

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра журналістики та нових медіа

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ЕТИКА ВОЄННОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ: СЕРІЯ
ПОДКАСТІВ З ЕКСПЕРТАМИ**

Здобувача першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти

групи ЖУРБ-1-21-4.0д.

галузі знань 06 Журналістика

спеціальності 061 Журналістика

освітньої програми 061.00.01

Журналістика

Демченко Софія Михайлівна

Використання чужих ідей,
результатів і текстів
мають посилання на відповідне
джерело

Науковий керівник:
Лісневська А.Л.,
доцент, кандидат педагогічних наук

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії _____

І.В. Погребняк,

(підпис) (ініціали, прізвище)

завідувач кафедри журналістики та нових
медіа

(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ – 2025 рік

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Обґрунтування актуальності проєкту

1.2. Мета і завдання роботи

1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку

II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОЄКТУ

2.1. Теоретико-методологічні засади поширення етичних стандартів воєнної журналістики через подкаст, інтерв'ю та соціальні мережі

2.2. Структура і рубрикація конвергентного медіапроєкту «Етика воєнної журналістики»

2.3. Засоби виразності та формати контенту в конвергентному медіапроєкті про етику воєнної журналістики

2.4. Технічне забезпечення створення й поширення подкастів та інтерв'ю про етику воєнної журналістики

2.5. Практичне застосування та результати апробації конвергентного медіапроєкту з етики воєнної журналістики

2.6. Висновок

III. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

IV. ДОКУМЕНТАЦІЯ

V. АНОТАЦІЯ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Обґрунтування актуальності проєкту

Актуальність проєкту зумовлена необхідністю формування критичного мислення серед громадян у воєнний час, коли поширення дезінформації може мати фатальні наслідки. Подкаст як формат дозволяє не лише аналізувати явища глибше, а й поширювати знання в доступній і зручній формі для молодшої аудиторії.

У контексті повномасштабної війни в Україні зросла потреба у фаховому висвітленні подій. Подкасти стали популярним форматом споживання інформації серед молоді завдяки доступності та мобільності. Проєкт відповідає запиту суспільства на етичну, правдиву та експертну інформацію про війну та медіа.

З початком повномасштабної війни в Україні журналісти зіткнулися з новими викликами, які значно ускладнили їхню роботу. Потреба в оперативному висвітленні подій змушує репортерів приймати рішення в умовах обмеженого часу та доступу до інформації. Водночас поряд із професійним журналістським контентом почали активно поширюватися фейки, маніпуляції та пропагандистські матеріали, що викривлюють реальність і загрожують національній безпеці. Це піднімає питання про відповідальність журналістів та необхідність дотримання етичних стандартів, адже кожне слово, опубліковане у відкритому доступі, може мати серйозні наслідки [3, с. 45].

Журналістика під час війни несе подвійну місію: інформування суспільства та захист національних інтересів. З одного боку, вона повинна залишатися неупередженою та об'єктивною, з іншого — не може бути інструментом, що допомагає ворогу. У такій ситуації журналісти мають дотримуватися чітких етичних принципів, аби їхня робота сприяла захисту суспільства, а не його дезорієнтації чи навіть шкоді державі. Саме тому проєкт «Етика воєнної журналістики в Україні: серія подкастів» є надзвичайно

актуальним. Його мета — допомогти як медійникам, так і аудиторії розібратися в тонкощах висвітлення воєнних подій, розпізнавати маніпуляції та запобігати поширенню неправдивої інформації [7, с. 88].

У рамках медіапроєкту буде створено серію подкастів, які стануть платформою для обговорення основних питань воєнної журналістики. Запрошені експерти, серед яких військові кореспонденти, аналітики та медіаексперти, проаналізують реальні випадки порушення журналістської етики, розглянуть проблеми дезінформації та розкажуть, як балансувати між правдою та безпекою. Основна увага буде приділена розгляду конкретних етичних дилем, з якими стикаються журналісти: що можна і що не можна публікувати під час війни, як розмежувати пропаганду і правдиве висвітлення подій, коли розкриття інформації може нашкодити військовим операціям [9, с. 110].

Однією з ключових переваг проєкту є його формат і платформа поширення. Конвергентність продукту полягає у поєднанні різних форматів подачі інформації, платформ поширення та способів взаємодії з аудиторією. У межах цього медіапроєкту головним контентом є подкаст — сучасний і динамічний формат, а додатковим є серія інтерв'ю на ютуб-каналі та аккаунт у соціальній мережі інстаграм. Конвергентність також виявляється у можливості повторного використання контенту. Інтерв'ю чи теми одного випуску подкасту можуть бути основою для статті, інфографіки або короткого відео, посилює інформаційний вплив проєкту [5, с. 197].

Подкасти набувають дедалі більшої популярності серед української аудиторії, адже дозволяють отримувати інформацію в зручний спосіб: під час дороги на роботу, тренувань або відпочинку. Формат розмови з експертами дає можливість глибше розкрити тему та пояснити складні поняття доступною мовою. Крім того, подкасти будуть поширюватися через соціальні мережі, зокрема ютуб, інстаграм та саундклауд, що забезпечить ширше охоплення аудиторії [12, с. 76].

Зручність різних форматів (конвергентність продуктів)— аудіо та відео — розширює аудиторію, адже відеокommунікація особисто з експертом має велике значенні під час сприйняття інформації. Також відеоформа інтерв'ю дозволяє демонструвати певні візуальні аргументи у вигляді фото або відеокадрів [16,с.218].

Особливу увагу буде приділено візуальній складовій проєкту. Кожен епізод буде супроводжуватися аналітичними матеріалами, графіками, скріншотами реальних фейкових новин і пропагандистських наративів, щоб слухачі могли наочно побачити, як працює маніпуляція в медіапросторі. Інтерактивні елементи — голосування, опитування, коментарі — дозволять аудиторії долучитися до дискусії, ставити запитання експертам та ділитися власним досвідом [15, с. 134].

З огляду на це, проєкт «Етика воєнної журналістики в Україні на прикладі серії подкастів з медіаекспертами» спрямований на підвищення рівня медіаграмотності, формування відповідального підходу до споживання новин та підтримку професійних стандартів серед журналістів. В умовах інформаційної війни якісна, правдива та етична журналістика є не менш важливою, ніж фізичний захист держави. Саме тому необхідно не лише інформувати про порушення журналістської етики, а й пропонувати реальні рішення для медійників, які щодня працюють у складних умовах воєнного часу [20, с. 199].

1.2. Мета і завдання кваліфікаційної роботи (проєкту)

Мета проєкту — створити серію подкастів та інтерв'ю, які висвітлюють етичні принципи роботи для українських журналістів під час війни та сприяють підвищенню медіаграмотності.

Завдання:

1. Опрацювати теоретичний матеріал тематики етики воєнної журналістики.
2. Розробити модель конвергентності медіапроєкту: відео, аудіо та фото.
3. Створити та поширити контент через ютуб, інстаграм та саундклауд.

4. Розробити комунікаційну стратегію поширення проєкту.
5. Проаналізувати охоплення через статистику переглядів і взаємодій.

Місія:

Сприяти розвитку свідомого ставлення медіаспільноти до складних етичних питань воєнного часу, а також підвищувати рівень медіаграмотності суспільства.

Об'єкт дослідження:

Етичні стандарти журналістики у контенті інформаційного поля України.

Предмет дослідження:

Медіапроєкт у форматі серії відеоінтерв'ю, що розглядає питання етики воєнної журналістики в Україні.

1.3 Перелік методів здійснення творчого пошуку

У процесі творчого пошуку використовувались методи глибинного інтерв'ю, сценарного планування, побудови структури подкастів за принципом сторітелінгу. В основі формування змісту – аналіз наукової та професійної літератури, контент-аналіз українських медіа, а також порівняння з міжнародними прикладами етичних практик. Методологія була спрямована на створення зрозумілих і релевантних епізодів для аудиторії, що цікавиться етикою в умовах воєнного часу.

II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОЄКТУ

2.1. Теоретико-методологічні засади комунікативного процесу поширення етичних стандартів воєнної журналістики у соціальних мережах

Воєнна журналістика є однією з найскладніших сфер медіа, оскільки вона функціонує в умовах постійної інформаційної війни, цензури, а також високих ризиків для журналістів і суспільства. Під час війни медіа відіграють не лише інформаційну, а й стратегічну роль, що зумовлює необхідність дотримання етичних стандартів, аби не завдати шкоди державі чи цивільному населенню. Соціальні мережі, зокрема інстаграм, стали ключовими майданчиками для поширення новин, аналітики та дискусій, але водночас і полем для маніпуляцій та інформаційних вкидів. Це вимагає від журналістів особливого підходу до подачі матеріалів, а від аудиторії - навичок критичного мислення та фактчекінгу [8, с. 134].

Цільовою аудиторією проєкту є молодь віком 18–35 років, студенти факультетів журналістики, медіапрацівники початкового рівня, а також активні користувачі соціальних мереж, які цікавляться етикою та фактчекінгом. За результатами попередніх досліджень, саме ця вікова група найчастіше споживає подкаст-контент на платформах інстаграм, ютуб та саундклауд [12].

У межах проєкту створено три подкасти тривалістю по 20–30 хвилин на платформі саундклауд. Кожен присвячено окремій темі: дезінформації, журналістській відповідальності та балансу між правдою і безпекою. Для ютуб цикл інтерв'ю по 20-30 хвилин з медіаекспертами. Для інстаграм розроблено супровідний контент: 6 рілсів, 3 гайди, 10 тематичних постів та 5 експертних коментарів.

Етика воєнної журналістики в українському контексті формується на основі міжнародних журналістських стандартів, таких як кодекси «Репортерів без кордонів», Комітету захисту журналістів (CPJ) та норм Міжнародної

федерації журналістів. Водночас вона має власні особливості, зумовлені унікальними викликами війни: загрозою життю журналістів, необхідністю збереження військових таємниць, боротьбою з пропагандою та дезінформацією. Одним із ключових питань є баланс між правом громадськості на правду та необхідністю захисту національних інтересів [3, с. 67].

Дослідження українського інформаційного простору після 2022 року показують значне підвищення рівня національної свідомості та вимогливості суспільства до достовірності новин. За даними Інституту соціології НАН України, після початку повномасштабного вторгнення 72% українців почали більш критично ставитися до інформації, а 65% — перевіряти джерела перед поширенням новин у соціальних мережах [6, с. 42]. Це свідчить про необхідність підвищення стандартів журналістики та впровадження чітких критеріїв для розмежування об'єктивної інформації та маніпуляцій.

Українська журналістика наразі функціонує в умовах потужного впливу соцмереж, де інстаграм став не просто платформою для розваг, а інструментом інформаційного впливу. У порівнянні з традиційними ЗМІ, соцмережі дозволяють доносити інформацію швидко та ефективно, однак вони також є майданчиком для пропаганди, фейкових новин та емоційного маніпулювання. Аналіз українського медіаполя свідчить, що інстаграм у 2023 році став одним із найважливіших джерел новин для молоді та людей середнього віку. За даними Київського міжнародного інституту соціології, 48% респондентів отримують інформацію про війну саме через цю платформу, що зумовлює її роль у формуванні суспільного наративу [11, с. 87].

Одним із головних завдань журналістів, які працюють у соцмережах, є формування культури споживання новин та розвінчання фейків. У цьому контексті проєкт «Етика воєнної журналістики в Україні на прикладі серії подкастів з медіаекспертами» створюється як освітньо-аналітична ініціатива, яка допоможе не лише медійникам, а й споживачам інформаційного контенту розібратися у складних питаннях етики під час війни. Основний фокус буде

зроблено на проблематиці розмежування інформації та пропаганди, відповідальності журналістів за публікації та аналізі реальних кейсів, які ілюструють моральні дилеми воєнної журналістики [14, с. 112].

Методологічно комунікація через інстаграм передбачає використання різних форматів контенту: коротких інформаційних дописів, каруселей із поясненнями, відеоаналітики, сторіс із інтерактивними елементами, а також подкастів із залученням експертів. Такий підхід дозволяє зробити подачу матеріалів динамічною та доступною для широкої аудиторії. Візуальна складова відіграє ключову роль у сприйнятті інформації в інстаграм, тому кожен випуск буде супроводжуватися графіками, схемами та порівняльними таблицями для кращого розуміння теми [16, с. 59].

Мета проєкту: створити серію подкастів, які висвітлюють етичні виклики для українських журналістів під час війни та сприяють підвищенню медіаграмотності.

Завдання:

1. Провести інтерв'ю з 3 експертами у сфері медіа та етики.
2. Створити аудіовізуальні матеріали (подкасти, рілси).
3. Забезпечити поширення контенту через ютуб, інстаграм та саундклауд.
4. Оцінити ефективність впливу контенту через статистику переглядів та взаємодій.

Особливої уваги в межах проєкту заслуговує питання дотримання журналістської етики під час висвітлення чутливих тем, таких як воєнні злочини, жертви серед цивільного населення та бойові втрати. У багатьох країнах діють чіткі норми щодо публікації таких матеріалів, однак в Україні, з огляду на війну, стандарти ще формуються. Наприклад, у Кодексі етики українського журналіста наголошується, що «повага до людської гідності є основоположним принципом роботи журналіста» [10, с. 23]. Це означає, що під час створення контенту необхідно дотримуватися етичних рамок і уникати

шокуючих або травматичних матеріалів, які можуть завдати шкоди суспільству.

Відповідно, комунікаційний процес поширення етичних стандартів воєнної журналістики через інстаграм базується на поєднанні традиційних медійних норм та сучасних форматів контенту. Соціальні мережі стали потужним інструментом впливу на свідомість громадян, а отже, журналісти повинні використовувати їх відповідально, дотримуючись високих професійних стандартів. Проєкт «Етика воєнної журналістики в Україні на прикладі серії подкастів з медіаекспертами» сприятиме формуванню нових підходів до висвітлення воєнних подій, підвищенню рівня медіаграмотності та розвитку критичного мислення серед аудиторії [18, с. 130].

Розвиток воєнної журналістики в Україні не лише відповідає потребам оперативного інформування, але й інтегрується у міжнародні стандарти висвітлення конфліктів. Міжнародне гуманітарне право, зокрема Женевські конвенції, встановлює чіткі правила щодо захисту журналістів у зонах бойових дій. Водночас принципи НАТО щодо воєнної журналістики наголошують на балансі між свободою слова та національною безпекою [21, с. 57]. Українське законодавство також містить норми, які регулюють діяльність медіа під час війни, зокрема щодо заборони поширення інформації, що може зашкодити обороноздатності держави. У такому контексті важливо, щоб журналісти не лише дотримувалися етичних стандартів, а й розуміли межі дозволеного при висвітленні воєнних подій.

Сучасні маніпулятивні технології значно ускладнюють роботу журналістів, оскільки впливова інформаційна війна ведеться не лише на полі бою, але й у медіапросторі. Одним із методів поширення дезінформації є фабрики тролів, що створюють ілюзію громадської думки через масові коментарі в соцмережах. Технології «deepfake» використовуються для підробки відео та дискредитації посадових осіб або армії [23, с. 189]. Використання методів OSINT (Open Source Intelligence) дозволяє журналістам перевіряти достовірність інформації через аналіз метаданих, геолокації та

супутникових знімків, що підвищує якість воєнної журналістики та допомагає уникнути маніпуляцій.

Історичний аналіз показує, що журналісти, які працювали у зонах конфліктів, таких як Ірак, Сирія, Афганістан, стикалися з подібними викликами. Наприклад, під час війни в Іраку репортери неодноразово ставали об'єктами атак, що змушувало їх дотримуватися суворих правил безпеки [24, с. 102]. Водночас у Сирії та Афганістані журналісти працювали в умовах інформаційного хаосу, де важко було відрізнити правду від пропаганди. Ці уроки є надзвичайно цінними для українських журналістів, адже вони дають змогу уникнути типових помилок у висвітленні бойових дій.

Питання етичних стандартів воєнної журналістики нерозривно пов'язане з відповідальністю перед суспільством. Репортери мають усвідомлювати, що кожне їхнє слово може впливати на моральний стан армії, суспільства та міжнародної спільноти. Успішний приклад роботи в умовах війни демонструють українські фактчекінгові ініціативи, які займаються перевіркою інформації, що поширюється у медіа [22, с. 78]. Ці ініціативи відіграють критичну роль у протидії фейкам, що є особливо важливим під час війни, коли інформація може стати зброєю.

Крім того, значну роль відіграє регулювання контенту у соціальних мережах. Платформи, такі як ютуб, твіттер та фейсбук, почали активно впроваджувати механізми боротьби з дезінформацією, маркуючи неправдивий контент або видаляючи публікації, що порушують правила спільноти [25, с. 210]. В Україні деякі телеканали та онлайн-видання запровадили власні редакційні стандарти щодо перевірки фактів, що допомагає зберігати довіру аудиторії та уникати репутаційних ризиків.

Одним із найскладніших питань є баланс між правдою та національною безпекою. У деяких випадках публікація правдивої інформації може зашкодити обороноздатності країни. Наприклад, розголошення позицій ЗСУ або деталей військових операцій може бути використане ворогом для планування атак [26, с. 132]. Це ще раз доводить, що журналісти під час війни

повинні не лише бути об'єктивними, а й діяти відповідально, враховуючи можливі наслідки своїх публікацій.

Як наслідок, воєнна журналістика в Україні має спиратися на міжнародні стандарти, адаптувати найкращі практики з досвіду інших країн та активно використовувати сучасні технології для перевірки інформації. Лише комплексний підхід дозволить зберегти довіру аудиторії, захистити національні інтереси та забезпечити ефективну боротьбу з дезінформацією.

У межах проєкту було записано 3 інтерв'ю з різними експертами (Я.Пойденко, О.Олійник, І.Крапивницька), які опубліковані на ютуб-каналі. Для залучення ширшої аудиторії створено інстаграм-акаунт, де публікувалися рілси, сторіс, пости та цитати з подкастів. Також опубліковано три подкасти з медіаекспертами на саундклауд.

У контексті стрімкого розвитку цифрової журналістики подкасти стали ефективним інструментом глибокої комунікації з аудиторією, особливо в умовах інформаційної війни. Тому формат подкастів було обрано як ключовий засіб подання аналітичного контенту з етичним акцентом.

2.2. Структура медіапроєкту «Етика воєнної журналістики»

Структура проєкту охоплює три повноцінні епізоди подкасту тривалістю 20-30 хвилин, кожен з яких присвячений окремій темі: дезінформації, стандартам відповідального репортажу та балансу між правдою і безпекою. У межах інстаграм-акаунту створено супровідний контент: 6 рілсів, 3 інформаційні гайди, 10 тематичних постів з цитатами, 5 експертних коментарів. Додатково серія інтерв'ю з медіаекспертами. Контент оформлено у фірмовому стилі, для кожного епізоду створено унікальні обкладинки, SEO-описи і ключові слова на ютуб.

Вибір подкастів як головного формату пояснюється сучасними тенденціями споживання контенту. За дослідженнями Українського інституту медіа та комунікації, популярність подкастів в Україні зросла на 47% у 2023 році, а суспільно-політичні програми займають серед слухачів одне з

провідних місць [7, с. 89]. Цей формат дозволяє детально розглянути складні теми, залучати експертів, забезпечувати інтерактивність через коментарі та запитання слухачів, а також поширювати контент через ютуб, спотіфай, еплподкаст та інші платформи.

Проект поділено на п'ять тематичних блоків, кожен із яких розкриватиме окремий аспект воєнної журналістики:

- **«Що можна і що не можна публікувати?»**

У цьому випуску буде розглянуто конкретні випадки, коли журналісти оприлюднювали інформацію, що могла зашкодити військовим операціям або безпеці громадян. Експерти обговорять норми висвітлення конфліктів та розглянуть міжнародні практики роботи воєнних кореспондентів [5, с. 68].

- **«Фейки та пропаганда у воєнний час»**

Цей блок присвячений розбору маніпулятивних технік, які використовуються у воєнній пропаганді, механізмам розпізнавання фейків та їхньому впливу на суспільну думку. Учасники подкасту аналізуватимуть реальні кейси фейкових новин, їхні джерела та методи поширення [15, с. 127].

- **«Чому журналісти порушують етику?»**

Випуск буде присвячений психологічним та професійним факторам, які змушують журналістів відступати від стандартів. Будуть розглянуті вплив військового тиску, редакційна політика та особисті мотиви, які впливають на об'єктивність журналістів у критичних умовах [9, с. 77].

- **«Відповідальність воєнних кореспондентів»**

Цей блок зосередиться на стандартах роботи журналістів у зонах бойових дій, їхній безпеці, етичних нормах висвітлення втрат серед мирного населення, а також методах боротьби зі стресом і психологічним виснаженням [17, с. 96].

- **«Роль журналістики у війні»**

Випуск буде присвячений впливу журналістики на суспільну думку, моральний стан армії та підтримку міжнародних партнерів. Особлива увага

буде приділена балансу між правдою та інформаційною безпекою країни [19, с. 142].

Кожен випуск подкасту триватиме 20-30 хвилин і міститиме три основні частини:

1. **Аналітичний вступ** – короткий огляд теми, проблематика випуску, аналіз актуальних випадків порушень етичних стандартів.
2. **Інтерв'ю з експертом** – діалог із журналістом, правознавцем, фактчекером або військовим кореспондентом, що надасть професійний погляд на проблему.
3. **Сесія питань і відповідей** – відповіді на запитання слухачів та аналіз найпоширеніших стереотипів.

Окрім подкастів, проєкт передбачає активну присутність у інстаграм та ютуб та інших цифрових платформах, де буде представлено супутній контент:

- **Інфографіки та візуальні матеріали** – короткі аналітичні дописи, що пояснюють ключові аспекти воєнної журналістики [7, с. 103].
- **Відеофрагменти з подкастів** – короткі уривки з головними тезами експертів, адаптовані для формату сторіз та Reels [10, с. 127].
- **Цитати експертів** – короткі тези з подкастів у графічному форматі, які будуть поширюватися у соцмережах [15, с. 81].
- **Фактчекінг-рубрика** – серія постів, що викриватимуть фейки та маніпуляції у медіапросторі [12, с. 114].

Проєкт передбачає активну участь слухачів у дискусіях через коментарі, голосування, Q&A-сесії та опитування в соцмережах. На кожен випуск подкасту буде організовано обговорення у коментарях під постами, де користувачі зможуть залишати запитання, висловлювати думки та долучатися до аналітичних дискусій [28, с. 188].

Крім того, будуть випускатися «експрес-аналітичні» матеріали, що оперативно реагуватимуть на нові випадки порушення журналістських стандартів. Наприклад, якщо з'явиться черговий фейк чи маніпуляція, команда проєкту готуватиме аналітичний розбір ситуації, пояснюватиме методи перевірки інформації та коментуватиме можливі наслідки [29, с. 73].

Щоб залучити широку аудиторію, контент буде адаптований для різних форматів:

- **Подкасти** – детальний аналіз теми із залученням експертів.
- **Інтерв'ю** – аудіо-візуальний контент з експертами на профільну тему.
- **Короткі відео для соцмереж** – уривки із подкастів, оформлені у динамічний формат.
- **Статті та аналітичні матеріали** – для тих, хто надає перевагу текстовому контенту.
- **Дайджест найважливіших випусків** – раз на місяць короткий огляд головних тем для тих, хто не встиг прослухати всі подкасти [30, с. 142].

У межах проєкту планується співпраця з українськими та міжнародними журналістськими організаціями для залучення фахівців, проведення спільних дискусій та медіаосвітніх заходів. Заплановані партнерські ініціативи з факультетами журналістики українських університетів для навчання майбутніх медійників [31, с. 215].

Цим самим, структура та рубрикація проєкту «Етика воєнної журналістики в Україні на прикладі серії подкастів з медіаекспертами» спрямована на глибоке висвітлення етичних стандартів, формування медіаграмотності та критичного мислення серед журналістів і широкої аудиторії. Поєднання подкастів, аналітичних матеріалів та інтерактивного контенту дозволить залучити широку аудиторію та створити ефективний майданчик для професійних дискусій про виклики воєнної журналістики [26, с. 134].

2.3. Засоби виразності та формати контенту в подкаст-проєкті про етику воєнної журналістики

Проєкт «Етика воєнної журналістики в Україні на прикладі серії подкастів з медіаекспертами» передбачає створення комплексного медіапродукту, який включатиме серію подкастів та цикл інтерв'ю доповнених візуальним і текстовим контентом для соціальних мереж. Вибір такого формату обумовлений сучасними тенденціями споживання інформації,

адже аудиторія дедалі більше надає перевагу конвергентному контенту, який можна споживати у зручний час і без значних зусиль [8, с. 134].

Основний контент проєкту буде представлений у трьох основних формах: подкасти, інтерв'ю та соціальні мережі.

Кожен випуск подкасту буде зосереджений на конкретній темі, що стосується етики воєнної журналістики, дезінформації, відповідальності журналістів, психологічних аспектів роботи воєнних кореспондентів тощо. Структура кожного випуску включатиме три ключові елементи:

- Вступний аналітичний блок – коротке пояснення проблематики випуску, огляд актуальних випадків порушення етичних норм у журналістиці та розгляд міжнародного досвіду.
- Головне інтерв'ю з експертом – діалог із фахівцем, який розкриває проблему на основі реальних прикладів та власного професійного досвіду.
- Сесія питань і відповідей – інтерактив із аудиторією через відповіді на запитання слухачів, коментарі експертів щодо найпоширеніших стереотипів і проблем.

Такий підхід дозволяє не лише аналізувати проблему, але й формувати зворотний зв'язок між медіаспільнотою та слухачами, що сприяє активному обговоренню етичних питань.

Для підвищення впливу подкастів та поширення їх серед ширшої аудиторії буде створено супровідний контент для інстаграм та ютуб. Соціальні мережі відіграють ключову роль у формуванні громадської думки, зокрема серед молоді та людей, які отримують новини не з традиційних медіа, а з цифрових платформ [11, с. 152].

Візуальний контент поділятиметься на кілька категорій:

- **Інфографіки** – графічні матеріали, що пояснюють складні терміни та явища (наприклад, «Як розпізнати фейкові новини?» або «Що таке інформаційна безпека?») [7, с. 103].
- **Короткі відеофрагменти** – уривки з подкастів із найважливішими тезами експертів, що будуть адаптовані для сторіз та Reels [10, с. 127].

- **Карикатури та мему** – гумористичні матеріали, які привертають увагу до важливих тем та допомагають поширювати інформацію через соцмережі [13, с. 98].
- **Цитати експертів** – короткі тези з подкастів, оформлені у вигляді графічних дописів, які легко поширювати серед користувачів [15, с. 81].
- **Фактчекінг-рубрика** – серія постів, що викривають фейки та маніпуляції, які найчастіше трапляються у ЗМІ та соціальних мережах [12, с. 114].

У результаті, конвергентність контенту дозволить забезпечити максимальне охоплення аудиторії та підвищити її рівень обізнаності у питаннях етики воєнної журналістики. Візуальні матеріали в інстаграм допоможуть привернути увагу молодіжної аудиторії, інтерв'ю забезпечать глибше занурення в тему, формуючи свідоме ставлення до споживання новинного контенту, а подкасти для поціновувачів аудіоформату [20, с. 140].

Контент інтерв'ю побудовано за принципом сторітелінгу – кожен епізод має чітку структуру: вступ, аналітичну частину з експертною оцінкою та завершення з висновками. Для посилення емоційного сприйняття використовувалися влучні цитати журналістів, фоновий звук та тематичні музичні вставки. Контент подкастів спрямований на занурення слухача в етичні дилеми, які виникають у реальних ситуаціях. Візуальна складова реалізована у форматі обкладинок епізодів, інформаційних рілсів та сторітейлів в інстаграм. Колористика, шрифт і композиція відповідають тематиці етичного інформування та доповнюють аудіовізуальне сприйняття змісту. А саме: жовто-блакитна тематика у оформленні контенту проєкту.

2.4. Технічне забезпечення створення й поширення подкастів про етику воєнної журналістики

Успішна реалізація медіапроєкту «Етика воєнної журналістики в Україні» на прикладі серії подкастів з медіаекспертами» потребує використання сучасних технічних і програмних засобів, які забезпечать високу якість контенту, ефективне його поширення та інтерактивну взаємодію з аудиторією. Оскільки основний формат проєкту — подкасти, а додатковий контент поширюватиметься через соціальні мережі, особлива увага приділяється вибору інструментів для аудіозапису, монтажу, дизайну та аналітики [18, с. 131].

Для створення якісного аудіоконтенту необхідно використовувати професійні пристрої, які забезпечують чистий, природний звук, усунення зайвих шумів і баланс між голосом, фоновою музикою та звуковими ефектами. Високий рівень звукової якості є критично важливим для медіапроєкту, адже якісний звук підвищує довіру слухачів та створює комфортне середовище для споживання інформації. Особливо це важливо у подкастах, де ключову роль відіграє чіткість голосу, правильна передача інтонації та мінімізація сторонніх звуків, що може впливати на сприйняття контенту слухачами [22, с. 78].

У ході роботи над подкастами будуть використовуватися надійні студійні пристрої, які гарантують професійну якість запису. Основне технічне обладнання включає:

1. Мікрофони студійного рівня

Мікрофон є одним із найважливіших інструментів для запису аудіоконтенту, оскільки саме він відповідає за якість і чистоту голосу. Вибір правильного мікрофона дозволяє досягти оптимального звучання без спотворень та зайвих шумів.

- **Rode NT1-A** – конденсаторний мікрофон із низьким рівнем власного шуму (5 дБА), що робить його ідеальним для запису подкастів, інтерв'ю та дикторського тексту. Він добре передає чистий, природний тембр голосу, що є критично важливим у розмовному жанрі.

- **Shure SM7B** – динамічний мікрофон, який забезпечує глибоке, насичене звучання, ідеально підходить для запису голосу навіть у приміщеннях із недостатньою звукоізоляцією. Він використовується багатьма професійними подкастерами через ефективне придушення фонового шуму та високу деталізацію голосу [23, с. 94].

2. Аудіоінтерфейси та звукові карти

Якість запису значною мірою залежить від правильного перетворення аналогового сигналу на цифровий, що забезпечують аудіоінтерфейси.

- **Focusrite Scarlett 2i2** – один із найпопулярніших аудіоінтерфейсів для подкастів та голосового контенту. Він забезпечує високу чіткість звуку, мінімальні затримки та якісний підсилювач сигналу, що дозволяє отримати студійний рівень запису навіть у домашніх умовах.
- **Zoom H6** – портативний рекордер, який може використовуватися як аудіоінтерфейс або як автономний пристрій для запису в польових умовах. Його перевага – можливість підключення кількох мікрофонів одночасно, що робить його зручним для запису дискусій та виїзних інтерв'ю [24, с. 110].

3. Навушники закритого типу для контролю звуку

Професійні навушники дозволяють точно контролювати якість запису та виявляти сторонні шуми або спотворення звуку.

- **Audio-Technica ATH-M50X** – одні з найкращих навушників для моніторингу голосу та редагування аудіо. Вони мають чистий баланс частот, чітко передають голосові нюанси та добре ізолюють зовнішній шум.
- **Beyerdynamic DT 770 Pro** – студійні навушники, які дозволяють точно оцінити динамічний діапазон запису, що особливо важливо при монтажі подкастів та накладанні музики [25, с. 132].

4. Акустичні екрани та звукопоглинаючі панелі

Щоб уникнути небажаних відлунь та шумів у записах, необхідно забезпечити оптимальне акустичне середовище.

- **Звукопоглинаючі панелі Auralex** – використовуються для зменшення реверберації та відбиття звуку, що дозволяє створити студійні умови навіть у звичайній кімнаті.
- **Акустичний екран Kaotica Eyeball** – портативне рішення, яке допомагає мінімізувати відбиття звуку від стін та створити ефект професійної студії навіть без додаткової звукоізоляції [26, с. 156].

Використання професійного обладнання та програмного забезпечення є ключовим фактором для створення якісного аудіоконтенту. Завдяки високоякісним мікрофонам, аудіоінтерфейсам, навушникам і акустичним рішенням, можна забезпечити студійний рівень запису навіть у невеликих приміщеннях.

Для забезпечення ефективного поширення контенту та аналізу його впливу на аудиторію медіапроєкту «Етика воєнної журналістики в Україні на прикладі серії подкастів з медіаекспертами» буде застосовано комплексний підхід до збору та аналізу даних. Важливими аспектами успіху подкасту є відстеження взаємодії користувачів із контентом, оцінка рівня залученості слухачів та коригування стратегії поширення залежно від отриманих результатів.

Для цього будуть використовуватися спеціалізовані аналітичні інструменти, які допоможуть збирати статистичні дані, виявляти тенденції у поведінці аудиторії та визначати найбільш ефективні формати подачі матеріалів.

1. Інструменти аналітики та моніторингу ефективності

Для оцінки взаємодії аудиторії з контентом подкасту використовуватимуться такі ключові сервіси аналітики:

- **Google Analytics** – основний інструмент для відстеження відвідуваності сайту подкасту, джерел трафіку, середнього часу перебування на сторінках та поведінки користувачів. Допоможе визначати найбільш популярні епізоди та аналізувати, як слухачі знаходять подкаст [23, с. 189].

- **YouTube Studio** – дає можливість аналізувати динаміку переглядів, середню тривалість перегляду, рівень утримання глядачів та реакцію користувачів (лайки, коментарі, шейри). Це допоможе зрозуміти, який контент отримує найбільшу аудиторну підтримку.
- **Spotify for Podcasters** – дозволяє відстежувати статистику прослуховувань подкасту, географічне походження слухачів, популярні епізоди та середню тривалість прослуховування. Також допомагає аналізувати, які теми викликають найбільший інтерес у слухачів.
- **Facebook Insights та Instagram Analytics** – надають дані про взаємодію користувачів із дописами, сторіс та відеофрагментами подкасту, аналізують кількість коментарів, реакцій і репостів, що дозволяє адаптувати контент під потреби аудиторії.
- **Hootsuite** – комплексний інструмент для планування контенту у соціальних мережах, аналізу ефективності постів та відстеження активності користувачів. Дозволяє керувати багатьма платформами одночасно, що є важливим для автоматизації процесів поширення контенту [25, с. 210].

Завдяки цим інструментам проєктна команда зможе аналізувати ефективність кожного випуску подкасту, оцінювати реакцію слухачів та вчасно коригувати контент-стратегію для максимального охоплення аудиторії.

2. Автоматизовані сервіси для планування та створення контенту

Для оптимізації процесу підготовки, запису та поширення контенту будуть використовуватися автоматизовані інструменти, що значно спрощують роботу команди:

- **Trello, Asana** – платформи для управління завданнями та організації редакційного процесу. Вони дозволяють створювати контент-плани, розподіляти обов'язки між учасниками команди та контролювати дедлайни.
- **Buffer, Later** – сервіси для автоматичного публікування контенту у соціальних мережах. Вони дозволяють запланувати вихід постів, відеофрагментів та анонсів подкастів, що забезпечує стабільність присутності медіапроєкту в інформаційному просторі.

- **Otter.ai** – сервіс автоматичного транскрибування аудіозаписів, який використовується для створення текстових версій подкастів. Це важливо для доступності контенту та його поширення серед аудиторії, яка надає перевагу текстовим матеріалам [26, с. 132].
- **Rev.com** – платформа для створення субтитрів до відеOVERсій подкастів. Використання субтитрів підвищить охоплення контенту та зробить його доступним для людей із порушеннями слуху.
- **Grammarly, LanguageTool** – сервіси для перевірки текстів перед публікацією, що дозволяє уникати граматичних і стилістичних помилок у дописах та супровідних матеріалах [27, с. 56].

Впровадження цих інструментів дозволить оптимізувати робочий процес, підвищити продуктивність команди та забезпечити стабільність випусків подкасту.

3. Засоби захисту даних та резервного зберігання матеріалів

Безпека даних та архівування записів є важливим аспектом роботи медіапроєкту. Для цього будуть використовуватися хмарні сервіси та фізичні накопичувачі, які забезпечують надійне збереження інформації.

- **Google Drive, Dropbox** – основні хмарні сервіси для збереження чернеток, аудіофайлів, текстових матеріалів та графічного контенту.
- **OneDrive, iCloud** – додаткові резервні сховища, які забезпечують автоматичне збереження даних та захист від їхньої втрати.
- **Зовнішні жорсткі диски (WD My Passport, Seagate Expansion)** – використовуються для архівації файлів та створення резервних копій подкастів.
- **GitHub (для сайту проєкту)** – платформа для збереження коду, технічної документації та матеріалів вебсайту [28, с. 180].

Застосування надійних систем збереження інформації дозволить уникнути випадкових втрат даних, гарантуватиме стабільну роботу проєкту та можливість швидкого відновлення матеріалів у разі технічних збоїв.

Ефективність медіапроєкту «Етика воєнної журналістики в Україні» значною мірою залежатиме від грамотного вибору технічних засобів, професійного програмного забезпечення та якісної аналітики. Застосування аналітичних інструментів (Google Analytics, YouTube Studio, Spotify for Podcasters, Facebook Insights) дасть змогу оцінювати ефективність контенту, розуміти інтереси аудиторії та оптимізувати стратегію поширення.

Використання автоматизованих сервісів (Trello, Buffer, Later, Otter.ai, Rev.com) підвищить оперативність роботи команди, дозволить ефективно планувати випуски подкастів та забезпечить стабільний випуск контенту. Надійна система збереження та захисту даних (Google Drive, OneDrive, зовнішні накопичувачі) гарантуватиме безпеку матеріалів та забезпечить резервне копіювання всіх файлів. У результаті впровадження цих рішень медіапроєкт зможе ефективно функціонувати, залучати аудиторію та підтримувати високий рівень якості контенту [29, с. 194].

2.5. Практичне застосування та результати апробації конвергентного медіапроєкту з етики воєнної журналістики

Медіапроєкт «Етика воєнної журналістики в Україні на прикладі серії подкастів з медіаекспертами» має широку сферу застосування, охоплюючи як журналістську спільноту, освітні установи, так і широку громадськість. Проєкт сприятиме формуванню культури відповідального споживання новин, підвищенню рівня медіаграмотності та вдосконаленню стандартів воєнної журналістики. Завдяки використанню сучасних форматів контенту, таких як подкасти, соціальні мережі та мультимедійні матеріали, він може ефективно взаємодіяти з аудиторією та забезпечити глибоке осмислення етичних норм у сфері медіа [15, с. 81].

1. **Журналісти та медіапрацівники** – репортери, воєнні кореспонденти, аналітики, які висвітлюють події на фронті та в тилу.
2. **Студенти факультетів журналістики** – майбутні фахівці, які потребують знань про етичні норми та стандарти роботи у кризових умовах.

3. **Медіаексперти та фактчекери** – спеціалісти, які займаються перевіркою інформації та боротьбою з дезінформацією.
4. **Громадські активісти та волонтери** – люди, які поширюють інформацію про війну через соцмережі та хочуть знати, як це робити відповідально.
5. **Широка громадськість** – звичайні користувачі соцмереж, які споживають новини та прагнуть розуміти, як розрізняти правду та маніпуляцію [18, с. 131].

Журналістські тренінги та навчальні програми

Контент подкасту можна використовувати у рамках тренінгів для журналістів, які працюють у гарячих точках. Записані інтерв'ю з експертами допоможуть розглянути реальні кейси порушення журналістської етики та сформулювати рекомендації для воєнних кореспондентів [10, с. 51].

Використання у навчальних закладах

Матеріали проєкту можуть інтегруватися у курси з медіаграмотності, фактчекінгу та журналістської етики. Студенти зможуть аналізувати реальні випадки маніпуляцій, вчитися на помилках журналістів та розробляти власні журналістські стандарти для роботи в умовах війни [20, с. 140].

Інформаційні кампанії у соцмережах

Подкаст стане інструментом протидії дезінформації у соцмережах. За допомогою аналітичних дописів, відеофрагментів та пояснювальної графіки проєкт допомагатиме користувачам ідентифікувати фейки, розпізнавати маніпуляції та критично оцінювати медіаконтент [12, с. 104].

Колаборація з міжнародними організаціями

Проєкт може стати основою для співпраці з міжнародними організаціями, які підтримують незалежну журналістику та медіаграмотність. Наприклад, «Репортери без кордонів», Інститут масової інформації (ІМІ) або Європейська федерація журналістів можуть використовувати напрацювання подкасту для розробки навчальних програм та рекомендацій для медійників [22, с. 78].

Залучення широкої аудиторії через інтерактив

Завдяки опитуванням, дискусіям у коментарях та інтерактивним голосуванням у соцмережах, проєкт не лише поширюватиме знання, але й залучатиме аудиторію до активного обговорення питань журналістської етики. Це допоможе створити спільноту відповідального споживання новин [17, с. 118].

Для аналізу впливу проєкту будуть використані кількісні та якісні методи оцінки, зокрема:

- **Статистика прослуховувань та взаємодій** (саундклауд, ютуб, інстаграм).
- **Аналіз коментарів та зворотного зв'язку** слухачів у соцмережах.
- **Опитування серед журналістів та студентів** щодо впливу контенту на їхнє розуміння журналістських стандартів [19, с. 142].

У ході пілотного запуску проєкту були проведені перші інтерв'ю з експертами, що дозволило визначити найбільш актуальні теми для майбутніх випусків подкасту. Тестова аудиторія високо оцінила аналітичний підхід до розбору кейсів, зручність подкаст-формату та інтерактивність обговорень у соцмережах [14, с. 111].

На основі отриманого фідбеку будуть удосконалені:

- **Формат подачі контенту** – більше відеоматеріалів, адаптація для інстаграм-рілс.
- **Рубрикація подкастів** – розширення тематики та запрошення іноземних експертів.
- **Залучення партнерів** – співпраця з журналістськими спільнотами та міжнародними організаціями для підтримки та розповсюдження проєкту [27, с. 56].

Медіапроєкт «Етика воєнної журналістики в Україні на прикладі серії подкастів з медіаекспертами» має широкий потенціал для впровадження у професійній, освітній та громадській сферах. Він сприятиме підвищенню рівня відповідальності журналістів, формуванню критичного мислення у споживачів медіаконтенту та зміцненню стандартів воєнної журналістики. Завдяки ефективному поширенню через соцмережі, аналітичний підхід та

взаємодію з аудиторією проєкт стане дієвим інструментом у боротьбі з дезінформацією та медіаманіпуляціями [25, с. 210].

2.6. Висновок

Повномасштабне вторгнення росії в Україну стало не лише викликом для держави, а й каталізатором глибоких змін у медійному середовищі. Журналістика опинилася на передовій інформаційного фронту, де кожне слово має значення, а кожна публікація – потенційний вплив на безпеку країни. У цьому контексті етичні стандарти роботи журналіста набувають виняткового значення: вони стають не просто професійними орієнтирами, а моральною опорою в умовах війни.

Як показало дослідження в межах медіапроєкту «Етика воєнної журналістики в Україні на прикладі серії подкастів з медіаекспертами», українські журналісти щодня стикаються з дилемами: що можна публікувати, а що – ні; як відрізнити правду від пропаганди; де проходить межа між свободою слова та державною безпекою.

У рамках серії подкастів було проаналізовано реальні кейси дезінформації, фейкових наративів, професійних помилок і свідомих маніпуляцій. Це дозволило сформулювати рекомендації для медійників і підвищити обізнаність аудиторії.

Формат подкасту виявився вдалим інструментом для висвітлення складних тем: діалоги з експертами, аналіз практичних ситуацій, інфографіка, голосування в соцмережах – усе це сприяло активній взаємодії з громадськістю. Концепція інтерв'ю допомогла глибше пізнати співрозмовника завдяки розкриттю особистих історій та щирого висловлення думок. Особливу увагу було приділено інстаграм як платформі для формування критичного мислення, популяризації етичних підходів до журналістики та розвінчання фейків. Залучення аудиторії відбувалося через сторіз, рілси, цитати, фактчекінг-пости та інтерактивні механізми.

У результаті реалізації проєкту вдалося :

- створити нову комунікативну модель поширення етичних стандартів воєнної журналістики;
- популяризувати етику як основу професійної медіадіяльності у воєнний час;
- започаткувати платформу для дискусії, навчання та обміну досвідом серед журналістів, студентів і громадян.

Пілотна серія подкастів, цикл інтерв'ю, а також візуальний контент у соцмережах отримали позитивний фідбек, підтвердили затребуваність теми та дозволили окреслити подальші напрямки розвитку: розширення тематики, залучення іноземних експертів, співпраця з факультетами журналістики та міжнародними організаціями. Найбільш популярними серед слухачів стали теми дезінформації, журналістської відповідальності та психологічного тиску на медійників. Додатково отримали позитивні та змістовні коментарі під випусками на ютуб від учасників інформаційно-комунікаційного процесу.

Медіароєкт «Етика воєнної журналістики в Україні» доводить: журналістика не лише фіксує історію, вона формує її сенси. Саме тому якісна, етична, відповідальна журналістика – це не лише стандарт професії, а чинник національної безпеки, опора для суспільства і ще один фронт нашої спільної боротьби.

III. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Академія української преси. (2021). Медіаграмотність в умовах конфлікту:

посібник для журналістів. URL: <https://aup.com.ua/uploads/files/media-literacy-conflict.pdf>

2. Бурмагін О. (2023). Журналістські стандарти під час війни. Освіта. Накипіло. URL: <https://osvita.nakypilo.ua/articles/standarty-vijna>

3. Гороховський О., Мельникова-Курганова О., Мірошніченко П., Островська Н. (2020). Фактчекінг і медіаграмотність: словник термінів. Київ: ГО «Центр аналітики і розслідувань». 79 с.

4. Гончаренко І. (2023). Пропаганда і дезінформація в російських та українських медіа. Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI, №58, 120–135.

5. Гриценко М. (2023). Ефективність протидії російській дезінформації в Україні в умовах війни. Український медіацентр. (в друці)

6. Детектор медіа. (2023). Журналістська етика під час війни. URL: <https://detector.media/infospace/article/208312/2023-01-15>

7. ГО «Детектор медіа». (2020). Моніторинг порушень журналістських стандартів. URL: <https://detector.media/monitoring/article/184647>

8. Зайцев А. (2023). Російська дезінформація і пропаганда в соціальних медіа: кейс Телеграму. ResearchGate. URL: https://www.researchgate.net/publication/374788420_Russian_disinformation_and_propaganda_in_social_media_Telegram_case

9. Іваненко О. (2023). Етичні аспекти роботи журналіста. Науковий вісник КУ імені Б. Грінченка, №2, 45–53.

10. Інститут демократії імені Пилипа Орлика. (2023). Саморегуляція медіа в Україні: виклики та перспективи. URL: <https://idpo.org.ua/reports/2778.html> >

11. Києво-Могилянська школа журналістики. (2021). Етичні виклики для журналістів під час висвітлення збройних конфліктів. URL: <https://j-school.kiev.ua/ethical-issues-in-conflicts>

12. Кодекс етики українського журналіста. (2022). Національна спілка журналістів України. URL: <https://nsju.org/ethics>

13. Ковальчук П. (2023). Медіаетика воєнного часу. Baltija Publishing. URL: <https://baltijapublishing.lv/download/journal/11.pdf>

14. Козлова О. (2022). Європейські етичні принципи журналістики в українських воєнних реаліях. Магістерська робота. Сумський державний університет. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90324>
15. Комісія з журналістської етики. (2022). Саморегуляція українських медіа під час дії воєнного стану. URL: <https://cje.org.ua/reports/samoregulyatsiya-ukrayinskyh-media-voyennyj-sta>
16. Кузнєцова О. Д. (2019). Журналістська етика та етикет: основи теорії, методики, дослідження трансформації незалежних видань України. Львів. 412 с.
17. Литвиненко В. (2023). Російська пропаганда та медіаграмотність. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/207243>
18. Лісневська А., Ангелова М., Нестеров В. (2023). Використання інтернет-платформ в проєктній діяльності майбутніх журналістів. Обрії друкарства, Вип. 2(14), С. 194–205.
19. Лісневська А.Л. (2019). Дезінформація в новинному відеоконтенті: маркери та методи розпізнавання. Теле- та радіожурналістика, Вип. 45, С. 60–66.
20. Лісневська А.Л. (2020). До питання роботи журналіста з відеоконтентом в сучасному інформаційно-комунікаційному просторі. Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського, №3, С. 216–
21. Лісневська А., Фруктова Я. (2022). Ризики маніпулятивного впливу аудіовізуального контенту цифрових медіа в добу пост правди. У: Інформаційно-комунікаційна безпека: сучасні тренди / заг. ред. О. В. Курбан, А. Л. Лісневська. Київ: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, С. 160–210.
22. Мельник Н. (2023). Дезінформація та пропаганда як інструменти гібридної війни. Актуальні проблеми журналістики, №12, С. 87–95.
23. Мірошніченко О. (2023). Саморегуляція українських медіа під час дії воєнного стану. Комісія з журналістської етики. URL: <https://cje.org.ua/library/samoruholiatsiia-ukrainskykh-media>
24. Петренко М. (2022). Дезінформація під час російсько-української війни. Вікіпедія. URL:

https://uk.wikipedia.org/wiki/Дезінформація_під_час_російсько-української_війни

25. Платформа медіаграмотності. (2023). Фейки та дезінформація під час війни. URL: https://osvita.medialiteracy.org.ua/fake_news_war
26. Програма USAID RANG. (2023). Журналістські стандарти та професійна етика в умовах війни. URL: <https://medialab.online/rang-report-2023>
27. Сидоренко О. (2023). Пропаганда та дезінформація: що найбільше впливає. НСЖУ. URL: <https://nsju.org/news/propaganda-i-dezinformatsiya>
28. Сидорчук Ю. (2023). Міни інформаційної війни: як російська пропаганда пробиває собі шлях. Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/yak-rosiyska-propaganda-probyvaye-informatsiynyy-front/32592814.html>
29. Сорока Ю. (2022). Журналісти на війні. Документальні дослідження, хронікальний літопис, аналітика. Київ.
30. Ткаченко О. (2023). Журналістські стандарти та професійна етика в умовах війни: український контекст. Internews Україна. URL: <https://internews.in.ua/resources/journalism-standards-ethics-in-war-ua>
31. Український кризовий медіа-центр. (2022). Роль медіа в умовах війни. URL: <https://uacrisis.org/uk/etyka-media-standarty-viyna>
32. Улибін В. (2023). Етичні аспекти роботи журналіста в умовах воєнного стану. Інтегровані комунікації, №1(15), С. 95–102.
33. Візниця Ю. В. (2023). Особливості поширення медійної інформації під час дії норм правового режиму воєнного стану. Грааль науки, №24, С. 411–415..

V. АНОТАЦІЯ

Ключові слова: журналістика, етика, війна, подкаст, Інстаграм, фейки, дезінформація, медіа, маніпуляції, стандарти.

Медіапроект «Етика воєнної журналістики в Україні на прикладі серії подкастів з медіаекспертами» присвячений вивченню моральних викликів, з

якими стикаються журналісти в умовах повномасштабної війни. Метою проєкту є аналіз етичних дилем, дослідження практик висвітлення чутливих тем та сприяння формуванню культури відповідального медіаспоживання. Формат подкастів дозволяє залучити експертів із воєнного журналістського середовища, медіааналітиків, фактчекерів і безпосередніх учасників інформаційного спротиву.

Кожен епізод поєднує аналітику, інтерв'ю та інтерактив із слухачами, а супровід у соціальних мережах — Instagram та YouTube — забезпечує ширше охоплення аудиторії. Візуальні та аудіовізуальні матеріали допомагають популяризувати етичні принципи журналістики, підвищити медіаграмотність і сприяти боротьбі з фейками та пропагандою. Проєкт виконує як просвітницьку, так і професійну функцію — для студентів, медійників і ширшого суспільства.

ANNOTATION

Demchenko S. *Ethics of War Journalism in Ukraine: A Series of Podcasts with Experts*

Keywords: journalism, ethics, war, podcast, Instagram, fakes, disinformation, media, manipulation, standards.

The media project "*Ethics of War Journalism in Ukraine*" explores the moral challenges faced by journalists during the full-scale war. The aim of the project is to analyze ethical dilemmas, examine real cases of media misconduct, and promote responsible news reporting and media consumption in wartime. The podcast format allows for in-depth conversations with experts — war correspondents, media analysts, fact-checkers, and participants in the information resistance.

Each episode includes analytical insights, interviews, and audience interaction, while supporting content on social media — Instagram, TikTok, and YouTube — expands reach and engagement. Visual and audiovisual storytelling enhances awareness of ethical standards, media literacy, and helps combat fakes and

propaganda. The project serves both educational and professional purposes — addressing journalists, students, and the general public.