріал під різні платформи – сформувати лід, створити субтитри, переклад, чи додати попередження для чутливого контенту.</p>
--	---	--

Висновки

LLM допомагають побачити нові ракурси, сформулювати чіткі тези й уникнути шаблонності. Людина ж залишається головним автором – саме вона визначає, що з усіх ідей варте того, щоб стати історією.

Як писати промпти

Чіткість – головне: роль, завдання, формат, тон, контекст, приклади. Корисний шаблон: «Дай мені п'ять ідей – від найтиповішої до найфантастичнішої». Пам'ятайте про токени: довгі діалоги обрізають контекст, тож варто дробити великі завдання.

Рівень 1: базовий промпт (як звичайна людина)

Напиши пост про здоровий спосіб життя для Instagram.

Характеристики:

- Мінімальні інструкції
- Без структури
- Без контексту
- Без специфіки формату

Типові проблеми відповіді:

- Загальні фрази («займайтесь спортом», «їжте правильно»).
- Відсутня стратегія ефективності.
- Невідомо, для якої аудиторії писати.
- Немає дизайн-рекомендацій.
- Може бути неправдива інформація.

Рівень 2: Просунутий промпт (з ролями та структурою)

Ти – досвідчений контент-менеджер для Instagram з 3 роками досвіду. Твоє завдання: створити 5 постів для новачка-блогера про здоровий спосіб життя.

Структура для кожного поста:

1. Заголовок (зук, що привертає увагу за 2 секунди)
2. Основний текст (100–150 слів)
3. Ключові поради (3 конкретних дії)
4. Хештеги (10 популярних)
5. Кол-ту-екшен (СТА – питання або запрошення до дії)

Використовуй простий, приязний тон. Матеріал має бути натхненним, але реалістичним.

Характеристики:

- Визначена роль
- Кількість контенту
- Структура кожного поста
- Вказівки по тону
- Практичні елементи

Типові результати:

- Згрупований контент.
- Є хук та СТА.
- Краще оформлено.
- Більше цільовості.

Рівень 3: Високоякісний промпт (професійний підхід)

КОНТЕКСТ:

Ти – Senior Content Strategist і медичний консультант з 7 роками досвіду в création wellness-контенту. Твоя роль – забезпечити, щоб контент був одночасно ангажувальним, з основою на науці, щоб позбутися поширення міфів про здоров'я.

ПРОФІЛЬ АУДИТОРІЇ:

- Вік: 25-40 років
- Стать: змішана
- Рівень знань: новачки (питають базові питання)
- Тип залучення: мотивація + практичні лайфхаки
- Поведінка: прокручують швидко, стоп на emotional-контенті

ЗАВДАННЯ:

Створити серію з 5 постів для Instagram новачка-блогера, які:

1. Генерують 10-15% engagement (реалістична норма)
2. Є фактично коректними (без міфів)
3. Мотивують до дії, але без тиску
4. Можуть бути збережені й ними поділяться

ДЛЯ КОЖНОГО ПОСТА:

— ПОСТ #1: [Конкретна тема – наприклад, «Як почати займатися спортом без перетренування»]

|

— СТРУКТУРА:

| — ХУК (2 рядки): Питання або твердження, що викликає впізнання («Чи ви також...»)

| — ПРОБЛЕМА (3-4 рядки): Чому люди мають проблем з цією темою

| — РІШЕННЯ (5-7 рядків): 3 конкретні кроки із примірниками

- └ НАУКА (2 рядки): Коротке посилання на науковий факт
- └ СТА (1 рядок): Питання для коментарів або дія

— ВИМОГИ:

└ Обсяг: 200–250 слів (баланс між інформативністю та читаністю)

└ Емодзі: 3–5 (релевантні, не перевантажувати)

└ Тон: простий, authentic, без патерналізму

└ Вірогідність: **ОБОВ'ЯЗКОВО** вказати джерело, якщо цитуєш факт

└ Особистість: Показати своє розуміння теми, але не як експерт

— ДИЗАЙН-РЕКОМЕНДАЦІЇ:

└ Рекомендація по кольорах (які емоції потрібні)

└ Тип ілюстрації (фото, графіка, текст)

└ Макет (де розташовувати текст на картинці)

└ Розміри: 1080x1350px (вертикальний пост)

— ХЕШТЕГИ (12–15):

└ 3–4 mega-теги (більше 1M постів) для охоплення

└ 5–6 medium-тегів (100K–1M) для релевантності

└ 4–5 micro-тегів (10K–100K) для community

— ДАТУ ПУБЛІКАЦІЇ: Рекомендований день та час

ТЕМИ ДЛЯ 5 ПОСТІВ (обов'язково різні аспекти):

1. Як почати, якщо ви ніколи не займалися спортом
2. Найпоширеніші міфи про харчування (розвінчати 3 з них)
3. Як відновитися після тренування за 5 хвилин
4. Психологічна сторона здорового способу життя
5. Як синхронізувати здоров'я з напруженим графіком

ВАЖЛИВО:

Кожен пост може існувати незалежно, але разом вони створюють наратив

Посилайся на наукові джерела (дай конкретне посилання або назву дослідження)

Уникай непотрібного оптимізму («За тиждень ви будете як фітнес-модель»)

Додай реалістичні очікування та timeline

Якщо даєш фізичні поради – додай інформацію про консультацію лікаря

ВИХІДНИЙ ФОРМАТ:

Подай кожен пост окремо з усіма вищезазначеними елементами. На початку додай стислий план стратегії для нових блогерів про здоров'я (як використовувати ці пости для залучення аудиторії).

Характеристики:

- Мультиаспектний контекст.
- Детальний профіль аудиторії.
- Архітектура для кожного поста.
- Наукова верифікація.
- Дизайн-рекомендації.
- SEO-оптимізація (хештеги).
- Стратегічна послідовність.
- Реалістичні очікування.
- Етичні вказівки.

Типові результати:

- Профілізований контент для конкретної аудиторії.
- Фактично коректний матеріал.
- Готовий до публікації (з дизайн-підказками).
- Має виміри успіху.
- Етично обґрунтований.
- Стратегічний розвиток блогу.

Ефективний пост



«Людина в циклі»: політика редакції

Політика – короткий документ із п'ятьма пунктами:

- (1) де можна застосовувати LLM;
- (2) де – ні;
- (3) як позначати його роль;
- (4) хто відповідає;
- (5) що не завантажуюмо (персональні дані, неопубліковані документи, комерційні таємниці).

The Associated Press і BBC підтверджують принцип: «ШІ підсилює журналіста, але не підміняє його».

Ризики

- **Галюцинації:** перевірка фактів через офіційні джерела, не через ШІ (Reuters Institute).
- **Просідання охоплення:** дотримуйтесь політики remove–reduce–inform (Meta Transparency Center).
- **Безпека платформ:** дотримання обмежень соцмереж, модерація коментарів згідно з Законом України «Про медіа».
- **Приватність:** використання Tails, Signal, Whats.app з дотримання дисципліни щодо приватних даних.

Безпека – скелет цифровізації

Основи цифрової гігієни: обов'язково мати встановлений антивірус, увімкнути двофакторну автентифікацію, користуватись менеджером паролів, встановити локальні паролі на доступ та мати план дій на випадок компрометації даних.

- **Tails** – операційна система, що не залишає слідів і пускає трафік через Tor.
- **Signal** – найпопулярніший месенджер із наскрізним шифруванням.
- **Telegram** популярний серед більшості української аудиторії, але максимальне шифрування чатів не включене за замовчуванням.

Український досвід журналістів під час війни: що варто взяти до уваги

Українські редакції впроваджують ШІ не тому, що це тренд, а тому, що вони переобтяжені. Це дозволяє автоматизувати рутину (транскрипція, чернетки) і вивільнити час журналіста для більш важливої роботи – верифікації, аналізу та створення унікального контенту.

Порада для європейців: розглядайте ШІ не лише як спосіб скоротити витрати, а як стратегічний інструмент для підвищення стійкості редакції під час кризи (наприклад, під час виборів, терактів, природних катаклізмів, війн), коли інформаційний потік стає некерованим.

Висновки

Цифровізація – не про «чарівну кнопку», яка розв'яже всі проблеми, це – про процедури. Там, де є правила використання ШІ, маркування ролі алгоритмів і «людина в циклі», моделі дають швидкість і масштаб без втрати довіри. Саме це й формує «скелет» редакційної цифрової трансформації, який ми розвиваємо разом з НСЖУ.

Розділ 4

Методичні цікавинки від експертів-практиків

**Людські історії – те,
що привертає увагу світу
до війни в Україні**

**3 вебінару НСЖУ «Правда проти
дезінформації в умовах війни».**

Медіатренерка:

журналістка Associated Press, продюсерка фільму «20 днів у Маріуполі», лауреатка Пулітцерівської премії Василіса Степаненко.



Суть

Розповідати правду про війну – це форма опору. Саме **незалежні регіональні медіа** можуть показати світові людські історії, бо вони найкраще знають місцевість, героїв і контекст. Навіть досвідченим міжнародним журналістам іноді бракує цього розуміння.

Європейський вимір

Тримати інтерес світової спільноти до України складно. Але людські історії – це ключ, який допомагає не лише достукатися до аудиторії, а й утримати її увагу. Саме місцеві журналісти мають особливу довіру людей і можуть показати правду щиро та глибоко.

Основні орієнтири для журналістів

- **Людяність:** залишайтеся людиною, навіть коли документуєте біль. Герої відкриваються лише тим, хто слухає з повагою.
- **Відкритість:** представляйтеся, не ховайте ім'я – це підсилює довіру.
- **Знання місцевості:** будьте на місцях, спілкуйтеся з людьми, шукайте деталі.
- **Місія:** пам'ятайте – ви даєте голос тим, кого намагаються змусити мовчати.

Практичні поради журналістам

- Звертайте увагу на візуальну частину – вона «чіпляє» світову аудиторію.
- Репортажні деталі підсилюють достовірність.
- Шукайте баланс між інтересом і повагою до особистих меж.
- Пам'ятайте: жодна історія не варта зламаної людської гідності.
- Не забувайте про засоби безпеки, особливо у прифронтових зонах.



Як знаходити резонансні справи у судових реєстрах і робити цікаві матеріали

З вебінару НСЖУ «Як знайти читабельну історію в судових реєстрах».

Медіатренерка:

засновниця онлайн-видання
«Судовий репортер» Ірина Салій.

Суть

Судовий реєстр – це **відкрите джерело даних**, де журналіст може знайти унікальні історії, не виходячи з редакції. Він містить понад **129 мільйонів рішень**, що робить його потужним інструментом аналітики.

Європейський вимір

Відкритість судових реєстрів – це рідкість. Україна є прикладом **прозорості судової влади**, що відповідає європейським стандартам доступу до інформації.

Як шукати інформацію

- **reustr.court.gov.ua** – основний ресурс.
- Пошук за **контекстом**, **номером справи** або **фразою** (у лапках).
- Використовуйте **розширені параметри** – регіон, категорія, суддя.
- Відвідайте судові засідання, щоб побачити **людський вимір справи**.
- Фотографуйте розклади засідань, якщо в рішенні немає прізвищ.

Практичні поради журналістам

- Звертайте увагу на **номер кримінального провадження** – він дає багато про дії слідства.
- Аналізуйте **тривалість справи** за останніми цифрами номера.
- Не бійтеся приходити в суд – **там народжуються найкращі історії**.
- Коментарі беріть **у безпосередніх учасників**, а не в «експертів з усього».
- Найкращі матеріали – результат **системної, неразової роботи**.
- Моніторинг реєстру – це **ваш щоденний пошук резонансних тем**.

Фото проти фейків: як знімати правду в умовах інформаційної війни

3 вебінару НСЖУ «Фото проти фейків».

Медіатренер:

фотограф і викладач фотожурналістики Києво-Могилянської академії Сергій Коровайний.



Суть

Кожна правдива світлина з українських міст – це **доказ злочинів Росії**. Фотографія – найсильніший аргумент проти фейків і пропаганди. Бути фотожурналістом під час війни – це **місія відповідальності та мужності**.

Європейський вимір

Світ довіряє очам. Саме українські фотографії з Бучі, Ізюма, Маріуполя змусили міжнародну спільноту **побачити правду**. Європейські медіа використовують ці кадри як доказ і як нагадування: **правда має обличчя**.

Етичні принципи фотожурналіста

1. Показуйте **правду**, не створюйте постановок.
2. Поважайте героїв і не втручайтеся в їхню поведінку.
3. Уникайте **стереотипів** і спотворень через монтаж.
4. Не приймайте **подарунків і не платіть за фото**.
5. Пам'ятайте про **безпеку людей і військову таємницю**.

Безпека й людяність

- Не показуйте **обличчя постраждалих широким планом** без згоди.
- Під час зйомок похоронів – **непомітність і делікатність**.
- У зоні бойових дій: обов'язково **бронежилет, шолом, мінімум техніки**.
- Перед виїздом перевіряйте ситуацію, консультуйтеся з пресофіцерами.

Практичні поради

- Знімайте **різні плани** (загальний, середній, деталі).
- Вчіться працювати зі **світлом, кольором, композицією**.
- Дивіться **якісні фото, кіно, театр, комікси**. Розвивайте візуальне мислення.
- Знімайте **багато й регулярно**. У стресі ви діятимете лише на рівні підготовки.
- Завжди дбайте про **етичність кадру**. Не перетворюйте біль на сенсацію.

Загальні висновки

Українська журналістика в умовах війни стала фронтом правди й відповідальності. Журналісти прифронтових регіонів щодня доводять, що професіоналізм і людяність – найважливіша зброя проти дезінформації.

***Медіаграмотність, етика
й цифрова безпека – ключові складники
професійної стійкості.
Європейські стандарти правдивості,
балансу та відповідальності
допомагають зберігати довіру,
а український досвід роботи
в екстремальних умовах збагачує
європейський медійний простір.***

Отже, журналістика нині – це не лише передавати факти, а захищати людську гідність і формувати стійке суспільство.

Рекомендації

- Розвивати системи локального фактчекінгу та співпрацю з європейськими мережами.
- Запроваджувати внутрішні стандарти етичної перевірки контенту.
- Підвищувати цифрову грамотність і кіберстійкість редакцій.
- Використовувати ШІ лише як допоміжний інструмент, із чітким маркуванням його ролі.
- Розширювати міжнародну взаємодію між українськими та європейськими журналістами.
- Підтримувати психологічну стійкість журналістів через тренінги, супервізії та взаємопідтримку.

Сила історій: чому сторітелінг – унікальний спосіб передачі інформації

З вебінару НСЖУ «Як сторітелінг допомагає журналістам доносити інформацію в сучасних умовах».

Медіатренерка:

журналістка, лекторка, авторка книжки
«Розкажи історію. Поради зі сторітелінгу»
Тамара Куцай.



Суть

Люди здатні у 20 разів краще запам'ятовувати факти, якщо вони є частиною історії. Саме тому історія – найпотужніший інструмент передачі інформації. Історії – унікальні для запам'ятовування, дають конкурентні переваги в епоху штучно-го інтелекту, передають у місткій формі знання, цінності та досвід.

Європейський вимір

Західні експерти прогнозують за кілька років так звану економіку емпатії. І тоді людство ще більше потребуватиме проникливих та емоційних історій, які будуть впливати на економічні процеси.

Згідно з дослідженнями науковців з психології та неврології Принстонського університету, коли люди чують, як розгортається історія, їхні мозкові хвилі фактично починають синхронізуватися з хвилями оповідача.

Людство споконвіку супроводжують історії, починаючи ще з наскельних малюнків. Свої історії мають населені пункти й навіть ті чи інші технології. За кожним винаходом стоїть якась історія. Тому, зауважує експертка, для журналістів важливо бачити ці історії, бо вони є скрізь.

Ефективний спосіб донести інформацію

Чому історії – ефективний спосіб донесення інформації?

- Структурування (історії структурують інформацію).
- Орієнтація на аудиторію (історії розраховані на уподобання й потреби певної аудиторії).
- Механізм емпатії (емпатія допомагає міцно вкорінювати історію у людську свідомість і передавати її далі).

Інформація краще передається в історіях через особливості людського мислення. Більшість людей не думає цифрами й відсотками, не сприймає сухі факти. Люди розглядають світ в історіях – подіях, їхніх причинах і наслідках. Окрім цього, в історіях присутні емоції.

Саме тому штучний інтелект – не конкурент на сторітелінговому ринку. Бо він не може відчувати.

Як писати історії: практичні поради

Історія повинна містити дію, діалоги та деталі. Гарна історія здатна активізувати уяву читача чи слухача – він подумки може «перенестися» у вашу розповідь.

1. Герої повинні бути справжніми: не «прикрашайте» їх, не надавайте вигаданих якостей чи рис. Дії та прагнення героя мають бути зрозумілими.
2. Позбудьтеся «словесного сміття» (кліше, беззмістовні метафори, слова без смислових навантажень тощо).
3. Обирайте короткі слова.
4. Прибирайте зайве (якщо слово можна прибрати – треба прибрати).
5. Уникайте абстрактності та банальності.
6. Пишіть просто: простота – найкращий спосіб донести вашу історію до читача.
7. Шукайте нестандартні, нешаблонні підходи (антишаблонний підхід може створити сильну історію).

Створення захопливої історії

01	Справжні герої Розробка героїв з реалістичними рисами та мотиваціями
02	Усування сміття Видалення кліше та беззмістовних слів для чіткості
03	Короткі слова Використання лаконічної мови для ефективності
04	Видалення зайвого Обрізання непотрібних слів для стислості
05	Уникнення абстракції Забезпечення конкретності та уникнення банальності
06	Просте письмо Використання простої мови для зрозумілості
07	Нестандартні підходи Застосування унікальних методів для захопливої розповіді

Розділ 5

Від практики до розуміння: прикладні статті учасників проєкту та їх експертна оцінка

Автори: Юлія Суркова, Тетяна Іванова

Одне з головних завдань проєкту – розвиток в учасників навичок написання медіаматеріалів про війну, на соціально й етично чутливі теми, а також таких, що спрямовані на підтримку віри людей у добро, відновлення та майбутнє.

Цей розділ пропонує читачам ознайомитися з добірками статей журналістів, учасників проєкту, а також експертною оцінкою (рефері), що надали наші тренери.

Рефері матеріалу Тетяни Логвіної. Газета «Вісті Зміївщини», Харківщина

Назва: «А для мене історія Дмитра – це історія про людські можливості. Якщо зміг він, то зможу і я»

Герой: Дмитро Безусий, ветеран, колишній полонений, спортсмен, військовик

Джерело: zmiiv.gromada.group



Ця історія – зразок якісного локального журналістського матеріалу про війну, де на перший план виходить людина, а не сам факт бойових дій чи травми. Саме це було основним з критеріїв навчання журналістів під час проєкту.

Наведемо декілька аргументів, які доводять, що журналістка цілком впоралася із завданнями навчання.

Заголовок вдалий: він одразу задає інтонацію емпатії й натхнення. Тут немає штучної патетики, лише проста й чесна формула – “якщо зміг він, зможу і я”. У ній звучить не жалість, а віра, і це дуже сучасний підхід до розмови про ветеранів.

Мова матеріалу – **жива, розмовна, людська:** без канцеляризмів та пафосу. Автор дозволяє героєві говорити самостійно, не “редагує” його голос до гладкості. Завдяки цьому з’являється довіра – здається, що ти справді слухаєш Дмитра, а не читаєш переказ. У тексті є цитати, які точно розставляють акценти: “Не ставте мені питання, на які немає відповідей!” або “У кожного чоловіка з ПТСР буває період, коли він шукає смисли життя”. Вони глибокі, не надумані.

Емоційність у тексті **стримана, але щира**. Автор не грає на почуттях. У матеріалі немає надриву, сліз чи героїчного пафосу. Натомість є відчуття гідності, сили, рівноваги. Це той випадок, коли матеріал про війну не травмує, а відновлює віру в людину.

Структура побудована драматургічно – від минулого до теперішнього: полон →

спорт → травма → повернення на службу → навчання → мрія. Відчутні логіка й темп оповіді: спочатку біль, потім рух, далі – стабілізація й надія. Це створює ефект “дороги героя”: важливий для якісного емоційного нарис.

Образність у тексті помірна. Є влучні вислови (“копається в собі”, “90-кілограмова штанга придавила”), але не вистачає сенсорних деталей – звуків, запахів, відчуттів, які могли б зробити історію ще ближчою до читача. Водночас символіка (“мрія про Мадрид”, що стає образом майбутнього) працює добре.

Окрема сильна риса матеріалу це його **етичність**. Автор уникає надмірної драматизації болю та експлуатації емоцій жалості, не демонструє страждання як марафон для кліків. Навпаки, текст сповнений поваги до героя: його не жаліють, не ідеалізують, а просто показують живою людиною, яка шукає себе й рухається вперед. Вважаємо, що це найвища форма журналістської етики у воєнних матеріалах.

І найважливіше, що варто відзначити, це те, чим закінчується матеріал. Фінал залишає читача зі світлим почуттям: герой не лише вижив, а й повертається до мрії, має підтримку, бачить мету. Тут є віра в життя, у розвиток, у майбутнє. Тобто матеріал несе не травму, а **відновлення** – і саме це робить його справжнім емоційно-чуттєвим текстом про війну.

Формат матеріалу – це класичний фічер з людською історією в центрі розповіді. Журналістка впоралася з одним із завдань проєкту – написати у західному форматі.

Також сильна сторона історії – те, що це follow up story. Тобто журналістка вже писала про цього героя раніше, зберегла з ним зв'язок та повернулась до його історії, щоб простежити зміни, що сталися з ним за цей час. Цей метод наголошує, що шлях подолання травми ідентифікує героя набагато більше, ніж його поранення. Це гуманістично орієнтована журналістика, що й було завданням курсу.

Авторці тексту слід додати більше загального бекграунду війни, додати статистику з подібних поранень та додати контакти, куди можуть звернутися ветерани по медичну й ментальну підтримку.

Звичайно, можна було б трохи підсилити художню образність, додати дрібних відчуттєвих деталей (як Дмитро вдягає форму, як пахне зал, як звучить голос під час тренування). Але в цілому – це один з тих текстів, після яких хочеться просто мовчки подякувати героєві й журналісту.

Як експерти і тренери проєкту можемо узагальнити, що наданий матеріал – глибокий, етичний, мотивувальний. Автор утримав баланс між документальністю й емоцією, не скотившись у пафос чи надрив. Деякі недоліки, що були допущені у сторітелінгу, обговорено з авторкою під час індивідуальних сесій з менторками. Це чудовий приклад того, як можна писати про війну: через людські можливості, а не через страждання.

Рефері матеріалу Світлани Томаш. Газета «Новини Городнянщини», Чернігівщина



Назва: «Хлопчик з території можливих активних бойових дій»

Герой: Іван Холодняк, 13-річний школяр із прикордонного села Полісся, Чернігівщина.

Ця історія має зовсім іншу емоційну температуру, ніж попередня: якщо Дмитро Безусий – це сила дорослого, то Іван Холодняк – це тиша дитячої мужності.

Матеріал – приклад **соціально-емоційного репортажу** з високим ступенем людяності. Авторка працює у традиції «малих історій великої війни», показуючи не фронт, а тил, не вибух, а життя між вибухами.

Заголовок – сильний, короткий і точний. Він містить контраст: “хлопчик” – символ дитинства, “територія можливих бойових дій” – символ загрози. Уже в першій фразі стикаються два світи: війна і дитинство. І саме на цьому конфлікті тримається вся драматургія тексту. Підзаголовок уточнює зміст і додає людський вимір: “єдина дитина шкільного віку, яка щодня їздить до ліцею заради можливості сісти за парту”. Це дуже людяно і зворушливо, без надриву.

Мова матеріалу – **добра, світла, водночас стримана**. Авторка не намагається писати “красиво” заради стилю – емоція народжується з фактів. Є плавна ритміка фраз, відчуття усного оповідання. Особливо добре працюють речення, що передають простоту буднів: “Снідає, збирається й чекає: буде тривога чи ні. Якщо спокійно, то можна їхати до школи”. Це не журналістський штамп, це життя, збережене у словах.

Вважаємо, що виважена й емоційна побудова матеріалу. Авторка дає загальну інформацію про кількість мешканців і початок обстрілів, що додає тексту фактажу та викликає довіру до професійності журналістки. Вказівники на географічні мітки дають розуміння контексту навіть західному читачеві. Спершу це географія війни: дорога, прикордоння, згадка про монумент “Дружба народів”, який тепер звучить іронічно. Потім, дуже цінно, поступове наближення до героя: з пейзажу – до автобуса, з автобуса – до дитини. Це кінематографічно, читач ніби “з’їжджає” вглиб кадру. Далі сюжет розгортається через голоси: мами, сестри, чиновниці, вчителя. Кожен голос додає шар розуміння, і в результаті історія дитини стає зрізом цілого прикордонного регіону.

Фінал статті теж дуже точний: тихий, з теплими емоціями. Мама обіймає дітей, а довкола “краса поліського краю” і “підступний сусід за 15 кілометрів”. Це справжній катарсис: світло природи проти темряви війни.

Текст багатий на **образи й контрасти**. Особливо виразні: “через мутне віконце автобуса серйозний не по роках Ваня бачить пейзажі прикордоння”, “танки під вікном дитячої”, “стіни у старенькій хатині трясуться”.

Авторка вміє показати трагедію через деталь, не називаючи її прямо. Образ автобуса, який щоранку везе єдину дитину через зону небезпеки, – це потужна метафора стійкості України.

Не можна не відзначити етичність матеріалу. Бо саме це було одним з найваж-

лівіших критеріїв написання сюжетів про війну. Авторка не романтизує небезпеку й не спекулює на дитячій темі – навпаки, говорить з повагою та ніжністю. Герой поданий не як “жертва”, а як маленький громадянин, який усвідомлено робить свій вибір. Це найвищий рівень поваги та завдання нашого проекту – показати дитину суб’єктом, а не об’єктом.

Хоч у тексті прямо не говорять про “віру в майбутнє”, вона присутня між рядками. Віра в навчання, у знання, у нормальність. Хлопчик, який щодня їде до школи, це жива метафора життя, що триває. Навіть коли “стіни трясуться від обстрілів”, уся Україна встає о сьомій ранку і йде до ліцею.

Створивши матеріал, відредагований під керівництвом менторок, авторка включила в остаточну версію всі побажання, що зробило історію витриманою в західному форматі.

Загальні висновки. Текст читається як молитва за дитинство, написана журналісткою, що вміє бачити не лише руїни, а й життя між ними. Це повільна, тиха журналістика опору, де сила народжується зі звичайного.

Можна, звичайно говорити і про невеличку стилістичну перевантаженість. У перших абзацах (подвоєні дієприкметники, трохи важка конструкція), але це технічна дрібниця, не змістова. Головне – тон цієї статті: він чесний, ніжний, без штучного пафосу. У подібних історіях важливо не лише описати, а й дозволити читачеві побачити очима героя. Було б цікаво почути від Івана хоча б кілька речень від першої особи про його страх чи мрію. Проте навіть без цього матеріал звучить глибоко й щиро.

Загалом, це сильний, етичний і поетичний репортаж. Авторка зуміла показати масштаб війни через історію однієї дитини, зробивши це не через сльози, а через повагу. У тексті не геройство, а гідність. Такі матеріали не просто “зворушують”. Вони формують пам’ять, з якої виростають співчуття й відповідальність. Вважаємо, що цілі та завдання, які ми ставили перед навчанням журналістів, загалом виконані.

Рефері матеріалу Анатолія Жупини. Газета «Новий день», Херсонщина



Назва: «Інший фронт. Життя на протезах»

Джерело: newdayua.net

Перше, що слід відзначити, це назва матеріалу, яка символічна й багатозарова. “Інший фронт” створює образ продовження боротьби після війни, а підзаголовок “Життя на протезах” – конкретизує тему, одразу викликаючи емоційний відгук без патетики. Баланс між метафорою і фактом витримано майстерно. Заголовок чіпляє без маніпуляції.

Матеріал насичений візуальністю. Це “залізні ноги”, “lego під протезом”, “зруйновані будинки Херсона”, “дитина торкається протеза батька”. Такі деталі вже самі створюють “кадри”. Етична чистота використання цих епітетів – бездоганна.

Мова журналіста проста, точна, глибоко людська. Вона документальна, але має теплий емоційний підтекст. Є відчуття живого діалогу з героями, не “протокольного запису”. Автор уникає штампів про “незламність” чи “героїзм”, натомість показує силу через буденність. Стиль написання статті – зрілий, без прикрас, проте образний.

Невеликим недоліком матеріалу можна вважати відсутність загального контексту війни, статистики та думок експертів. Ці недоліки, обговорені з автором під час особистої консультації, він взяв на замітку.

Емоційне тло є щирим, рівним, без надриву. Саме про це йшла мова під час навчання в нашому проекті. Автор не тисне на жаль, а допомагає читачеві відчути гідність і біль героя через дрібниці: lego під протезом, дитячу цікавість, відмову в житлі. Це емпатія, а не драматизація. Емоційний рівень витриманий майже ідеально.

Слід відзначити і вдалу драматургію тексту.

Структура статті сильна: початок – особистий спогад і травма, далі – адаптація, цивільні виклики, фінал – прийняття й надія. Є логічна динаміка: “війна → виживання → гідність → життя”. Контрасти (біль ↔ гумор, втрати ↔ сім’я) створюють повноцінну історію, що читається, як документальний роман. Внутрішня драматургія бездоганна.

Матеріал буквально пронизаний образами: “залізні ноги”, “lego під протезом”, “мішок картоплі як подарунок”, “порожні будинки – кістяки”. Ці деталі формують глибоку символіку виживання, людської звички до життя. Символ “іншого фронту” – це боротьба за звичайне життя – наскрізний і потужний.

Анатолій Жупина зміг “підсвітити” історію героїв, а не написати історію за них. Єгор і його дружина Олена говорять самі. Автор делікатно “відступає”, давши місце їхнім голосам. Герої багатомірні: сильні, вразливі, іронічні. Людяність проступає у дрібницях, без моралізаторства. Це справжнє “я”, не газетна фігура. Повагу до героїв видно в кожному рядку.

Найголовніше, що фінал матеріалу світлий і реалістичний: “відсутність поганих змін – це уже гарна новина”. Ця проста фраза – “квінтесенція стійкості”. Є відчут-

тя катарсису, причому не гучного, а тихого, людського. Герой не “перемагає”, він живе – і саме це надія.

Журналіст зміг дуже етично підійти в показі проблеми.

Жодного елементу експлуатації травми. Опис ампутації, фантомних болів чи проблем із протезом – фактологічні, без сенсаційності. Автор поводить себе обережно, з великою повагою. Цей текст – етичний еталон роботи з темою війни і тілесності. Фото також етичні, вони не націлені на те, щоб шокувати читача, але дати йому уявлення про героя.

Вважаємо, що матеріал глибоко автентичний. Відчувається довіра між автором і героями. Текст не прикрашає, не гіперболізує, не моралізує. Він залишає після смак гідності, тиші та вдячності. Професійно зроблений приклад гуманістичної журналістики, де війна – не фон, а контекст людського життя.

Отже, стаття Анатолія Жупини – це **зразок етичної, психологічно глибокої та емоційно дозованої воєнної журналістики**. Автор майстерно поєднує документальність і образність, не зрадивши правди. Текст має катарсичний ефект і формує в читача емпатію без виснаження.

Рівень виконання – це **високий професійний стандарт**, гідний публікації в міжнародних медіа як приклад поствоєнного гуманістичного репортажу.

Рефері матеріалу Олексія Пасюги. Газета «Ворскла», Сумщина

Назва: «Як українська мама у Франції бореться за Батьківщину»

Джерело: vorskla1930.com.ua



Почнемо одразу із заголовка, який, на нашу думку, чіпляє і задає тон людської боротьби, без надмірного пафосу чи штучної драми. У ньому позитивний елемент – дієслово “бореться”, що вже передає дію, силу, віру. Загалом його можна вважати вдалим, хоча є певна прямолінійність (“бореться за Батьківщину”) і це дещо знижує потенціал образності.

Текст містить багато конкретних світлин, які вдало підсилюють щирість і доповнюють зміст статті.

Мова матеріалу природна, без канцеляризмів. Автор використовує прості фрази, в яких відчувається “жива” людина. Є емоційні акценти (“я вся трусилася від страху”, “усмішки моїх вихованців не дають мені впасти духом”), але без надриву. Тон зберігає баланс між документальністю і співпереживанням. Автор уникає кліше, крім окремих фраз на зразок “сила духу української жінки”, які хоч і знайомі, але виправдані темою.

Вважаємо також за доцільне відзначити, що емоції стримані, автентичні, не маніпулятивні. Автор дозволяє героям самим “нести” емоцію – через цитати дітей, через слова матері. Це створює довіру та співчуття без жалю. Читач відчуває тепло, не виснажуючись.

Слід звернути увагу на вдалу драматургію тексту.

Матеріал має чітку внутрішню динаміку: від втечі – до адаптації – до дії – до надії. Є контраст між боєм і силою, темрявою і світлом. Кульмінація – у висловлюваннях Світлани про роботу, дітей, віру. Все це створює катарсис. Структура логічна, ритм витриманий.

У статті також наявна образність через деталі: “улюблену іграшку не могла втримати в руках”, “усмішки вихованців не дають впасти духом”. Символічно діти як “два крила” – природний, сильний образ. Образність невимушена, не декоративна.

Матеріал має чіткий людський центр. Це – історія Світлани. Голоси дітей посилюють автентичність, додають глибини. Відчувається повага до героїв. Автор не “пише про них”, а дає їм говорити.

Один з найсильніших аспектів статті – це мотивація, надія, віра в майбутнє. Попри біль, матеріал дихає життям, працею, спільністю. Є посил: “жити далі. І це теж боротьба”. Завершення статті оптимістичне, не штучно, а зі внутрішнім спокоєм.

Зауважимо, що текст цілком етичний: без шоківих описів, без експлуатації травми. Поважає приватність і гідність. Емоція – не задля ефекту, а задля розуміння.

Загальне враження експертів

Стаття викликає довіру – вона реалістична, не вигадана, відчувається особиста присутність автора. Є післясмак тепла й поваги. Текст належить до якісної журналістики людського виміру: щирої, небайдужої, світлої.

Отже, матеріал Олексія Пасюги – **емоційно чесний, структурно збалансований і етично витриманий приклад гуманного репортажу про війну**. Автор успішно передає не лише біль, а й силу, не лише трагедію, а й життя. Можна віднести текст до високоякісних зразків медіа, що формують емпатію, а не втому від війни.

Вважаємо, що цілі та завдання, які ми ставили перед навчанням журналістів, загалом виконані.

Загальні висновки й рекомендації

1. Інформація під час війни є зброєю, тому журналістика має поєднувати правдивість, відповідальність та безпеку.
2. Медіаграмотність і критичне мислення – ключові компетенції та методи протидії дезінформації та пропаганді.
3. Український досвід у фактчекінгу, OSINT і протидії ІПСО може бути зразковим для Європи.
4. Етична журналістика під час війни означає: не нейтральність, а моральну позицію; не цензуру, а саморегуляцію.
5. Висвітлення дитячих історій вимагає згоди, поваги, емпатії та уникання ре-травматизації.
6. Цифровізація і ШІ це потужні допоміжні інструменти, але людина залишається в центрі («людина в циклі»).
7. Українська журналістика поєднала правду, емпатію та технологічну грамотність, створивши власну школу кризових медіа під час протистояння у війні Росії проти України.

Рекомендації для журналістів

1. Розвивати локальні системи фактчекінгу та обмін досвідом з європейськими мережами.
2. Підтримувати етичні стандарти – перевірка джерел, баланс думок, делікатність у темах війни й дітей.
3. Підвищувати цифрову безпеку: двофакторна автентифікація, шифрування, захист даних.
4. Використовувати ШІ лише як допоміжний інструмент, із чітким маркуванням ролі.
5. Розвивати сторітелінг і сервісну журналістику: пояснювати складне просто, через людські історії.
6. Підтримувати психологічну стійкість журналістів: супервізії, навчання, обмін досвідом.
7. Будувати партнерство з європейськими редакціями, демонструючи український досвід роботи під тиском.

Посібник

Тетяна Іванова
Юлія Суркова
Андрій Юричко

Журналістика під обстрілами: уроки з України

Дизайн і верстка: Іоланта Філенко
Редагування: Сергій Шевченко

Підписано до друку 18.11.2025 року. Папір крейдований.
Формат А5. Друк цифровий.
48 сторінок. Гарнітура MacPaw Fixel.

Наклад 300 примірників.

Віддруковано в друкарні ФОП ВЕТОШКІН Д.А.
08600, Київська обл., м. Васильків, пров. Північний, 4-А;
тел: (044) 351-21-90

