

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

Факультет журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ЖУРНАЛІСТИКА ЕПОХИ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ
РОБОТИ РЕПОРТЕРІВ В УМОВАХ КОНФЛІКТУ**

Здобувача першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти
групи ЖУРБ-2-21-4.0д.
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.01
Журналістика
Загурна Тетяна Сергіївна

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

Науковий керівник:
Погребняк І.В.,
доцент, кандидат філологічних наук

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії _____

(підпис) (ініціали, прізвище)

І.В. Погребняк,

Члени комісії _____

(підпис) (ініціали, прізвище)

завідувач кафедри журналістики та нових
медіа

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ – 2025 рік

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

- 1.1. Обґрунтування актуальності медіапроєкту «Frontera»
- 1.2. Мета і завдання роботи кваліфікаційної роботи (проєкту).
- 1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку.

II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОЄКТУ «Frontera»

- 2.1. Теоретико-методологічні засади створення медіапроєкту «Frontera».
- 2.2. Контент-аналіз.
- 2.3. Цільова аудиторія власного медіапродукту «Frontera».
- 2.4. Структура і рубрикація медіапроєкту5.
- 2.5. Контент та засоби виразності форматів медіапродукту проєкту «Frontera».
- 2.6. Технічні й програмні засоби. Освітня підготовка.
- 2.7. Сфера застосування та результати апробації.
- 2.8. Висновки.

III. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

IV. ДОКУМЕНТАЦІЯ

V. АНОТАЦІЯ

І. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1 Обґрунтування актуальності медіапроєкту «Frontera»

В умовах повномасштабної війни, що триває на території України з 2022 року, роль журналістики набула виняткового значення. Суспільство потребує достовірної, оперативної та глибокої інформації, яка не лише фіксує хроніку подій, а й сприяє формуванню критичного мислення, національної свідомості та опору дезінформації. У цьому контексті запуск і розвиток незалежного медіапроєкту «Frontera» є відповіддю на виклики часу та суспільний запит на якісну журналістику.

Назва «Frontera» (з іспанської — «кордон», «межа») символічно окреслює межу між правдою і пропагандою, між реальністю війни і наративами, що її спотворюють. Проєкт позиціонує себе як незалежна медіаплатформа, що висвітлює події війни, розслідує воєнні злочини, документує свідчення очевидців і дає голос тим, кого зазвичай не чути — мешканцям прифронтових територій, волонтерам, медикам, військовим, вимушеним переселенцям.

Актуальність проєкту обумовлена кількома ключовими чинниками:

По-перше, в умовах інформаційної війни, яку Російська Федерація веде паралельно з воєнною агресією, зростає потреба у незалежних джерелах інформації. Пропагандистські ресурси, як у межах країни-агресора, так і за її межами, систематично поширюють фейки, маніпуляції та викривлення фактів. «Frontera» ставить за мету протидію цим процесам шляхом створення перевірених, журналістськи обґрунтованих матеріалів, що базуються на фактах, документах, свідченнях очевидців та експертній аналітиці.

По-друге, українське суспільство переживає складний процес трансформації — як соціальної, так і психологічної. У таких умовах

журналістика повинна не лише інформувати, а й допомагати суспільству осмислювати події, що відбуваються, підтримувати громадянську активність, культивувати культуру пам'яті. «Frontera» прагне створити архів сучасної війни не як суху хроніку, а як живу картину подій через особисті історії, репортажі з місця подій та тематичні спецпроекти.

По-третє, медіапроект «Frontera» відповідає викликам професії журналіста в умовах війни. Робота в зоні бойових дій вимагає не лише професійної підготовки, а й моральної стійкості, відповідального ставлення до інформації, вміння працювати в екстремальних умовах. Завдяки залученню досвідчених репортерів, фоторепортерів, фактчекерів та редакторів, «Frontera» демонструє приклад того, як сучасна журналістика може зберігати високу якість та етичність навіть у найскладніших обставинах.

Крім того, «Frontera» виконує важливу функцію міжнародного інформування. Деяка частина матеріалів платформи публікується англійською мовою, що дозволяє доносити українську точку зору до глобальної аудиторії, формувати розуміння подій в Україні у світі та сприяти адвокації підтримки на міжнародному рівні. У світі, де увага до конфліктів є обмеженим ресурсом, присутність українських голосів в інформаційному полі має вирішальне значення.

Таким чином, актуальність створення та розвитку медіапроекту «Frontera» беззаперечна. У час, коли журналістика стикається з безпрецедентними викликами — від фізичної небезпеки до інформаційного тиску — необхідні медіа, які здатні відповідати на ці виклики гідно, фахово та чесно. «Frontera» є саме таким проектом — платформою, що об'єднує журналістів, які працюють «на межі» — географічній, моральній,

інформаційній — і водночас зберігають вірність головному принципу журналістики: служити правді.

1.2. Мета і завдання роботи кваліфікаційної роботи (проєкту).

Мета — підвищити обізнаність про воєнну журналістику, надати практичні поради для молодих журналістів та студентів, а також зібрати міжнародний досвід висвітлення конфліктів.

Проєкт має на меті не лише оперативне інформування аудиторії, а й виконання ширшої місії: документування сучасної історії, підтримка свободи слова, збереження людських історій, які часто залишаються поза увагою традиційних ЗМІ. Через публікацію репортажів, аналітики, розслідувань, інтерв'ю та мультимедійного контенту, «Frontera» прагне створити інформаційний простір, де правда має пріоритет над маніпуляцією, а людська гідність — над пропагандистським наративом.

Завдання:

1. Проаналізувати сучасні виклики, з якими стикаються журналісти в умовах війни, зокрема питання безпеки, етики, доступу до інформації, психологічного навантаження та цензури.
2. Дослідити існуючі українські та міжнародні медіапроєкти, що висвітлюють роботу журналістів у зоні бойових дій, з метою виявлення ефективних практик, інструментів подачі матеріалів та комунікації з аудиторією.
3. Розробити концепцію медіаплатформи «Frontera», яка буде спеціалізуватися на висвітленні журналістської роботи під час війни: від репортажів з фронту до аналітики медіа-реакції на конфлікт.
4. Створити пілотний контент для сайту, включаючи репортажі, аналітичні статті та мультимедійні матеріали, що висвітлюють професійні й особисті виклики представників медіа.

5. Оцінити інформаційні потреби цільової аудиторії, до якої належать студенти журналістики, професійні журналісти, редактори, медіааналітики та широка громадськість, яка цікавиться темою медіа в умовах війни.
6. Розробити візуальну та структурну модель сайту «Frontera», яка відповідатиме принципам сучасної цифрової журналістики: доступність, зручна навігація, мультимедійність, мобільна адаптація, інтеграція з соцмережами.

Основна концепція:

Місія — сформувати якісну платформу для висвітлення роботи журналістів у воєнний час, популяризувати чесну, етичну та відповідальну журналістику, а також створити простір для збереження історій про роль медіа у документуванні війни.

Об’єкт — інформаційний сегмент медіапростору для донесення важливої і перевіреної інформації.

Предмет — медіапроект сайт «Frontera»

1.3 Перелік методів здійснення творчого пошуку.

1. Метод інтуїтивного творчого пошуку

Розробка проєкту почалась з вибору назви. Вивчаючи іспанську мову, мене зацікавило слово frontera (у перекладі — «кордон»). Його значення виявилось співзвучним із українським словом «фронт», яке постійно звучить у повідомленнях з лінії бойових дій. Це співзвуччя стало поштовхом до подальшого осмислення концепції платформи. У цьому випадку спрацював метод інтуїтивного пошуку — коли нові ідеї виникають через несподівані асоціації, досвід, мовні знання, культурні впливи. Назва, що з’явилась у

результаті такого інтуїтивного натхнення, влучно передала суть проєкту — про межу, як географічну, так і символічну, між правдою та маніпуляцією, між реальністю війни та її репрезентацією.

2. Метод аналогії

У процесі розробки візуального стилю був застосований метод аналогії — порівняння з уже існуючими символами та образами. Спочатку логотип «Frontera» був створений у мінімалістичному стилі: лише текстова частина з невеликою іконкою (*Додаток: А*).. Проте згодом виникла ідея додати до нього більш виразний елемент. Так з'явився снайперський приціл, інтегрований у літеру «О». (*Додаток: Б*). Цей символ несе глибоке метафоричне значення — він одночасно асоціюється з прицілом журналіста на правду, з точністю фактів, а також із ризиком, в якому перебувають медійники на передовій. Таким чином, через метод аналогії було знайдено візуальний образ, що підсилює ідею проєкту.

3. Метод мозкового штурму

Для формування контентної частини проєкту (тематики матеріалів, форматів, рубрикації) використовувався метод «мозкового штурму». У рамках творчих сесій було згенеровано перелік тем, які найповніше розкривають суть журналістики в умовах війни: інтерв'ю з журналістами, які працюють на фронті; історії виживання й етичних дилем; розслідування про загибель або зникнення медійників; матеріали про роботу воєнних кореспондентів та редакцій у тилу. Під час обговорення також визначались ключові принципи подачі — мультимедійність, свідчення з перших вуст, фактчекінг.

II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОЄКТУ «Frontera»

2.1. Теоретико-методологічні засади створення медіапроєкту Frontera.

Для розуміння сутності питання висвітлення війни у журналістиці необхідно звернутися до сучасних підходів до інтерпретації ролі медіа під час збройних конфліктів. Медіапроєкт «Frontera» створено як відповідь на зростаючий запит суспільства на достовірну, етичну та професійно подану інформацію з лінії фронту та про діяльність журналістів в умовах війни.

Серед найгостріших викликів, із якими стикається сучасна журналістика, слід виділити зниження рівня довіри до традиційних медіа, переорієнтацію аудиторії на соціальні мережі, а також спрощення журналістських форматів на користь короткого й емоційного контенту. Особливо відчутно це в контексті війни, де значна частина новин поширюється саме через соціальні платформи без належної перевірки фактів. Після початку повномасштабного вторгнення, показник довіри громадян до медіа різко впав. За результатами соціологічного дослідження, проведеного в грудні 2024 року Київським Міжнародним інститутом соціології, кількість населення яке довіряє медіа складало 27% від загального числа опитаних, 42% респонденти повідомили про свою недовіру, а інші 32% не змогли визначитися [1].

Починаючи з 2014 року, а особливо після 2022-го, українські журналісти дедалі частіше виконують роль не лише інформаторів, а й комунікаторів, що впливають на громадську думку, формують наративи опору, документують злочини та виконують просвітницьку місію. Водночас — як свідчить практика — вони стають уразливими до маніпуляцій: їхні повідомлення можуть використовуватись як для мобілізації суспільства, так і для ескалації конфлікту.

Особливої актуальності набуває тема **воєнної журналістики**, яка за останнє десятиліття набула нового змісту. Вона перестала бути суто жанровою спеціалізацією — і стала одним із ключових напрямів сучасної журналістики загалом. У зоні конфлікту журналіст перебуває не лише під ризиком фізичного насилля, а й під загрозою використання його як інструменту інформаційної війни.

Соціальні мережі, що у XX столітті були лише доповненням до традиційних ЗМІ, тепер стали ключовими каналами комунікації, іноді — навіть небезпечними. Вони значно впливають на темп журналістської роботи, її характер і форми подання інформації. Згідно з сучасними дослідженнями, саме емоційно забарвлений контент (особливо такий, що викликає гнів) найшвидше поширюється у соцмережах, витісняючи глибоку аналітику та зважену подачу.

Таким чином, професія журналіста — особливо в умовах воєнного стану — вимагає не лише дотримання етичних стандартів і володіння базовими журналістськими навичками, а й глибокого розуміння інформаційного контексту, вміння працювати з емоціями аудиторії, критично мислити, зберігати безпеку й неупередженість.

Одним із ключових теоретичних орієнтирів є концепція **соціальної відповідальності ЗМІ**, відповідно до якої журналістика має виконувати не лише інформативну, але й просвітницьку та гуманістичну функцію. У цьому контексті важливо не лише доносити факти, а й робити це з урахуванням наслідків — як для аудиторії, так і для самих героїв репортажів.

У своїй праці «Conflict Sensitive Journalism» Р. Ховден підкреслює:

«Журналіст повинен не лише повідомляти, що сталося, а й розуміти, як його слова можуть вплинути на подальший розвиток конфлікту» [2].

Разом із цим, проєкт базується на **наративному підході** до журналістики — опису реальних історій репортерів, які працюють в екстремальних умовах, часто на межі життя і смерті. Такий підхід дозволяє не лише подавати інформацію, а й формувати емоційне розуміння ситуації, емпатію, підвищувати медіаграмотність.

Актуальність проблеми зумовлена і тим, що в умовах повномасштабного вторгнення Росії у 2022 році журналісти стали частиною інформаційного фронту. За даними Інституту масової інформації, з початку війни понад 500 журналістів працювали в зонах бойових дій, 15 — загинули, ще десятки зазнали поранень [3]. Також згідно верифікованих даних НСЖУ і Міжнародної організації журналістів, 19 загиблих представників медіа які виконували свої професійні обов'язки; 10 загиблих журналістів серед цивільного населення і 94 журналісти, які мобілізувалися до лав ЗСУ [4].

У цьому контексті створення спеціалізованого медіаресурсу, присвяченого виключно темі журналістики під час війни, дозволяє:

- структурувати та осмислити реальні практики роботи в бойових умовах;
- узагальнити локальний та міжнародний досвід;
- створити платформу, яка буде корисною як для майбутніх журналістів, так і для практикуючих фахівців.

Крім того, важливу роль відіграє врахування **особливостей сприйняття контенту аудиторією**. У дослідженні Digital News Report 2023 [5] зазначається, що молодь (18–34 роки) споживає новини переважно через смартфони та платформи з візуальним та лаконічним контентом. Саме тому

проект реалізовано у форматі сайту з інтеграцією мультимедійних елементів, чіткою навігацією та адаптивним дизайном.

Таким чином, теоретико-методологічні засади проекту поєднують у собі:

- академічні підходи до конфліктної журналістики,
- емпіричний досвід українських та іноземних журналістів,
- адаптацію до медіазвичок сучасної аудиторії.

Це дозволило створити не просто інформаційний ресурс, а **свідомий і професійно обґрунтований проєкт**, що відповідає викликам часу та потребам користувачів.

2.2. Контент-аналіз.

1. «Тексти org ua» [6]

Українське аналітичне медіа, яке спеціалізується на дата-журналістиці, моніторингу дезінформації та створенні аналітичних візуалізацій. Видання системно висвітлює теми війни, пропаганди, інформаційної безпеки та змін у суспільстві під час збройного конфлікту.

Публікації мають чітку структуру: заголовок – коротке резюме – фактичний блок – візуалізація. Основними жанрами є розслідування, фактчек, репортажі з цифрами.

Під час створення сайту «Frontera» було запозичено принцип використання графіків, карт, інфографіки, а також підхід до подання складної інформації через прості візуальні блоки. Це допомогло зробити аналітичні статті більш доступними та переконливими.

2. «Радіо Свобода | Донбас.Реалії» [7]

Проект, який зосереджується на репортажах з прифронтових і звільнених територій України. Його журналісти регулярно виїжджають у зони бойових дій, документують свідчення очевидців, воєнні злочини, історії військових і цивільних.

Тематика охоплює не лише військову ситуацію, а й гуманітарні аспекти: евакуацію, життя в укриттях, втрату дому. Матеріали подаються у форматах відеорозповіді, фотогалереї, польового звіту.

Для мого проекту було запозичено формат побудови матеріалу через історію конкретної людини — журналіста, що працює в умовах війни. Такий підхід зробив статті більш емоційно залученими та водночас документальними.

3. «Повага» [8]

Освітньо-медіа проект, що протидіє сексизму та поширює етичні стандарти в медіа. Видання висвітлює проблеми дискримінації, мови ворожнечі, насильства та журналістської відповідальності. У публікаціях часто використовуються формати пам'яток, інструкцій, практичних порад.

Особливістю є поєднання коротких пояснень з цитатами експертів та прикладами реальних порушень етики в медіа.

У створенні мого сайту було використано досвід «Поваги» щодо структурування матеріалів у форматі «гайду» – у розділі про журналістську етику в умовах війни. Також запозичено візуальну логіку подачі – іконки, позначки, маркери з ключовими тезами.

4. «Reporters Without Borders (RSF)» [9]

Міжнародна медіаорганізація, що займається захистом прав журналістів у всьому світі. На сайті RSF публікуються щорічні звіти про загрозу свободі слова, рекомендації щодо безпеки в гарячих точках, мапи порушень.

У межах підготовки дипломного проєкту RSF було використано як джерело для аналітичних і правових матеріалів.

Запозичено: ідею створити окремий розділ про юридичний захист журналістів під час війни, а також приклади інтерактивного подання звітів, що було реалізовано через посилання, цитати, інфографіку та фактичну базу.

SWOT-аналіз конкурентних медіапроєктів

Таблиця 1.1

Медіа	Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)	Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Тексти.org.ua	Сильна аналітика та фактчек; Візуалізація даних; Незалежність редакції;	Недостатня емоційність; Складність для неготового читача;	Інтерактивні інструменти; Освітній потенціал;	Нішевість тем; Обмежений масовий вплив;
Радіо Свобода / Донбас.Реаліі	Польові репортажі; Авторитетне медіа; Правозахисний фокус;	Телевізійна структура подачі; Слабка мобільна адаптація;	Розширення форматів у соцмережах; Актуалізація архівів;	– Технічні обмеження в доступі Конкуренція з молодими платформами;
Повага	Високий рівень етики; Освітній та візуальний контент; Чітка стилістика;	Вузька тематика; Менше текстового контенту;	Розширення на суміжні теми; Інтеграція в журналістську освіту;	Зміна суспільного запиту; Вузьке позиціонування ;
RSF (Reporters Without Borders)	Міжнародна репутація; Дані та рейтинги; Захист журналістів;	Офіційний стиль; Обмежена локальна релевантність;	Адаптація для регіональних платформ; Візуалізація звітів;	Складність у сприйнятті для широкої аудиторії; Інституційна конкуренція;

2.3. Цільова аудиторія власного медіапродукту «Frontera».

Була підготовлена інфографіка цільової аудиторії проєкту Frontera (*Додаток: В, Г*). Нижче наведена її текстова деталізація.

Вік: активна молодь, студенти, журналісти-початківці та викладачі, віком від 18 до 45 років.

Тут і далі охоплення за березень–травень 2025 року.

- Студенти (18–24) – 41,2%
- Молодь (25–34) – 37,9%
- Професійна аудиторія (35–45) – 18,6%
- Інші – 2,3%

Стать:

Жінки – 58,7%

Чоловіки – 41,3%

Мова, якою володіє читач: переважно українська, також є користувачі, що споживають частину контенту англійською (переклади матеріалів для міжнародної аудиторії).

Рівень заробітку читача: середній та вище середнього. Це здебільшого студенти, аспіранти, молоді спеціалісти, журналісти, викладачі й правозахисники, які активно цікавляться темою воєнної журналістики та соціально відповідальних медіа. Вони готові інвестувати час і зусилля в саморозвиток, навчання та пошук правди.

Географія аудиторії: проєкт має національне охоплення та користується популярністю серед українців за кордоном — зокрема, серед тих, хто цікавиться інформаційним фронтом і проблемами медіа в умовах війни.

За країнами:

- Україна – 71,4%
- Польща – 8,1%
- Німеччина – 6,5%
- Чехія – 4,3%
- США – 3,7%
- Інші – 6,0%

За містами:

- Київ – 38,2%
- Львів – 10,4%
- Харків – 6,7%
- Івано-Франківськ – 5,2%
- Дніпро – 3,9%
- Інші – 35,6%

Основні інтереси й цінності аудиторії це:

- професійна журналістика та медіаосвіта;
- захист свободи слова, прав журналістів, безпека у воєнних умовах;

- етика, достовірність, протидія пропаганді;
- саморозвиток і навчання у сфері медіа;
- аналітика й критичне мислення;
- зацікавлення в реальних історіях з фронту;
- потреба в чесному, структурованому й перевіреному контенті.

Основна цінність контенту видання:

Медіапроект пропонує якісний, структурований і глибокий контент, заснований на фактах, досвіді журналістів і перевірених джерелах. Головна цінність — поєднання аналітики, емпатії та практики, що дозволяє читачеві:

- розуміти суть журналістики під час війни;
- отримувати перевірені матеріали без паніки та маніпуляцій;
- навчатися на реальних прикладах;
- усвідомлювати вплив медіа на хід війни та суспільну свідомість.

Проблема читача, яку вирішує видання:

У сучасному медіапросторі споживач стикається з низкою проблем:

- надлишок емоційного, травмуючого та неперевіреного контенту;
- відсутність знань про внутрішню «кухню» журналістики;
- недовіра до медіа та дезорієнтація у воєнних повідомленнях;
- недостатнє усвідомлення цінності професії журналіста.

2.4. Структура і рубрикація медіапроекту.

Медіапроект «Frontera» орієнтований на глибоке осмислення ролі журналістів у період збройного конфлікту та створений із дотриманням

професійних стандартів. У контенті проєкту враховані етичні засади, викладені у Кодексі етики українського журналіста [10], зокрема, принципи достовірності, точності, гуманності та поваги до героїв матеріалів.

Проєкт підтримує аналітичний підхід до подачі контенту, фокусуючись на критичному розборі ситуацій, що виникають у професійній діяльності журналістів під час війни. Окрім інформаційної функції, проєкт виконує освітню, правозахисну та меморіальну функцію — зокрема через висвітлення історій загиблих репортерів, спогади колег, а також поради з безпеки для тих, хто працює на передовій.

Особливістю проєкту є тематичний поділ на рубрики, що дозволяє читачам легко орієнтуватися в структурі сайту, а редакції — формувати чітку контентну політику. Публікації поєднують лонгріди, репортажі, інтерв'ю, блоги та інфографіку.

Видання «Frontera» поділено на такі тематичні рубрики:

- Професія під вогнем — особливості та ризики роботи журналістів на війні, щоденна реальність репортерів, психологічний тиск, особисті історії;
- Аналітика — публікації з глибоким аналізом медіа-тенденцій, дезінформації, міжнародного досвіду;
- Право і захист — юридичні аспекти роботи журналістів, міжнародні норми, поради від медіаекспертів;
- Етика і стандарти — моральні дилеми журналістики, питання об'єктивності, мови ворожнечі та професійної відповідальності;
- Освіта і поради — практичні рекомендації, освітні курси, ресурси для студентів і молодих фахівців;

- Мультимедіа — інфографіки, фотогалереї, документи, візуальні серії про медіароботу під час війни;
 - Проєкт і команда — цілі сайту, автори, контакти, подяки, партнерства.
- Усі ці рубрики мають власні підрозділи на сайті *(Додаток: Г)*.

Серед жанрів, які представлені в медіапроєкті:

- Новинна аналітика (огляд тенденцій, оперативний контекст, цифри й факти, пов'язані з діяльністю журналістів у зоні бойових дій);
- Інтерв'ю (історії фронтових кореспондентів, коментарі експертів, правозахисників, юристів, медиків, викладачів журналістики);
- Репортаж (розповіді з гарячих точок, з місць де працюють журналісти, фронтові нотатки);
- Авторська колонка / блог (погляд на журналістику зсередини, емоції, виклики, роздуми);
- Стаття-дослідження (аналіз стандартів, правових аспектів, жанрових особливостей журналістики в умовах війни);
- Гайд / інструкція (практичні поради для журналістів, що вирушають на фронт або працюють із травматичним контентом);
- Інфографіка / мультимедіа (візуальні елементи, що пояснюють складні теми, статистику, поради).

У період повномасштабної війни, коли щодня українське суспільство стикається з надзвичайно болючими новинами — про загибель журналістів, військових, руйнування мирних міст і сіл — надзвичайно важливо зберігати мотивацію, підтримувати професійну спільноту та показувати, що слово й правда мають значення навіть у найтемніші часи. Саме тому проєкт

«Frontera» не лише документує, а й надихає, підкреслюючи приклади стійкості, професіоналізму та гідності журналістів у критичних обставинах.

Окремим візуальним розділом сайту є фотогалерея, у якій зібрані тематичні світлини, що ілюструють воєнну журналістику та щоденну реальність роботи журналістів у зоні бойових дій (*Додаток: Д*).

У цьому розділі представлені:

- фотографії військових кореспондентів під час зйомок на передовій;
- знімки з місць обстрілів, евакуацій, брифінгів та зруйнованої інфраструктури;
- портрети журналістів у бронежилетах та шоломах із написом «Press»;
- візуальні архіви, присвячені загиблим працівникам медіа;
- фото гуманітарних місій, інтерв'ю в укриттях, підготовки репортажів.

Фотогалерея створена для емоційного доповнення основного контенту, візуалізації складної теми через реальні кадри, що викликають довіру, повагу й співпереживання. Зображення розміщуються з дотриманням етичних стандартів: не допускаються фото зі сценами насильства або обличчя осіб без згоди.

Структура створення контенту на платформі:

1. Пошук актуальної теми, що має суспільну й професійну значущість.
2. Визначення джерел інформації та пошук експертів, практиків або очевидців.
3. Збір, перевірка й аналітична обробка даних.
4. Написання основного тексту публікації.
5. Стилiстичне та фактологічне редагування.

6. Формулювання ключових меседжів для соцмереж.
7. Вибір формату подачі (лонгрід, допис, сторіс, відео, інфографіка).
8. Підбір і створення візуального контенту (фото, цитати, статистика).
9. Фінальна верстка й технічне оформлення матеріалу.
10. Публікація на сайті й у соцмережах.
11. Вимірювання реакції аудиторії, збирання фідбеку.
12. За потреби — оновлення або доповнення матеріалу на основі нових даних.

2.5. Контент та засоби виразності форматів медіапродукту проєкту «Frontera»

Для висвітлення матеріалів на сайті «Frontera» використовуються всі доступні засоби подачі інформації — текст, фото, відео, інфографіка, мультимедійні галереї. Формат побудований на принципах глибокого інформування, аналітики, емоційного залучення та візуальної підтримки кожного повідомлення.

Контент проєкту спрямований на об’єктивне висвітлення діяльності журналістів під час війни, популяризацію професійних стандартів, підтримку морального духу медіаспільноти та формування стійкої довіри до журналістики як суспільно важливої сфери.

Провідним форматом є текстові публікації (лонгріди):

Це основна форма подачі, у якій реалізуються головні меседжі проєкту. Кожна публікація структурована за стандартом: заголовок, короткий вступ, тематичні підзаголовки, цитати експертів або журналістів, візуальний контент (фото, інфографіка), завершення з висновками або закликом до дії

(наприклад, прочитати пов'язаний матеріал, поділитися, долучитися до збору на екіпірування тощо).

Усі публікації мають єдине оформлення (*Додаток Е*):

- Заголовок великим шрифтом, з акцентом на емоційно насичене слово або фразу;
- Підзаголовки за кольоровим поділом на рубрики (аналітика, історії, право, етика, мультимедіа);
- Ілюстрації на кожному етапі тексту — для посилення емоційного ефекту;
- Гіперпосилання на перевірені джерела, інтерв'ю, документи;
- Виділення ключових цитат у форматі блоків або візуальних акцентів.

Основні типи контенту:

- Історії журналістів — особисті свідчення кореспондентів, що працюють на війні.
- Аналітика — дослідження медіа, стандартів, правових аспектів.
- Гіди та поради — як підготуватися до роботи у гарячих точках, що брати з собою, як зберігати дані тощо.
- Фотоісторії — серії світлин, які супроводжують матеріал або винесені в окрему галерею.
- Документальні добірки — матеріали, приурочені до важливих дат: загибель відомих журналістів, день захисника, міжнародний день свободи преси тощо.
- Цитати й фрагменти з книжок — уривки з праць про журналістику під час конфліктів, що доповнюють публікації.

Редакційний стиль:

- Тексти написані живою, доступною мовою з дотриманням професійної етики;
- Відібрано влучні цитати, реальні історії, фактичні дані з джерел;
- Здійснюється ретельне фактчекінг-редагування перед публікацією;
- Головна емоція, яку передає контент — повага, гідність, підтримка, правда.

Платформа «Frontera» не просто інформує — вона документує, надихає, формує медіаграмотність, допомагає не втратити довіру до професії в умовах, коли журналістика ризикує втратити себе через пропаганду, втому й страх. Саме тому формат і засоби подачі в цьому проєкті є одночасно інструментом і ціннісною рамкою.

Візуальний контент сайту

Окрему роль у комунікації з аудиторією відіграє візуальний контент, який не лише доповнює текстові публікації, а й є самостійним засобом впливу (*Додаток Є*). У проєкті «Frontera» візуальні елементи використовуються як потужний інструмент емоційної виразності, а також для кращого розуміння складних тем, пов'язаних із журналістською діяльністю на війні.

Ключові формати візуального контенту:

- **Фотогалереї** — підбірки авторських або наданих журналістами фото з передової, евакуацій, брифінгів, мобілізацій, роботи в польових умовах. Фотоматеріали згруповані тематично (журналісти в бронежилетах,

«Преса» в окопах, побут репортерів у зоні бойових дій).

- **Цитатні карточки** — графічні блоки з візуально оформленими висловами журналістів, експертів, військових, що підкреслюють ключові думки матеріалу. Використовуються в основних публікаціях і у сторіс у соцмережах.
- **Інфографіка** — графічне подання аналітичної інформації: статистика загиблих журналістів, ризики для ЗМІ в різних регіонах, структура захисту репортерів, хронології подій тощо.
- **Картки-пояснення** — візуальні пояснення термінів, юридичних понять (наприклад, «статус журналіста під час війни», «міжнародна конвенція з прав медіа»).
- **Обкладинки публікацій** — кожен матеріал має індивідуальну візуальну ідентичність: зображення, що передає зміст статті або її емоційне ядро. Фото відбираються з урахуванням етики, дозволів, авторства.

Функції візуального контенту на сайті:

- **Емоційна підтримка тексту** — зображення сприяють глибшому залученню читача;
- **Розмежування змісту** — кольори, стилі й візуальні маркери допомагають орієнтуватися в структурі сайту;

- **Доказова функція** — фото, схеми, фрагменти документів підсилюють достовірність і фактичну базу статей;
- **Інклюзивність** — візуальний формат допомагає донести складні теми навіть до аудиторії з різним рівнем медіапідготовки.

Таким чином, візуальний контент є невід’ємною частиною айдентики сайту, підсилює довіру до матеріалів, робить тематику війни доступною, людяною і глибоко етичною. Його роль у проєкті — не лише ілюстративна, а концептуальна: це ще один спосіб говорити про журналістику мовою, зрозумілою кожному.

Назва сайту як засіб виразності

Назва медіапроєкту «Frontera» є символічною, багатозначною й виразною як у смисловому, так і в емоційному плані. Запозичене з іспанської слово *frontera* перекладається як «кордон» або «межа», що дуже точно передає суть проєкту.

Ця назва:

- Підкреслює фізичну та професійну присутність журналістів на межі — між життям і смертю, між миром і війною, між правдою й дезінформацією;
- Акцентує на прикордонному становищі журналістики в умовах збройного конфлікту — коли ЗМІ водночас є спостерігачами, учасниками та потенційними мішенями;

- Створює інтернаціональний контекст — назва легко сприймається іншомовною аудиторією, що важливо для поширення англomовного та мультимедійного контенту на глобальному рівні.

«Frontera» звучить коротко, ритмічно та концептуально. Це слово викликає глибокі асоціації: межа емоцій, межа безпеки, межа витривалості. У той же час воно містить підтекст виклику — перетнути цю межу, донести правду, зберегти гідність і виконати професійний обов'язок.

З точки зору психолінгвістики [11], назва, що закінчується на голосну, звучить м'яко й мелодійно, але водночас напружено за змістом. Такий баланс допомагає створити впізнавану, візуально сильну та емоційно значущу айдентику проєкту. Назва легко запам'ятовується, добре виглядає в логотипі, соцмережах, мобільних інтерфейсах.

Засоби виразності в назвах рубрик:

Назви рубрик також мають виразну функцію. Вони короткі, змістовні, містять у собі інтонацію поваги, професійності та підтримки. Наприклад:

- «Професія під вогнем» — драматична назва, що підкреслює ризик і виклик для репортерів.
- «Історії журналістів» — персоніфікована подача, що викликає емпатію.
- «Право і захист» — юридично точна, асоціюється зі стабільністю й фаховістю.
- «Етика і стандарти» — наголошує на професійній відповідальності.
- «Мультимедіа» — технологічна, сучасна подача.

Кожна назва рубрики виконує функцію первинної орієнтації читача, інформує, викликає довіру й створює психологічне тло для сприйняття матеріалу.

Шрифтова пара та її вплив

- Заголовки: шрифт Playfair Display Bold — класичний, з засічками. Обраний за асоціацію з серйозністю, журналістською спадщиною, академізмом. Засічки полегшують читання великих заголовків і створюють враження ґрунтовності [12].
- Основний текст: шрифт Open Sans — сучасний, без засічок. Він легкий для візуального сприйняття, оптимізований для екранів, добре виглядає як на мобільних пристроях, так і на десктопах (*Додаток: Ж*).

З точки зору психології сприйняття, поєднання класичного і нейтрального шрифтів створює баланс між довірою (серйозністю) та легкістю читання, що важливо для теми війни [13].

Кольорова палітра та її значення:

- Фон — білий, для збереження чистоти подачі та відсутності зайвого навантаження.
- Додатковий фон – світло-сірий (#E8E6E6), для візуального розділення рубрик сайту.
- Основний колір тексту — чорний, класичний колір, який дозволяє зручно сприймати інформацію.
- Акценти — темно-червоний (#992222) та синій (#2541B2) — для заголовків, рубрик і цитат.

- Червоний символізує напругу, ризик, тривогу — актуально для тем війни.
- Синій асоціюється зі стабільністю, надійністю та професійною етикою.

Колірна система рубрик також витримана за кольоровим кодуванням: аналітика — синя, особисті історії — бордова, етика — світло-бежева, мультимедіа — сіро-блакитна (*Додаток: 3*).

Психологічний ефект візуальної системи сайту

Застосовані шрифти, кольори, композиції та елементи оформлення працюють на:

- створення довіри (завдяки стабільній структурі й чистому стилю);
- емоційне залучення (через правдиві образи, живу мову й реалістичні фото);
- професіоналізацію контенту (через класичну типографіку, академічні заголовки, структурованість).

2.6. Технічні й програмні засоби. Освітня підготовка.

Для створення та підтримки інтернет-видання Frontera використано широкий спектр сучасних технічних, цифрових та інформаційних засобів, які забезпечують професійне функціонування сайту як повноцінного мультимедійного продукту.

1. Для обробки текстового контенту застосовувалися програми Microsoft Word та Google Docs. З метою корекції граматики й стилістики використовувалась платформа LanguageTool, що дозволила забезпечити чистоту мови та дотримання редакційних стандартів.

2. Для створення візуального контенту — інфографік, обкладинок, прев'ю до подкастів та візуалізацій до статей — використовувались Canva, Figma, Adobe Photoshop та PicsArt. Ці інструменти дали змогу оформити сайт в єдиному візуальному стилі, доступному та зрозумілому цільовій аудиторії.

3. Для обробки аудіо та створення подкастів використовувалися програма Adobe Audition а також мобільні додатки типу VN.

4. Для вбудовування мультимедійних елементів на сайт було використано редактор сайтів Wix. Саме на цій платформі розроблено інтерфейс сайту Frontera, а також реалізовано структуру рубрик, фотогалереї, навігацію та SEO-налаштування.

5. Для створення даних та фактчекінгу у роботі також були використані сервіси перевірки інформації — Google Fact Check Explorer, ресурс StopFake, бази відкритих даних ООН, Міністерства оборони України та інші офіційні джерела.

Освітня база, що сприяла створенню проєкту

У процесі створення сайту Frontera були задіяні знання й навички, набуті в межах навчальних дисциплін бакалаврського курсу на факультеті журналістики. Особливу роль у формуванні практичних компетенцій відіграли наступні предмети:

1. Інтернет-журналістика. Саме в рамках цієї дисципліни було опановано основи роботи з конструкторами сайтів, базові принципи веб-

дизайну, структурування сторінок та візуальну ієрархію контенту. Окрему увагу було приділено адаптивності, навігації та UI/UX-підходам у створенні новинного сайту.

2. Професійні стандарти журналістської діяльності. Цей курс сформував етичну основу проєкту. Завдяки цьому дотримувались принципи достовірності, збалансованості, недискримінації та захисту приватності героїв у контенті, що особливо важливо в умовах війни.

3. Сучасні інформаційні технології в медіа. Під час вивчення цього предмету були набуті практичні навички з фактчекінгу, роботи з відкритими базами даних, створення інтерактивного контенту. Було також опановано інструменти створення інфографік, обробки мультимедійних матеріалів і візуального сторітелінгу, що стало основою для якісного наповнення сайту.

Таким чином, технічна база, медійна грамотність, практики журналістської етики та візуальної комунікації стали ключовими компонентами у створенні проєкту Frontera. Саме комплексне поєднання університетських знань і практичного застосування дозволило реалізувати медіаплатформу, яка є актуальною, соціально значущою й професійно побудованою.

2.7. Сфера застосування та результати апробації.

Сфера застосування медіапроєкту Frontera — це повноцінна робота у форматі незалежного інтернет-видання. Проєкт не використовує соціальні мережі як основний канал поширення, натомість концентрується на створенні глибокого, структурованого та якісного контенту безпосередньо на сайті.

Вебплатформа Frontera є самостійним інформаційним ресурсом, що дозволяє реалізовувати аналітичні статті, репортажі, інтерв'ю, мультимедійні

елементи (подкасти, галереї, інфографіки) без обмежень форматів, які часто притаманні соціальним мережам. Такий підхід забезпечує повну редакційну свободу, можливість зосередитися на змісті, а не алгоритмах просування.

Публікації на сайті охоплюють як новини, так і тематичні розділи: «Професія під вогнем», «Голоси війни», «Медіа та етика», «Подкасти», «Документація». Весь контент згруповано за тематичними рубриками, що забезпечує зручну навігацію та орієнтацію в структурі.

Frontera — це платформа з фокусом на довготривалому впливі: вона не орієнтована на миттєві перегляди, а створена для формування глибокого розуміння війни, журналістики та соціальних змін.

Переваги формату незалежного інтернет-видання:

1. Редакційна свобода. Відсутність алгоритмічних обмежень дозволяє формувати контент за журналістськими стандартами, а не логікою соціальних мереж. Це забезпечує якіснішу, глибшу подачу матеріалу.

2. Структурованість. Сайт має чітку систему рубрикації та категорій, що дозволяє зручно орієнтуватися в темах і форматах матеріалів.

3. Універсальність форматів. Можливість вбудовування текстових, візуальних, аудіо- та відеоматеріалів без обмежень кількості символів чи параметрів публікацій.

4. Тривале збереження контенту. На відміну від соціальних мереж, де інформація швидко зникає з видачі, публікації на сайті залишаються доступними й легко пошуковими тривалий час.

5. Професійне позиціонування. Сайт Frontera розглядається як платформений приклад етичного, якісного та тематично вивіреного онлайн-видання про журналістику війни.

6. Доступність для аудиторії. Завдяки відкритому доступу, мобільній

адаптивності й зручному інтерфейсу сайт легко сприймається як на комп'ютерах, так і на смартфонах.

Таким чином, медіапроект Frontera апробовано як ефективну платформу для висвітлення тем війни, журналістської етики, досвіду та практик в умовах збройного конфлікту — із фокусом на аналітику, роз'яснення й підтримку професійної журналістської спільноти.

Результати діяльності медіапроекту Frontera

За два місяці з моменту запуску інтернет-платформи Frontera проект продемонстрував позитивну динаміку розвитку, стабільне зростання читацької зацікавленості та високий рівень взаємодії з цільовою аудиторією. Сайт функціонує як незалежне онлайн-видання, що висвітлює тематику журналістики в умовах війни, з особливою увагою до етики, психологічного стану репортерів, воєнної цензури, пропаганди та досвіду іноземних журналістів.

За перші два місяці роботи (березень–травень 2025 року) були досягнуті наступні результати (*Додаток II*):

- Загальна кількість переглядів сторінок сайту: 350.
- Кількість унікальних відвідувачів: 112.
- Кількість підписників на email-розсилку: 19.
- Середня тривалість перегляду сторінки: 3 хвилини 42 секунди.
- Найчастіше переглядаються з мобільних пристроїв: 72% трафіку.

Найбільш популярні публікації:

1. «Професія під вогнем: як працюють журналісти на фронті» — 89

переглядів, 12 коментарів.

2. «Голоси війни: як обрати героя, не зламавши людину» — 65 переглядів.

Матеріал отримав багато схвальних відгуків за чутливість і точність формулювань.

3. Подкаст «Як не вигоріти, коли щодня пишеш про війну» — 45

прослуховувань через сайт і ще близько 50 через зовнішні платформи.

Слухачі відзначали користь порад і важливість теми для професійної самогігієни.

Контент, що отримав найменшу взаємодію:

- Матеріал «Правові механізми захисту журналістів: міжнародна практика» — 15 переглядів. Попри актуальність теми, контент виявився складним для сприйняття широкою аудиторією через юридичну мову та відсутність персоніфікованих прикладів.

- Інфографіка «Системи військової цензури в країнах НАТО» — 8 переглядів. Користувачі зазначали, що графічна подача була надто академічною, без достатнього пояснення даних.

2.8. Висновок

У процесі підготовки, реалізації та апробації медіапроєкту Frontera було здійснено глибоке дослідження сучасного стану журналістики в умовах війни, особливостей роботи репортерів у кризових обставинах, етичних дилем, соціальної відповідальності та змін у способах подання інформації. Сайт Frontera постає як унікальна платформа, що не лише висвітлює журналістику під вогнем, а й формує стійку професійну спільноту, яка здатна говорити про себе, рефлексувати, допомагати і не вигорати.

Проєкт було реалізовано у вигляді повноцінного вебресурсу на

платформі Wix, з чіткою системою рубрикації, мультимедійними елементами (подкасти, інфографіка, фотогалерея), авторськими текстами, сценаріями, візуальним оформленням і тематичним поділом на ключові журналістські напрями. Особлива увага приділена створенню контенту в жанрах аналітики, репортажу, інтерв'ю, публіцистичних подкастів без гостей, які мають виражений емоційно-аналітичний формат.

Проект виконав такі цілі:

- створення ресурсу, що висвітлює роботу журналістів у час війни;
- документування досвіду, який зазвичай лишається за кадром;
- підтримка журналістської етики та правди в інформаційному просторі;
- розкриття соціальної цінності журналістики як інструменту фіксації пам'яті, боротьби з пропагандою та захисту суспільства.

Створення сайту було б неможливим без освітньої бази, наданої під час навчання в університеті. Зокрема, знання з дисциплін «Інтернет-журналістика», «Професійні стандарти журналістської діяльності», «Сучасні інформаційні технології в медіа» стали ключовими для формування навичок з розробки структури сайту, роботи з конструкторами, створення візуального і текстового контенту, фактчекінгу, верстки, використання мультимедійних інструментів.

Протягом перших двох місяців існування Frontera показала стійке зростання аудиторії: 350 переглядів, понад 100 унікальних користувачів, активна взаємодія з подкастами та тематичними рубриками. Найбільший інтерес викликають тексти про емоційну витривалість журналістів, про роботу на фронті, етичні питання. Меншу зацікавленість мають суто аналітичні або правові теми, що демонструє потребу у форматному переосмисленні таких матеріалів.

Сайт Frontera є не лише платформою поширення контенту, але й

соціальним простором для обговорення професійних викликів. Завдяки узгодженій рубрикації («Професія під вогнем», «Мовчати не можна говорити», «Голоси війни», «Подкасти», «Фотоісторії»), створеній інфографіці, мультимедіа та сценаріям, ресурс працює як освітній, аналітичний та документальний архів сучасної журналістики в умовах збройного конфлікту.

Загалом проєкт Frontera:

- підвищує цінність голосу журналіста в медіапросторі;
- розширює уявлення про журналістську роботу серед суспільства;
- пропонує гідний формат журналістики без сенсаційності;
- демонструє приклад студентського медіа як важливого інструменту громадянської комунікації.

У сучасному світі, де новини часто знеособлені, де медіа борються за кліки, Frontera говорить спокійно, точно, з повагою. І саме така журналістика — людяна, етична, критична — має бути голосом воєнного часу.

Проєкт довів свою доцільність, ефективність та соціальну значущість. Він може бути масштабований і збережений як платформа фахової медіаосвіти, підтримки журналістів та документування часу, в якому ми живемо.

III. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Київський Міжнародний Інститут Соціології, «ДИНАМІКА ДОВІРИ СОЦІАЛЬНИМ ІНСТИТУЦІЯМ У 2021-2024 РОКАХ»
https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1467&page=1&fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAR0UNT6lYBZK40x1A76We2K6Syz4LSxA Ri3NZ1oz_0ZVGbQkwlykmZh8sp4_aem_NXO_O1mwV55VizFYgRLYKw
2. Ross Howard. *Conflict-Sensitive Journalism*. In: *Communication and Peace*. Routledge, 2015.
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315773124-6/conflict-sensitive-journalism-ross-howard>
3. Інститут масової інформації (ІМІ). *97 медійників загинули за три роки повномасштабного російського вторгнення*. 2024.
<https://imi.org.ua/news/97-medijnykiv-zagynuly-za-try-roky-povnomasshtabnogo-rosijskogo-vtorgnennya-i66756>
4. НСЖУ. «Спиок журналістів, які загинули від початку повномасштабної російської агресії»
<https://nsju.org/novini/arman-soldin-stav-14-ym-mediapraczivnykom-shho-zagynuv-pry-vykonanni-profesijnyh-obovyazkiv/>
5. Epthinktank.eu. «Young people and the news».
<https://epthinktank.eu/2024/11/09/young-people-and-the-news/>
6. Тексти.org.ua <https://texty.org.ua>
7. «Радіо Свобода | Донбас.Реалії»,
<https://www.radiosvoboda.org/donbassrealii>
8. «Повага», <https://povaha.org.ua/>
9. «Reporters Without Borders (RSF)», <https://rsf.org/en>
10. КЖЕ. «Кодекс етики», <https://cje.org.ua/ethics-codex/>
11. Олександр Понамарів, «Культура слова: мовностилістичні поради»,
<http://ponomariv-kultura-slova.wikidot.com/fonetyka>

12. Smashing Magazine. «Typographic Design Patterns And Best Practices»
<https://www.smashingmagazine.com/2009/08/typographic-design-survey-best-practices-from-the-best-blogs/>
13. Brand Vision. «The Psychology of Typography: How Fonts Influence Brand Perception», <https://www.brandvm.com/post/typography-influence>

IV. ДОКУМЕНТАЦІЯ

Додаток А

Перша версія логотипу проєкту Frontera



Додаток Б

Фінальна версія логотипу проєкту Frontera



Додаток В

Інфорграфіка цільової аудиторії проєкту

Цільова аудиторія сайту



Студенти факультетів журналістики

18–24 роки навчання, джерела для дипломних робіт
іцлі професійний розвиток, етика



Молоді журналісти / фрилансери

20–35 років практичні знання, самозахист
інтереси воєнна журналістика, польові репортажі



Викладачі та науковці в галузі медіа

30–60 років лекції, наукові дослідження
інтереси медіаосвіта, професійні стандарти



Активісти, правозахисники, члени медіаорганізацій

25–50 років моніторинг порушень прав інформаційна підтримка
інтереси медіаграмотність, свобода слова



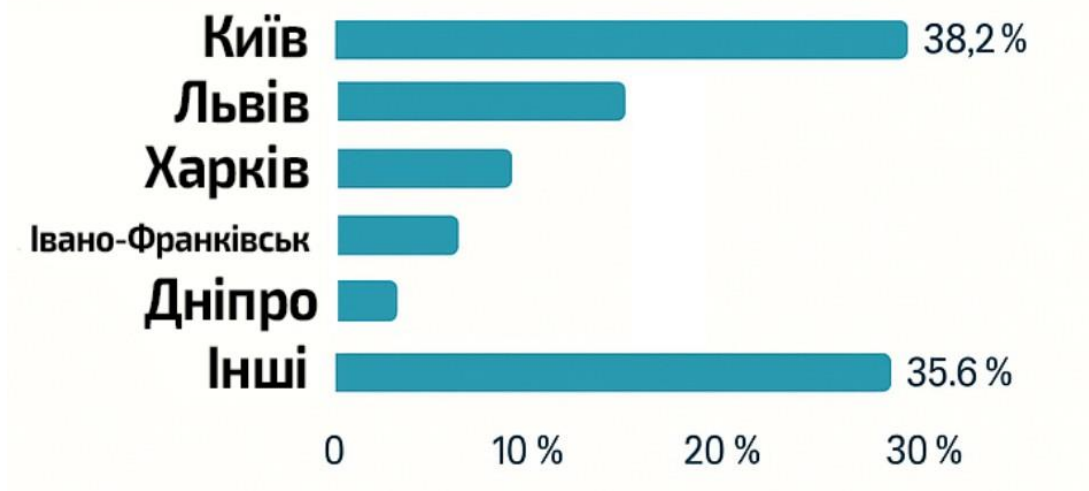
Широка свідома аудиторія, що цікавиться воєнною тематикою

25–60 років розуміння новин під час війни

Додаток Г

Географічний розподіл ЦА

За містами:



Додаток Г

Рубрикація сайту

Останні Публікації



Тетяна З.

Вікторія Рошчина: Голос правди, заглушений у полоні

У буремному вітрі сучасної історії, коли правда часто стає жертвою війни, журналісти залишаються одним із останніх бастіонів, що стоять...



Тетяна З.

Репортаж на межі життя: журналісти у гарячих світових точках

У світі, де війни, революції та гуманітарні кризи стають реальністю мільйонів людей, журналісти залишаються першими, хто повідомляє...

Рубрики

- Усі публікації
- Етика і стандарти (2)
- Право і захист (3)
- Аналітика (3)
- Професія під вогнем (3)
- Освіта і поради (1)
- Мультимедіа (2)
- Проект і команда (2)
- Особистий досвід (3)
- Міжнародний досвід (3)

Додаток Д

Фотогалерея



Додаток Е

Приклад публікації

1 годину тому · Читати 2 хв



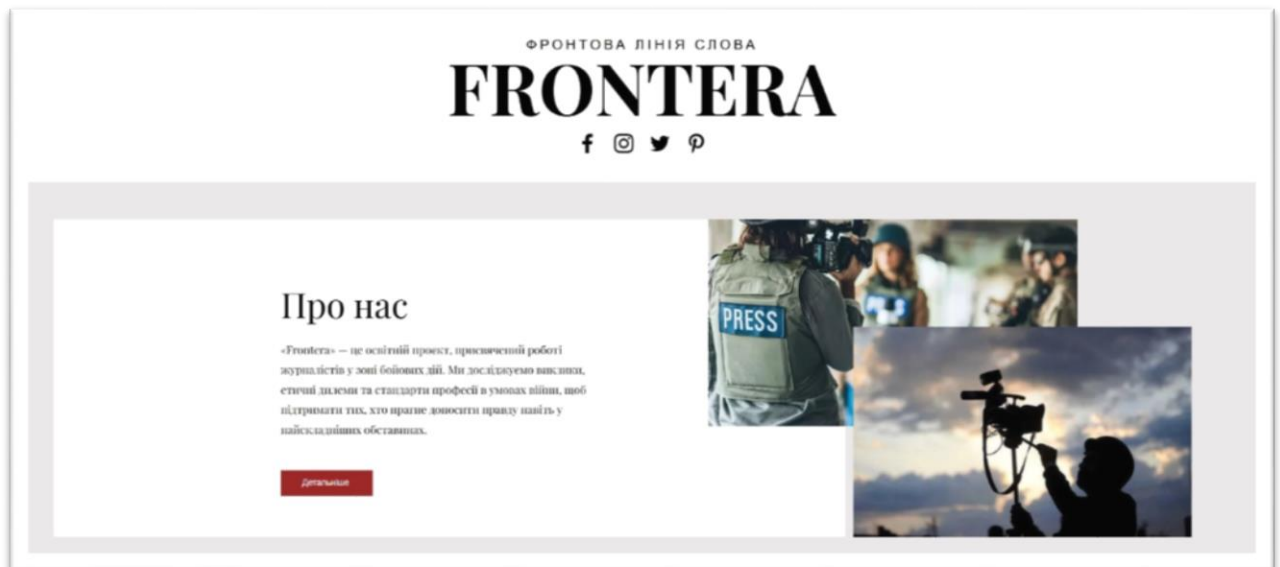
Чому фронтові журналісти — це важко солдати правди

У часи війни слово набуває особливої ваги. Те, що в мирний період могло залишитись просто текстом у стрічці новин, під час збройного конфлікту стає зброєю — іноді не менш потужною, ніж артилерія. Саме тому журналісти, які працюють на передовій, заслуговують на статус не просто хронікерів, а справжніх солдатів правди.



Додаток Є

Головна сторінка сайту



Додаток Ж

Приклади використання шрифтів

4 години тому · Читати 3 хв



Війна і журналістика: як трансформується редакційна етика у кризові часи

Коли над країною лунають сирени, а передовиця щодня пишеться кров'ю, журналістика перестає бути лише інструментом інформування. Вона стає полем бою. Полем, де

Додаток 3

Візуальний стиль сайту

Тема сайту

Використовується на вашому сайті.

Додаток И

Статистика сайту

СТАТИСТИКА березень-травень (2025)

Кількіст переглядів
сторінок загалом
350



Кількіст унікальних
відвідувачів
112



Підписників на email
розсилку
19



Середній час пере-
гляду сторінки
3хв 42сек



V. АНОТАЦІЯ

Загурна Т. Журналістика в епоху війни: виклики і особливості роботи репортерів в умовах конфлікту

Ключові слова: журналістика, війна, конфлікт, інтернет-видання, репортер, стандарти, цензура, етика, медіа, FRONTERA.

Інтернет-проект FRONTERA було створено як відповідь на виклики, з якими стикається сучасна журналістика в умовах збройного конфлікту. У період війни медіа відіграють вирішальну роль у донесенні правди, протидії дезінформації, збереженні морального стану суспільства та формуванні історичної пам'яті.

Проект досліджує особливості роботи журналістів на передовій, питання військової етики, свободи слова, цензури, психологічного виснаження, а також розповідає про персональні історії українських та іноземних репортерів. Основною метою стало створення повноцінного онлайн-ресурсу, який поєднує аналітику, статті, інтерв'ю, репортажі, подкасти та візуальний контент — від інфографік до тематичних фотогалерей.

Сайт функціонує як окреме інтернет-видання та охоплює низку тематичних рубрик, серед яких: «Професія під вогнем», «Голоси війни», «Право і журналістика», «Персональні історії», «Медіа і фронт» тощо. Усі матеріали базуються на принципах достовірності, верифікації фактів, дотриманні професійних стандартів та з урахуванням етичних норм.

FRONTERA не лише інформує, а й виконує просвітницьку функцію, надаючи простір для обговорення, аналізу та підтримки журналістів, які працюють у надзвичайно складних обставинах. Завдяки глибоким

публікаціям та креативному підходу до оформлення контенту, видання сприяє усвідомленню ролі медіа як ще одного фронту сучасної війни.

V. ANNOTATION

Zahurna T. Journalism in the Age of War: Challenges and Features of Reporting in Conflict Conditions

Keywords: journalism, war, conflict, online media, reporter, standards, censorship, ethics, media, FRONTERA.

The online project FRONTERA was created in response to the challenges facing modern journalism during armed conflict. In times of war, media plays a vital role in delivering truth, combating disinformation, maintaining societal morale, and preserving historical memory.

This project explores the specifics of reporters' work on the front lines, addresses issues of war ethics, freedom of speech, censorship, psychological burnout, and also presents personal stories of Ukrainian and international journalists. The primary goal was to develop a full-fledged online platform that combines analytics, articles, interviews, reports, podcasts, and visual content — from infographics to thematic photo galleries.

The site functions as an independent media outlet and features several thematic sections, including: “Under Fire”, “Voices of War”, “Law and Journalism”, “Personal Stories”, “Media and the Front”, among others. All materials are based on the principles of credibility, fact-checking, adherence to professional standards, and respect for ethical norms.

FRONTERA not only informs but also fulfills an educational role, providing a space for discussion, analysis, and support for journalists working in extremely difficult circumstances. Thanks to in-depth publications and a creative approach to

content presentation, the platform emphasizes the media's role as yet another frontline in today's war.