

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

Факультет журналістики

Кафедра журналістики та нових медіа

**БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**СИМВОЛІЗМ ФОТОРЕПОРТАЖІВ ЗА ЧАСІВ ВІЙНИ:  
МЕДІАОСВІТНІ КЕЙСИ (НА МАТЕРІАЛІ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА)**

Здобувача першого (бакалаврського)  
рівня вищої освіти групи  
ЖУРБ-1-22-4.0з  
галузі знань 06 Журналістика спеціальності  
061 Журналістика освітньої програми  
061.00.01  
Журналістика  
Волошиної Евеліни Павлівни

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

Науковий керівник: Фруктова Я.С.,  
кандидат педагогічних наук, доцент  
кафедри журналістики та нових медіа

\_\_\_\_\_ (підпис  
студента) (ініціали, прізвище)

Розширена шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів: \_\_\_\_ Оцінка: ECTS

Допуск до захисту перед ЕК

\_\_\_\_\_

Голова комісії \_\_\_\_\_  
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії \_\_\_\_\_  
(підпис) (ініціали, прізвище)

І.В. Погребняк,

завідувач кафедри журналістики та нових медіа

\_\_\_\_\_ (підпис) (ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_ (підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ – 2026 рік

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	3
<b>РОЗДІЛ I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА</b>	6
1.1. Обґрунтування актуальності, мети та теми проєкту	6
1.2. Громадська думка та механізми її формування під впливом візуального контенту	10
1.3. Смісловий та емоційний вплив воєнної фотографії: психологічні та когнітивні аспекти сприйняття	13
1.4. Етичні межі воєнної фотожурналістики у контексті суспільного впливу	16
<b>РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКАЦІЯ МЕДІАПРОЄКТУ</b>	19
2.1. Концепція та методологія дослідження: добір і аналіз знакових воєнних фотографій у регіональних медіа	19
2.2. Структура і рубрикація: Образи людської трагедії та стійкості у воєнних фоторепортажах	21
2.3. Контент та засоби виразності: Візуалізація руйнувань й відновлення у воєнних медіатекстах	33
2.4. Медіаосвітній потенціал воєнних фотографій у соціальних мережах (Instagram, Telegram)	36
<b>ВИСНОВКИ</b>	42
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	45
<b>ДОДАТКИ</b>	48

## ВСТУП

Сучасний збройний конфлікт — це не лише протистояння на полі бою, а й боротьба за свідомість мільйонів людей. У цій боротьбі фотографія посідає особливе місце: вона є одночасно документом, свідченням і інструментом впливу. Воєнна фотожурналістика, що виникла ще в часи Кримської війни і набула розквіту в епоху масових медіа, сьогодні трансформується під впливом цифрових технологій та соціальних мереж, зберігаючи при цьому свою ключову функцію — формування громадської думки щодо збройних конфліктів.

**Актуальність теми** дослідження зумовлена кількома взаємопов'язаними чинниками. По-перше, повномасштабне вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року ознаменувало якісно нову еру інформаційних воєн, у яких візуальний контент перетворився на один із ключових ресурсів боротьби за міжнародну підтримку та внутрішню консолідацію суспільства: за даними Міжнародного інституту преси, лише впродовж першого місяця конфлікту понад 2 000 фотографій із зон бойових дій потрапили до провідних світових видань. По-друге, стрімкий розвиток цифрових платформ і соціальних мереж кардинально змінив умови виробництва та поширення воєнних фотографій: знімки розходяться по світу в лічені хвилини, часто оминаючи редакційне фільтрування та верифікацію, що суттєво підвищує ризик дезінформації. По-третє, питання етичних меж воєнної фотожурналістики набуло нової гостроти в контексті дискусій про маніпуляцію, пропаганду та рівень медіаграмотності аудиторії — особливо в умовах масового поширення технологій deepfake.

Проблема дослідження полягає у суперечності між документальною природою фотографії, що претендує на об'єктивне відображення дійсності, та її реальним потенціалом впливати на емоції, судження і поведінку широкої аудиторії. Ця суперечність особливо загострюється в умовах збройного

конфлікту, де на кону стоять людські долі, міжнародна репутація держав та хід воєнних подій.

**Метою дослідження** є комплексний аналіз механізмів впливу воєнної фотожурналістики на формування громадської думки, зокрема на прикладі висвітлення російсько-української війни.

Досягнення зазначеної мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- розкрити теоретичні засади воєнної фотожурналістики як інструменту впливу на громадську думку;
- з'ясувати механізми формування громадської думки під впливом візуального контенту;
- проаналізувати психологічні та когнітивні аспекти сприйняття воєнної фотографії;
- визначити етичні межі воєнної фотожурналістики;
- дослідити практику висвітлення подій російсько-української війни у вітчизняних та зарубіжних медіа;
- виявити ключові символічні образи та наративи, що формують суспільне сприйняття конфлікту.

**Об'єктом дослідження** є воєнна фотожурналістика як соціокультурний та комунікаційний феномен.

**Предметом дослідження** є механізми впливу воєнної фотографії на формування громадської думки в умовах збройного конфлікту.

**Методи дослідження.** У роботі застосовано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів. Загальнонаукові: аналіз і синтез — для опрацювання теоретичної бази та узагальнення висновків; індукція та дедукція — для формулювання теоретичних положень і верифікації їх на емпіричному матеріалі; класифікація — для систематизації досліджуваних фотографічних кейсів. Спеціальні: семіотичний аналіз (за Р. Бартом та У. Еко) — для дослідження символічних рівнів воєнних фотографій; контент-аналіз — для систематичного вивчення масиву публікацій у регіональних медіа; порівняльний метод — для зіставлення підходів різних медіа до візуального

висвітлення конфлікту; психологічний аналіз — для розкриття механізмів емоційного й когнітивного впливу візуальних образів на аудиторію; дискурс-аналіз — для вивчення взаємодії між зображенням і вербальним контекстом (підписи, коментарі).

**Теоретичну базу дослідження** становлять праці зарубіжних і вітчизняних дослідників у галузі теорії масових комунікацій, психології медіасприйняття, семіотики та журналістської етики. Зокрема, концептуальними орієнтирами слугували роботи Сьюзен Зонтаг про фотографію та страждання, Роланда Барта про семіотику зображення, Волтера Ліппмана про громадську думку та ін.

**Наукова новизна** одержаних результатів полягає в тому, що в роботі вперше здійснено комплексний — із залученням семіотичного, психологічного та медіаосвітнього інструментарію — аналіз специфіки впливу воєнної фотожурналістики регіональних українських медіа на громадську думку в умовах повномасштабного збройного конфлікту 2022–2024 років; виявлено домінантні візуальні стратегії та наративи, що формують як внутрішнє, так і міжнародне сприйняття війни; розроблено практичні рекомендації щодо медіаосвітнього використання воєнних фотографій у соціальних мережах.

**Практичне значення дослідження.** Матеріали і висновки роботи можуть бути використані у навчальних курсах з журналістики, медіаграмотності та соціальних комунікацій, а також у практичній діяльності редакцій, що висвітлюють збройні конфлікти.

**Структура роботи.** Дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел.

## РОЗДІЛ 1

### ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

#### 1.1. Обґрунтування актуальності, мети та теми проєкту

Фотографія від моменту свого офіційного представлення світові 7 серпня 1839 року — коли Луї-Жак Манде Дагер демонстрував свій метод перед спільним засіданням Французької академії наук та Академії витончених мистецтв — сприймалася насамперед як інструмент об'єктивного документування дійсності. Технічна природа процесу — фіксація відбитого світла на чутливій поверхні за допомогою хімічних реакцій — породжувала ілюзію повної достовірності зображення, принципово відмінної від суб'єктивності живопису чи графіки.

Однак уже в перші десятиліття існування медіуму стало очевидним, що фотографія аж ніяк не є нейтральним вікном у реальність: вибір ракурсу, момент натискання затвора, кадрування та подальша хімічна або цифрова обробка знімка невідворотно вносять суб'єктивний вимір у, здавалося б, механічний акт відтворення дійсності. Вже перші воєнні фотографи вдавалися до постановочних знімків, аби уникнути зображення смерті та відповідати суспільним очікуванням: Роджер Фентон під час Кримської війни (1854–1856) систематично обирав ракурси, що виключали тіла загиблих, — зокрема під тиском обмежень тогочасних технологій та цензурних вимог замовників (Рис.1.1.).



Рис.1.1. Фотографія Роджера Фентона

У системі масових комунікацій фотографія посіла особливе місце завдяки двом фундаментальним якостям: удаваній достовірності та потужному емоційному потенціалу. Ці характеристики є взаємозумовленими: саме тому, що глядач схильний сприймати фотографію як документ реальної події, зображені на ній страждання, тріумф або жах набувають особливої суспільної ваги. Ця психологічна особливість сприйняття фотографічного зображення перетворює його на потужний засіб масового впливу.

Роланд Барт у праці «Camera Lucida» (1980) описав двоїсту природу фотографічного повідомлення через поняття *studium* і *punctum*. *Studium* позначає культурний, загальносмісловий шар знімка — те, що доступне широкій аудиторії і може бути раціонально проінтерпретоване: жанр, контекст, інформаційний зміст. *Punctum* — це деталь, яка «вражає», проривається крізь культурні коди і зачіпає глядача на суто особистісному, емоційному рівні, часто всупереч раціональним установкам. Саме *punctum*

робить певні фотографії незабутніми і надає їм сили змінювати ставлення мільйонів людей до зображуваних подій.

В контексті воєнної фотографії ці поняття набувають особливої



Рис.1.2. Страта в Сайгоні

аналітичної ваги. У знаменитому знімку Едді Адамса «Страта в Сайгоні» (1968) *studium* (Рис.1.2.) — це документація позасудового вбивства, тоді як *punctum* — мить між живим і мертвим, зафіксована на обличчі жертви. У фотографіях Маріуполя 2022 року *studium* — руйнування та вимушена евакуація, а *punctum* — конкретна деталь: дитяча іграшка на тлі попелища або зосереджений на екрані смартфона літній чоловік посеред потоку біженців. Саме через *punctum* документальна фотографія трансформується в суспільно значущий образ.

Сьюзен Зонтаг у книзі «Про фотографію» (1977) першою системно осмислила соціальні функції фотографії, звернувши увагу на те, як знімки формують колективну пам'ять та суспільне сприйняття. Дослідниця зазначала, що фотографія не просто фіксує реальність, а й конструює її в суспільній уяві, встановлюючи, що вважається важливим, а що залишається

поза полем уваги. Пізніше, у книзі «Споглядання болю інших» (2003), Зонтаг поглибила цей аналіз, поставивши питання про те, чи здатна фотографія страждань справді пробуджувати співчуття і провокувати суспільну дію, чи лише задовольняє споглядальний імпульс аудиторії — питання, яке залишається дискусійним і в сучасних медіадослідженнях.

Еволюція ролі фотографії в системі масових комунікацій пройшла кілька якісно відмінних етапів. На початковому — ілюстративному — знімки виконували допоміжну функцію щодо тексту: унаочнювали описані події, підтверджували журналістський наратив. З розвитком масової преси у другій половині XIX — на початку XX ст. фотографія набула самостійного інформаційного статусу. Поява фотоагентств — Associated Press Photo Service (1927), Magnum Photos (1947) — а згодом і журналів типу Life (1936), що будували свою концепцію навколо документального фотоматеріалу, вивела фотожурналістику на новий рівень суспільного впливу.

Телебачення і відеоконтент певний час відтіснили нерухоме зображення на другий план, однак цифрова революція кінця XX — початку XXI ст. повернула фотографії центральне місце в медіаекосистемі. Соціальні мережі — Instagram, Twitter/X, Facebook — стали майданчиками, де одиничний знімок за лічені години може охопити глобальну аудиторію та спровокувати широкий суспільний резонанс. Таким чином, фотографія перетворилася на один із найпотужніших носіїв інформації та емоцій в епоху цифрової комунікації.

Важливим аспектом трансформації фотографії в системі масових комунікацій є зміна природи авторства. Якщо в класичну епоху фотожурналістики знімок був результатом роботи підготовленого фахівця, який дотримувався редакційних стандартів, то сьогодні значна частина воєнних фотографій надходить від так званого «громадянського журналіста» або безпосереднього учасника подій. Це одночасно знижує редакційний контроль і відкриває простір як для більш чесного документування,

недоступного акредитованим медіа, так і для маніпуляцій та цілеспрямованої дезінформації.

Таким чином, фотографія еволюціонувала від технічного засобу фіксації реальності до багатовимірного інструменту масових комунікацій, здатного конструювати суспільний порядок денний, формувати емоційні реакції та впливати на громадську думку. Ця еволюція зробила фотожурналістику — і особливо її воєнну складову — одним із найважливіших об'єктів медіадосліджень, а питання символізму воєнних фотографій — центральним для розуміння механізмів суспільного впливу сучасних медіа.

## **1.2. Громадська думка та механізми її формування під впливом візуального контенту**

Громадська думка як соціальний феномен перебуває в центрі уваги дослідників, принаймні з початку ХХ ст. Класична праця Волтера Ліппмана «Громадська думка» (1922) заклала концептуальну основу для розуміння того, як медіа формують у свідомості людей «картини у головах» — спрощені ментальні моделі реальності, на підставі яких приймаються рішення і формуються судження. Ліппман переконливо показав, що пересічна людина не має прямого доступу до більшості суспільно важливих подій і змушена покладатися на медіапосередників у формуванні своєї картини світу — спостереження, що з розвитком глобальних медіасистем набуло ще більшої актуальності.

Сучасна теорія громадської думки виходить із розуміння її як складного, динамічного та суперечливого явища, що формується під впливом численних чинників: особистого досвіду, міжособистісної комунікації, культурних норм, ідеологічних переконань та медіаконтенту. При цьому роль медіа не зводиться до простої передачі інформації — вони активно

конструюють смисли, встановлюють ієрархію важливості тем та пропонують аудиторії певні інтерпретаційні рамки.

Серед теоретичних моделей, що описують вплив медіа на громадську думку, особливого значення набуває теорія встановлення порядку денного (agenda-setting), сформульована Максвеллом МакКомбсом і Дональдом Шоу у 1972 році на матеріалі президентської виборчої кампанії в США. Ця теорія стверджує, що медіа не стільки кажуть людям, що думати, скільки визначають, про що думати — тобто встановлюють пріоритети в суспільному сприйнятті. Стосовно воєнної фотожурналістики, це означає: вибір тих чи тих фотографій для публікації визначає, які аспекти конфлікту стають видимими для широкої аудиторії, а які залишаються поза полем її уваги.

Тісно пов'язаною з теорією встановлення порядку денного є теорія фреймінгу (framing), закладена в соціологічних роботах Ервінга Гофмана («Frame Analysis», 1974) та систематично застосована до медіадосліджень Робертом Ентманом у програмній статті «Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm» (1993). Якщо agenda-setting відповідає на питання «про що думати», то фреймінг — на питання «як думати про це». Фреймінг описує, як медіа «кадрують» — тобто подають у певному контексті та з певними акцентами — ту саму подію, тим самим визначаючи, як вона буде сприйнята та оцінена аудиторією.

У воєнній фотографії фреймінг здійснюється одночасно на кількох рівнях: (1) вибір конкретного моменту і ракурсу зйомки фотографом; (2) відбір знімків редактором для публікації з-поміж десятків або сотень зроблених кадрів; (3) заголовки і підпис під фотографією, що задають контекст інтерпретації; (4) розташування знімка на шпальті або екрані (передова сторінка vs. внутрішній розворот); (5) сусідство з іншими матеріалами, що формують загальний смисловий контекст. Сукупність цих рівнів означає, що «об'єктивна» фотографія завжди є результатом серії суб'єктивних редакційних рішень.

Важливою характеристикою візуального контенту є його особлива здатність до формування емоційних реакцій, які, у свою чергу, впливають на когнітивні оцінки та поведінкові наміри. Дослідження в галузі когнітивної нейронауки підтвердили, що обробка візуальних образів відбувається частково в обхід раціонального аналізу — через лімбічну систему, відповідальну за емоційні реакції. Це означає, що фотографічне зображення здатне формувати ставлення до події ще до того, як аудиторія встигає її раціонально проаналізувати, — характеристика, що робить його особливо ефективним інструментом впливу.

Дослідники виділяють кілька ключових механізмів впливу візуального контенту на громадську думку. Перший — ефект праймінгу (priming): попередній перегляд певних зображень підвищує доступність відповідних понять і оцінок у свідомості, полегшуючи їх використання в подальших судженнях. Другий — ефект «свідка»: фотографія створює ілюзію безпосередньої присутності при зображуваній події, що посилює відчуття причетності та відповідальності в глядача. Третій — механізм ідентифікації: зображення конкретних людей із розпізнаваними рисами активує емпатичні реакції значно ефективніше, ніж абстрактні статистичні дані про жертви.

Феномен «стомлення від співчуття» (compassion fatigue), систематично досліджений Сьюзен Зонтаг у «Споглядання болю інших» (2003), а також у роботах Пола Слович, свідчить про те, що тривале й надмірне споживання шокуючих воєнних фотографій може призводити до емоційного виснаження аудиторії та прогресивного зниження її чутливості до зображуваних страждань. Слович показав, що здатність до емпатії різко знижується при переході від образу однієї жертви до образу двох, а при статистичних масштабах майже повністю деактивується — явище, яке дослідник назвав «психічним заціпенінням» (psychic numbing). Це ставить перед редакціями принципове питання балансу між необхідністю документувати і показувати правду конфлікту та ризиком дегуманізації через надмір жахливих зображень. Оптимальна стратегія, на думку сучасних медіадослідників, полягає в

чергуванні образів страждання та людської стійкості, що дозволяє підтримувати емпатичну реакцію аудиторії протягом тривалого конфлікту.

Соціальні мережі внесли суттєві корективи в механізми формування громадської думки під впливом воєнних фотографій. Алгоритмічна логіка платформ схильна просувати контент, що викликає сильні емоційні реакції — і насамперед обурення, — що може призводити до викривленого уявлення про реальний перебіг подій. З іншого боку, соціальні мережі уможливили децентралізоване поширення документального матеріалу, який у традиційних медіа міг би не пройти редакційний фільтр. Таким чином, громадська думка щодо збройних конфліктів формується як результат складної взаємодії між візуальним контентом, медіаінституціями, суспільними наративами та індивідуальними характеристиками аудиторії. Розуміння цих механізмів є необхідною передумовою для критичного осмислення ролі воєнної фотожурналістики в сучасному медіапросторі.

### **1.3. Смысловий і емоційний вплив воєнної фотографії: психологічні та когнітивні аспекти сприйняття**

Воєнна фотографія функціонує на двох рівнях одночасно: як документ конкретної події та як символічний образ, що набуває смислів, які виходять далеко за межі зображеного моменту. Саме ця двоїстість робить певні знімки іконічними — такими, що стають визначальними образами цілих конфліктів і залишаються в колективній пам'яті поколінь. Образ «Дівчинки з напалмом» Ніка Ута (1972), знімок «Людина з сумками перед танком» на площі Тяньаньмень (1989), фотографія загиблого сирійського хлопчика Алана Курді (2015) — усі ці зображення набагато більші за зображені в них конкретні події: вони стали символами людської вразливості, державного насилля та трагедії вимушеного переміщення.

Психологічні механізми, що лежать в основі сильного емоційного впливу воєнних фотографій, добре досліджені в сучасній когнітивній науці.

Ключову роль тут відіграє так зване «правило ідентифікованої жертви» (*identifiable victim effect*), сформульоване Деборою Смолл та Джорджем Левенштейном: люди набагато сильніше реагують на зображення конкретної, індивідуалізованої людини, ніж на статистичні дані про масові жертви. Фотографія, що показує не «тисячу загиблих», а одного конкретного загиблого із впізнаваним обличчям, активує механізми емпатії значно ефективніше.

Важливу роль у сприйнятті воєнних фотографій відіграє феномен проксимальності (*proximity*) — відчуття психологічної близькості до зображуваної події. Дослідження показують, що фотографії, зроблені «близько» до суб'єкта — тобто такі, де видно риси обличчя, деталі одягу, вираз очей, — викликають значно сильнішу емпатичну реакцію, ніж знімки, зроблені здалеку. Це пояснює характерну для воєнної фотожурналістики тенденцію до портретного підходу, що «олюднює» жертв і учасників конфлікту.

Семіотичний аналіз воєнних фотографій дозволяє виявити стійкі символічні коди, що повторюються в різних конфліктах і різних культурних контекстах. Серед них: образ матері, що оплакує дитину (апелює до архетипу материнського горя); зруйноване місто як символ цивілізаційної катастрофи; солдат, що захищає або несе пораненого — образ самопожертви і братерства; поєднання зброї і дитячого обличчя як символ вкраденого дитинства. Ці образи є потужними саме тому, що резонують із глибинними культурними та архетипними уявленнями аудиторії.

Когнітивний дисонанс, що виникає при перегляді воєнних фотографій, є ще одним важливим психологічним механізмом їх впливу. Коли зображуване суперечить сталим уявленням глядача про «нормальний» світ — наприклад, образ зруйнованого дитячого садка або лікарні — це породжує сильний психологічний дискомфорт, який людина прагне усунути. Одним із способів такого усунення є зміна переконань і ставлень — зокрема, переосмислення позиції щодо збройного конфлікту.

Дослідники також вказують на роль естетики у формуванні впливу воєнної фотографії. Парадоксальним чином, знімки, що фіксують страждання, можуть бути естетично досконаліми — і це нерідко посилює їх комунікативну силу, хоча одночасно породжує і серйозні етичні питання щодо «естетизації» людського болю. Майстерна композиція, контрастне освітлення, динамічний ракурс можуть перетворити документальну фотографію на потужний художній образ, що входить у резонанс із культурними кодами аудиторії.

Окремого розгляду заслуговує питання культурних відмінностей у сприйнятті воєнних фотографій. Дослідження крос-культурного сприйняття візуального контенту свідчать про те, що одні й ті самі знімки можуть викликати діаметрально протилежні реакції в аудиторій з різним культурним і політичним досвідом. Зображення, що для однієї аудиторії є незаперечним свідченням воєнного злочину, для іншої — з іншою пропагандистською традицією або інформаційною картиною — може подаватися як «законний захист» або «постановка».

Ця проблема набула особливої гостроти у контексті російсько-української війни: низка знімків, що стали символами злочинів в Бучі та Маріуполі і набули широкого визнання на Заході, піддавалася систематичній дискредитації в російських державних медіа через механізм «альтернативної версії». Дослідження Юлії Федченко та Центру «Стопфейк» зафіксували понад 300 окремих кампаній з маніпуляції воєнними фотографіями лише за 2022 рік, що підкреслює: питання контексту, атрибуції та інтерпретаційних рамок є не просто теоретичним, а й практично-безпековим питанням у сучасному медіапросторі.

Таким чином, вплив воєнної фотографії на аудиторію визначається складним переплетенням семіотичних, психологічних, когнітивних та культурних чинників. Розуміння цих чинників є необхідним для адекватної оцінки ролі фотожурналістики у формуванні суспільного ставлення до збройних конфліктів та для побудови ефективних медіаосвітніх практик.

#### **1.4. Етичні межі воєнної фотожурналістики у контексті суспільного впливу**

Воєнна фотожурналістика функціонує в постійному полі етичної напруги. З одного боку, вона покликана документувати реальність конфлікту — включно з її найбільш страшними проявами — і нести цю правду широкій аудиторії. З іншого боку, фотограф неминує здійснює вибір: що знімати, з якого ракурсу, в який момент; редактор — що публікувати; а платформи поширення — що просувати. Кожен із цих виборів є водночас і редакційним, і етичним рішенням.

Центральним етичним питанням воєнної фотожурналістики є проблема показу людського страждання. Фотографії загиблих, поранених, знівечених тіл є свідченнями реальних злочинів і важливою частиною документування злочинів проти людяності. Водночас публікація таких знімків може порушувати гідність зображених осіб та завдавати додаткової травми їхнім родичам. Різні редакційні кодекси вирішують цю дилему по-різному: одні забороняють показ тіл загиблих, інші дозволяють це лише в тих випадках, коли такий матеріал несе значний суспільний інтерес і не може бути замінений менш травматичним свідченням.

Маніпуляція у воєнній фотографії може мати різні форми. Найочевидніша — цифрове редагування знімків із метою зміни їхнього змісту. Відомим прикладом є скандал з фотографіями Reuters під час Ліванської війни 2006 року, де фотограф Аднан Хадж додавав диму і вогню на знімки, щоб зробити їх більш драматичними. Однак маніпуляція може бути й значно тоншою: постановочна фотографія, свідомий вибір ракурсу, що приховує частину контексту, підбір підпису, який задає потрібне трактування. Між цілковитим постановочним знімком та повністю спонтанним документальним існує широкий спектр ситуацій: фотограф може чекати на «правильний» момент, може відбирати для публікації лише ті знімки, що

відповідають певному наративу. Кожен із цих кроків піднімає питання про межу між журналістикою та конструюванням реальності.

Питання пропаганди нерозривно пов'язане з етикою воєнної фотожурналістики. В умовах збройного конфлікту всі сторони зацікавлені у формуванні вигідного для них образу у свідомості власного населення та міжнародного співтовариства. Фотографія, завдяки своїй удаваній об'єктивності, є надзвичайно цінним пропагандистським інструментом. Для фотожурналіста, що працює в зоні конфлікту, завдання збереження незалежності й неупередженості є водночас і фаховим, і моральним викликом.

Цифрова епоха суттєво ускладнила етичний ландшафт воєнної фотожурналістики, породивши виклики, що не мають прецедентів в аналоговій добі. По-перше, поява загальнодоступних інструментів обробки зображень знизила технічний поріг для маніпуляцій до рівня, доступного будь-якому користувачеві смартфона. По-друге, соціальні мережі зробили можливим вірусне поширення знімків без будь-якої редакційної перевірки. По-третє, і найістотніше, генеративний штучний інтелект відкрив можливість створення фотографічно переконливих синтетичних зображень неіснуючих подій — так званих *deepfakes*. Вже у 2022–2023 роках зафіксовано численні випадки поширення AI-згенерованих «воєнних фотографій» з видаванням їх за документальні свідчення.

Сучасна дискусія про етику воєнної фотожурналістики включає й питання впливу самого акту зйомки на зображуваних людей та на перебіг подій. Відома парадоксальна ситуація, коли фотограф, замість того щоб допомогти пораненому або постраждалому, продовжує знімати. Кевін Картер, чия фотографія вмираючого суданського дитини та стерв'ятника виграла Пулітцерівську премію 1994 року, зазнав жорсткої суспільної критики саме через свою бездіяльність під час зйомки — критики, що відобразила ширшу суспільну дискусію про відповідальність журналіста як свідка. Не менш важливим є питання безпеки самих фотожурналістів: воєнна фотографія

залишається однією з найнебезпечніших журналістських спеціалізацій, і питання допустимого ризику та редакційної відповідальності залишається відкритим.

Провідні міжнародні організації — World Press Photo та Комітет захисту журналістів (CPJ) — розробили кодекси етики, що намагаються врегулювати ці питання. World Press Photo встановило суворі правила щодо допустимого рівня цифрової обробки конкурсних робіт, що спровокувало широку дискусію про природу документальної фотографії в епоху цифрових технологій та межі між редагуванням і фальсифікацією.

Таким чином, етика воєнної фотожурналістики є комплексною проблемою, що перебуває на перетині фахових стандартів, правових норм та моральних принципів. Відповіді на питання, що постають у цій сфері, мають принципове значення не лише для журналістської спільноти, а й для суспільства в цілому — від прийнятих рішень залежить те, яку реальність збройних конфліктів бачить і осмислює широка аудиторія. Цей вимір набуває особливої актуальності у контексті медіаосвіти, де критичне осмислення етичних аспектів воєнної фотографії є одним із ключових завдань.

## РОЗДІЛ 2

# МЕДІАОСВІТНІ КЕЙСИ ВОЄННОЇ ФОТОЖУРНАЛІСТИКИ: АНАЛІЗ СИМВОЛІВ ТА ВПЛИВУ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ

### 2.1. Концепція та методологія дослідження: добір і аналіз знакових воєнних фотографій у регіональних медіа

Емпіричне дослідження, результати якого викладено в другому розділі, спрямоване на аналіз знакових воєнних фотографій, опублікованих в українських регіональних медіа в умовах повномасштабного збройного конфлікту 2022–2024 років. Вибір регіонального медіаконтенту як об'єкта аналізу зумовлений кількома міркуваннями. По-перше, регіональні медіа перебувають у принципово іншому контексті, ніж національні та міжнародні видання: вони висвітлюють конфлікт зсередини, з точки зору безпосередньо вражених спільнот, що надає їхньому фотоматеріалу особливої документальної та емоційної автентичності. По-друге, регіональна преса і регіональний сегмент соціальних мереж залишаються недостатньо дослідженими з точки зору медіаосвітнього потенціалу воєнної фотографії. По-третє, саме регіональні медіа найчастіше є первинним джерелом фотодокументації подій, які пізніше отримують загальнонаціональне й міжнародне поширення.

Концептуальною основою дослідження слугує триєдина аналітична рамка, що поєднує семіотичний, психологічний та медіаосвітній підходи. Семіотичний підхід, що спирається на інструментарій Роланда Барта (поняття денотату і конотату, аналіз семіотичних кодів) та Умберто Еко (теорія відкритого тексту і читацької інтерпретації), забезпечує аналіз символічних рівнів фотографічного зображення. Психологічний підхід орієнтований на виявлення механізмів емоційного впливу знімків на аудиторію та особливостей когнітивного оброблення візуальних образів, пов'язаних із воєнною травмою. Медіаосвітній підхід, що ґрунтується на концепціях

критичного медіасприйняття та медіаграмотності, дозволяє осмислити потенціал аналізованих фотографій як освітнього ресурсу.

Добір матеріалу для аналізу здійснювався за такими критеріями: (1) публікація у верифікованих регіональних медіа або авторських акаунтах регіональних журналістів у соціальних мережах у період з 24 лютого 2022 р. по 31 грудня 2024 р.; (2) значна аудиторна реакція, що виражається у кількості переглядів, репостів та коментарів; (3) тематична репрезентативність стосовно визначених дослідницьких категорій; (4) верифікованість авторства та обставин зйомки; (5) наявність чіткого символічного виміру, що піддається аналізу. За сукупністю зазначених критеріїв для детального розгляду було відібрано 24 фотографії та фотосерії, що формують три тематичні кластери: образи людської трагедії та стійкості; образи захисника; образи руйнування й відновлення.

Методологічний інструментарій дослідження включає кілька аналітичних процедур. Перша — дескриптивний аналіз — передбачає детальний опис змісту знімка: суб'єктів зображення, просторово-часового контексту, композиційних особливостей, технічних характеристик зйомки. Друга — семіотичний аналіз — спрямована на виявлення денотативного (буквального) та конотативного (символічного) рівнів значення зображення, ідентифікацію задіяних культурних кодів та архетипічних образів. Третя — дискурс-аналіз підписів і коментарів — дозволяє простежити, яким чином вербальний контекст змінює або закріплює значення фотографії. Четверта — аудиторний аналіз — включає вивчення реакцій аудиторії в коментарях і метрик поширення з метою оцінки реального впливу знімків на суспільний дискурс.

Важливою методологічною проблемою є питання позиції дослідника. Вивчення воєнної фотографії в умовах активного збройного конфлікту, що безпосередньо стосується країни дослідника, неминуче пов'язане із ризиком упередженості. З метою мінімізації цього ризику в дослідженні застосовано метод рефлексивного аналізу: дослідник свідомо тематизує власну позицію і

розмежовує об'єктивні аналітичні спостереження та суб'єктивні інтерпретації. Крім того, для підвищення достовірності аналізу залучено додаткові джерела: реакції міжнародної аудиторії на досліджувані знімки, а також наявні публікації у закордонних медіа, де аналізовані фотографії отримали подальше поширення.

Окремим методологічним питанням є класифікація медіаосвітніх кейсів. У контексті цього дослідження під «медіаосвітнім кейсом» розуміється конкретний фотографічний матеріал (одиночний знімок або серія), що відповідає двом умовам: (1) демонструє виразний символічний потенціал та задокументований вплив на аудиторну реакцію; (2) може бути використаний як навчальний матеріал для розвитку критичного медіасприйняття та медіаграмотності. Саме в цьому подвійному вимірі — дослідницькому й освітньому — будується аналіз у наступних підрозділах.

Регіональні медіа, що стали джерельною базою дослідження, охоплюють кілька географічних зон: Харківська, Херсонська, Миколаївська, Запорізька, Донецька та Київська області. Такий географічний охоплення дозволяє зафіксувати відмінності у характері та тематиці фотодокументації залежно від специфіки воєнних подій у конкретному регіоні — масованих ракетних обстрілів, окупації та деокупації, лінії безпосереднього зіткнення. Ці відмінності самі по собі є важливим аналітичним результатом, що свідчить про неоднорідність візуальних стратегій у різних контекстах воєнної фотожурналістики.

## **2.2. Структура і рубрикація: образи людської трагедії та стійкості у воєнних фоторепортажах**

Образи людської трагедії та людської стійкості утворюють полярний, але нерозривно пов'язаний смисловий кластер у воєнній фотожурналістиці. Трагедія і стійкість у цьому контексті — не просто два різні типи зображуваних ситуацій, а два виміри одного й того самого досвіду: люди

демонструють стійкість саме через те, що стикаються з трагедією. Ця діалектика визначає особливу емоційну і смислову напругу кращих зразків воєнного фоторепортажу.

Перший тематичний блок аналізованих матеріалів стосується образів евакуації та вимушеного переміщення. Зображення людей із валізами, домашніми тваринами та дітьми на тлі зруйнованих або охоплених димом будинків, на платформах залізничних станцій або в автомобільних заторах на виїздах із міст сформували один із найстійкіших візуальних кодів початкового етапу повномасштабної війни. Семіотичний аналіз цих знімків виявляє характерний конфлікт між приватним (впізнавані побутові речі, домашні улюбленці, родинні обійми) і публічним (натовп, інфраструктура переміщення, воєнний контекст). Саме ця колізія між інтимним та масовим і породжує потужний емоційний ефект: глядач «прочитує» в натовпі окремих людей, ідентифікує себе з ними, і абстрактна статистика переміщених осіб перетворюється на живий людський досвід.

Особливо значущим кейсом у цьому тематичному блоці є фотосерії, присвячені евакуації мешканців Маріуполя у квітні–травні 2022 року. Знімки, зроблені журналістами Мстиславом Черновим та Євгенієм Малолеткою для Associated Press (і пізніше поширені регіональними медіа), зафіксували вихід мирних жителів із заводу «Азовсталь». На цих фотографіях жінки, літні люди та діти виходять із підземних укриттів після багатотижневої облоги — виснажені, але живі. Денотативний рівень знімків гранично простий: людина виходить із темряви на світло. Проте конотативний рівень надзвичайно багатий: цей рух із підземного простору на відкрите повітря зчитується через одвічний архетип відродження, виходу з пекла, воскресіння. Знімки здобули широке міжнародне поширення і стали одним із символів облоги Маріуполя саме завдяки цьому багатошаровому символічному навантаженню.



Рис. 2.1. Євген Малолетка допомагає парамедику транспортувати жінку, яка постраждала під час обстрілу у Маріуполі, 2 березня 2022 року, фото Мстислава Чернова

Фотографія, яку ми розглядаємо (Рис.2.2), є однією з найболючіших і найсимволічніших робіт фотожурналіста Євгена Малолетки, виконаною в перші дні повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Зроблена 9 березня 2022 року у Маріуполі, вона документує момент, коли українські рятувальники та волонтери виносять постраждалу жінку з розбомбленої будівлі. Це не просто фотографія катастрофи - це образ людського страждання, проте одночасно й символ непокірності й людинолюбства.



Рис.2.2. Українські рятувальники і волонтери несуть вагітну жінку, яка постраждала в результаті авіаційного удару російських військових по пологовому будинку та дитячій лікарні в Маріуполі, 9 березня 2022 року. Фото Євгена Малолетки

Технічно фотографія виконана у кольорі з природним денним освітленням, що надає їй реалістичності й суворості. Композиція будується навколо центральної фігури постраждалої жінки, яка лежить на яскраво-червоній ковдрі з чорними цяточками в малюнку полуниці. Ця деталь - дитячий малюнок на ковдрі - створює контраст, який посилює драматичність сцени. Широкий кут огляду дозволяє глядачеві бачити не тільки саму постраждалу, але й команду рятувальників та волонтерів у темних костюмах, які оточують її. На фоні видно розбиті фасади будинків, голі дерева та наслідки обстрілу - облуплену краску на стінах, розбиті вікна, що свідчать про масштаб руйнування у цивільній зоні Маріуполя.

Однак справжня сила цієї фотографії полягає не в технічних характеристиках, а у символічному навантаженні образу. Постраждала жінка лежить обличчям до камери, й у її виразі видно біль, страх і шок.

Рятувальники, які беруть участь в евакуації, схилені над нею з виразом глибокої концентрації, намагаючись втриматися за життя однієї людини в умовах, коли довкола гинуть сотні. Це зображення втілює основний конфлікт збройного конфлікту: з одного боку - масштаб безчинств, розпалювань і руйнувань, з іншого боку - невпинне прагнення простих людей рятувати один одного.

Важливо, що на цій фотографії жінка не знеособлена, не перетворена у статистику. Її обличчя видно, її страждання реальні й конкретні. Це дуже важливо з точки зору медіаосвіти, оскільки абстрактні цифри (навіть якщо це тисячі загиблих) не впливають на людський мозок так, як образ однієї конкретної людини в конкретний момент часу. Рядок за рядком медіа показує, що в Маріуполі помирили люди - але саме такі фотографії, як ця, змушують світ зрозуміти, що за цифрами стоять реальні сім'ї, реальні мрії, реальні життя.

Крім того, для аналізу цієї фотографії важливо звернути увагу на дні, коли вона була зроблена. 9 березня 2022 року Маріуполь перебував у стані повного хаосу. Місто піддавалося масованим ракетним обстрілам, комунальні послуги були поніщені, медичні заклади були переповнені. Проте попри це українські рятувальники й волонтери продовжували роботу, евакуюючи людей з руїн, надаючи їм медичну допомогу, намагаючись зберегти максимально можливу кількість людських життів. Фотографія Малолетки фіксує цей момент невтомної боротьби людського духу проти руйнування й смерті.

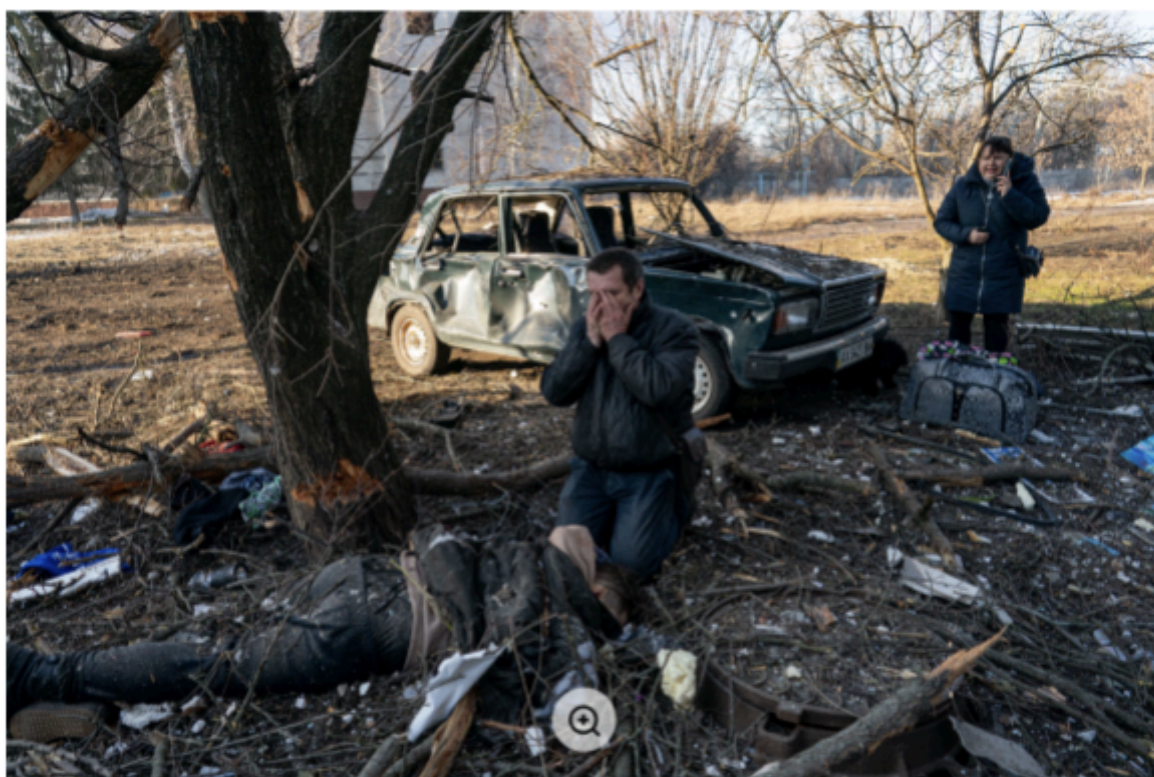
Емоційна реакція на цю фотографію досить передбачувана, проте не менш глибока.

Глядачі відчують жаль і гнів через образ постраждалої, співчуття до команди рятувальників, які намагаються допомогти, обурення з приводу того, що таке відбувається у XXI столітті. Однак одночасно з цими негативними емоціями висвітлюється й надія - люди не здаються, люди борються за життя

один одного. Це створює складну емоційну суміш, яка робить фотографію особливо впливовою на психічний стан глядача.

Другий тематичний блок складають образи горя: зображення людей, що оплакують загиблих, прощаються з рідними, стоять біля зруйнованих осель. Ці знімки є найбільш чутливими з точки зору журналістської етики, оскільки фіксують людей у найбільш вразливих моменти їхнього життя. Разом із тим саме вони мають найбільший потенціал для формування у глядача стану «вікарної травми» — емоційного переживання чужого болю як власного. Дослідники медіапсихології вказують на те, що образи горя здатні долати «дефіцит співчуття», що виникає при тривалому споживанні воєнного контенту, і «перезавантажувати» здатність аудиторії до емпатичної реакції.

Прикладом такого кейсу є широко поширена в українських і регіональних медіа фотографія чоловіка, що прощається із загиблим родичем в Чугуєві, зроблена у лютому 2022 р. Знімок вибудований за класичною

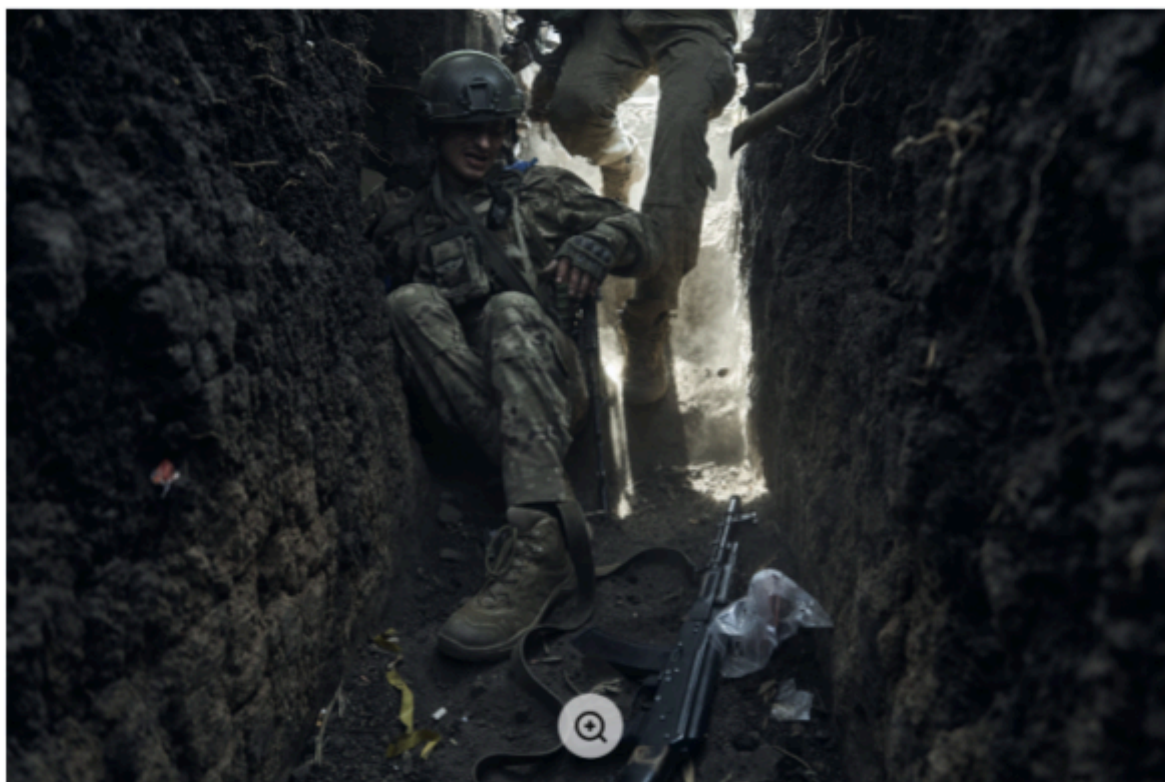


Чоловік плаче над тілом родича — однієї з перших жертв війни — після ракетного удару Росії по житловому кварталі в Чугуєві, 24 лютого 2022 року. Фото: Wolfgang Schwan

Рис.2.3. Чоловік оплакує загиблого родича

картиною — архетипічним образом оплакування: чоловік схилився над тілом родича в позі, що відсилає до іконографічного образу Пресвятої Богородиці. Ця формальна відповідність архетипічному образу не є свідомою «постановкою»: жест горя є природним, але культурно закодованим. Саме тому знімок набув такого резонансу в аудиторії, вихованій на відповідній іконографічній традиції.

Третій тематичний блок — образи повсякденної стійкості — є найменш очевидним, але, на думку дослідників, найбільш важливим з точки зору довгострокового суспільного впливу. Ці знімки фіксують продовження звичайного людського життя всупереч воєнним умовам: ринки, що відновили роботу після обстрілу; бібліотеки, що видають книги в укритті; студенти, що складають іспити в підвалі; весілля в прифронтовому місті. Семіотично ці образи побудовані на контрасті між маркерами «нормального» мирного життя і воєнним контекстом (камуфляж, захисні споруди, руїни на задньому плані).



Поранений військовий у траншеї в Донецькій області, 5 вересня 2023 року. Фото: Влада та Костянтин Ліберови

Рис.2.4. Поранений військовий

Цей контраст транлює потужне повідомлення про неможливість знищити людське в людині навіть в умовах найбільш жорстокого насилля.

Аналіз аудиторної реакції на матеріали цього тематичного блоку в соціальних мережах засвідчує їх особливу вірусну природу: образи стійкості поширюються значно активніше, ніж образи чистої трагедії. Це підтверджує гіпотезу про те, що аудиторія шукає в медіаконтенті не лише свідчення болю, а й ресурс для психологічного опору. Для регіональних медіа, що виробляють контент у безпосередній близькості до зони конфлікту, це є важливим орієнтиром: образи стійкості виконують не лише журналістську, а й психосоціальну функцію підтримки спільнотної ідентичності та колективного психологічного здоров'я.

Медіаосвітній потенціал фотографій цього кластера пов'язаний із їх здатністю ілюструвати механізм ідентифікованої жертви та феномен вікарної травми. Використання цих знімків у медіаосвітньому контексті дозволяє: навчити аудиторію розпізнавати, яким чином окремий конкретний образ формує емоційний відгук; продемонструвати роль архетипічних символів у підсиленні смислового впливу знімка; розвинути навичку усвідомленого споживання воєнного контенту, що передбачає баланс між емпатичною реакцією та критичною дистанцією.

### **2.3. Символіка образу захисника у воєнній фотожурналістиці**

Образ захисника є одним із найдавніших і найстійкіших візуальних архетипів, що набуває особливої актуальності та смислової насиченості в контексті воєнної фотожурналістики. На відміну від образу «воїна» як агресора або знаряддя насилля, архетип «захисника» містить у собі моральне виправдання застосування сили: захист слабшого, відстоювання своєї землі, служіння спільноті. Саме цей архетип є центральним у візуальній репрезентації українського військового в медіаконтенті часів

повномасштабної війни — і в цьому виборі відображається не лише журналістська, а й ширша культурна та ідеологічна позиція.

Перший субтип образу захисника в аналізованому матеріалі —



Рис.2.5. Національна гвардія

«захисник рідного місця»: солдат зображується на тлі впізнаваних місцевих ландшафтів, будівель або об'єктів. Цей прийом має декілька функцій. Насамперед він «прив'язує» узагальнений образ військового до конкретного географічного та культурного простору, перетворюючи його на захисника не абстрактної батьківщини, а конкретної вулиці, міста, пам'ятки. Крім того, він активує у глядача механізм місцевої ідентифікації: мешканці конкретного міста або регіону впізнають знайомі місця і відчують особистіший зв'язок із зображеним військовим. Регіональні медіа особливо активно використовують цей прийом, оскільки саме він забезпечує максимальний резонанс із місцевою аудиторією.

Характерним прикладом є серія фотографій харківських фотожурналістів, де бійці Національної гвардії зображені на тлі впізнаваних харківських пам'яток — Дзеркального струменя, майдану Свободи, Благовіщенського собору. Ці місця є культурними маркерами харківської ідентичності. Їх поєднання з образом озброєного захисника транслює повідомлення: «Він захищає саме це — наше, впізнаване, рідне». Семіотично тут задіяний механізм метонімії: конкретне місце виступає частиною, що заміщує ціле, — усю культуру та спосіб життя, що перебувають під загрозою.

Другий субтип — «захисник вразливого»: знімки, де солдат зображений поруч із цивільними — дітьми, літніми людьми, пораненими. Ці фотографії реалізують класичну нарративну структуру захисту: великий і сильний оберігає малого і слабого. Психологічно вони апелюють до базових



Рис.2.6. Військовий з Рівненщини врятував шестимісячну дитину

соціальних інстинктів піклування та захисту. В контексті воєнної пропаганди ця структура є потенційно маніпулятивною, однак у журналістській фотографії вона нерідко відображає реальні ситуації: солдати дійсно допомагають евакуювати цивільних, надають першу допомогу, рятують людей із завалів.

Особливою різновидністю цього субтипу є жіночий образ захисниці,

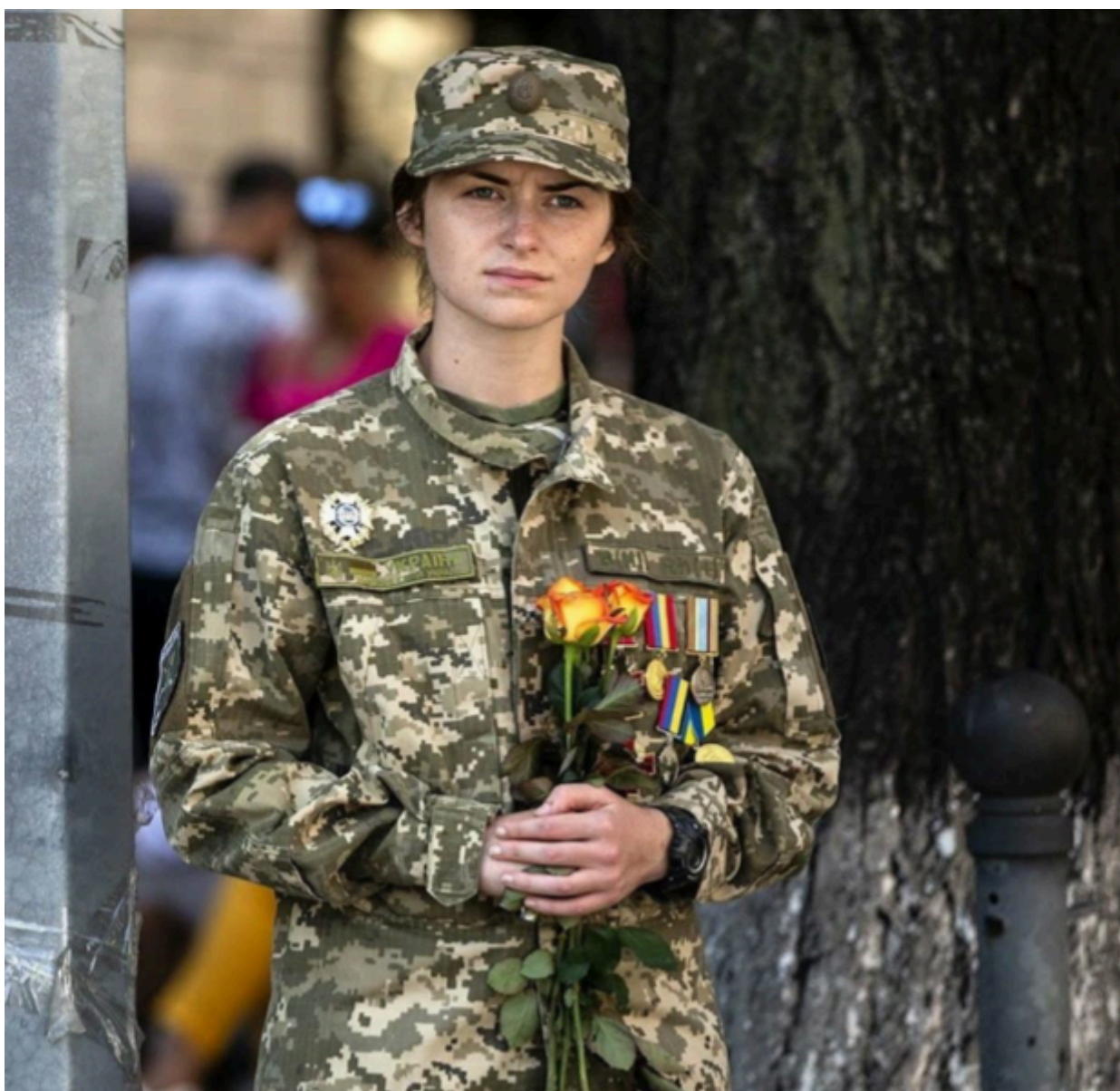


Рис.2.7. Юлія Микитенко, перекладачка, яка створила перший в Україні жіночий взвод

що набув значного поширення в українській медіакulturі після 2022 р. Фотографії жінок-військовослужбовців — снайперів, медиків, операторів БПЛА, командирів підрозділів — підривають традиційне гендерне

розподілення ролей у воєнній фотографії та формують новий візуальний код: жінка не лише як жертва або мати, що чекає, а як активний захисник. Ці знімки активно поширювалися в українських і міжнародних медіа, оскільки відповідали запиту аудиторії на «несподіване» — образи, що руйнують усталені стереотипи.

Третій субтип — «захисник у хвилину відпочинку» — є найбільш особистісним і найменш героїзованим. Знімки, що фіксують солдатів поза бойовою ситуацією: за читанням книги, у телефонній розмові з родиною, із домашньою твариною в окопі, під час сну або прийому їжі — «олюднюють» образ військового, знімаючи з нього маску героя-надлюдини. Парадоксально,



Рис.2.8. Кіт Шайба та Олександр Ляшук: служба та допомога

але саме ця «де-героїзація» посилює емпатичний зв'язок аудиторії з зображеним: глядач впізнає в солдаті звичайну людину зі звичайними потребами та почуттями, що знаходиться в надзвичайних обставинах. Семіотично ці знімки реалізують прийом контрасту між приватним (інтимним моментом) і публічним (воєнним контекстом).

Аналіз тематичного кластера «захисник» дозволяє виявити певну закономірність у характері регіональної фотожурналістики: місцеві медіа схильні зображувати захисників через призму їхньої приналежності до конкретної спільноти — «наш», «місцевий», «з нашого міста». Це суттєво відрізняє регіональний медіаконтент від загальнонаціонального і тим більше від міжнародного, де образ захисника, як правило, узагальнений і деперсоналізований. Регіональна специфіка репрезентації формує більш інтенсивний емоційний зв'язок із місцевою аудиторією, однак може ускладнювати сприйняття для зовнішнього глядача, якому бракує відповідного культурного контексту.

Медіаосвітній потенціал матеріалів цього кластера пов'язаний передусім із можливістю аналізу механізмів героїзації та деперсоналізації в медіарепрезентації. Критичний розбір знімків-захисників дозволяє: виявити, яким чином вибір ракурсу, деталей та контексту конструює образ героя; обговорити межу між журналістською репрезентацією та пропагандистською героїзацією; дослідити роль гендерних стереотипів у воєнній фотографії та їх можливе подолання.

#### **2.4. Контент і засоби виразності: візуалізація руйнування й відновлення у воєнних медіатекстах**

Фотографії зруйнованих міст, будинків, пам'яток та інфраструктури є невід'ємною частиною воєнного фотоархіву будь-якого збройного конфлікту (Додаток А). Однак образи руйнування у воєнній фотожурналістиці рідко виступають лише як нейтральна документація фізичних збитків: вони

функціонують як потужні символи, що транслюють повідомлення про злочин, провину, ціну насилля та, часом, про неминучість відновлення. Аналіз цього тематичного кластера в регіональних медіа виявляє характерні закономірності у способах візуалізації руйнування та відновлення, що відображають як журналістські стратегії, так і ширші суспільні наративи.

Першим і найбільш поширеним жанром у цьому кластері є «архітектурна руїна» — знімки зруйнованих будівель, що фіксують наслідки ракетних або артилерійських ударів. Ці фотографії мають складну семіотику. На денотативному рівні вони фіксують факт фізичного руйнування. На конотативному — апелюють до глибоко вкоріненого в культурі образу руїни як свідчення часу, насилля і смерті цивілізації. Особливу символічну вагу в цьому контексті набувають знімки зруйнованих об'єктів культурної спадщини: театрів, соборів, бібліотек, музеїв. Руйнування культурного об'єкту зчитується як атака не просто на будівлю, а на ідентичність, пам'ять і цивілізаційну неперервність спільноти.

Знаковим кейсом у цьому контексті є документація руйнування Маріупольського драматичного театру у березні 2022 року — будівлі, що символізувала культурне та громадське життя міста і слугувала укриттям для тисяч мирних жителів. Фотографії зруйнованого театру, поширені регіональними та міжнародними медіа, зображували не просто будівельні руїни, а розлом культурного простору. На тлі зруйнованих колон і розвалених стін, що відсилають до образів античних руїн, ці знімки актуалізували риторичну фігуру «варварства» як знищення цивілізації. Особливого смислового значення набував факт, відображений у деяких знімках: перед бомбардуванням на асфальті перед театром великими літерами було написано «ДІТИ» — щоб позначити укриття для мирного населення. Поєднання цього тексту з образом руїн стало одним із найбільш цитованих символів звірства.

Другий жанровий різновид у цьому кластері — «живий простір після удару»: знімки зруйнованих квартир, де на тлі розбитого скла та уламків видно сліди нещодавнього побуту — накритий стіл, дитячі іграшки,

фотографії на стінах. Ці деталі виконують ту саму функцію, що й «правило ідентифікованої жертви» в образах людських трагедій: вони «олюднюють» руйнування, перетворюють його зі статистики матеріальних збитків на знищення конкретного чистого світу. Дослідники комунікацій відзначають особливу ефективність таких знімків у формуванні емпатичної реакції у глядачів, які самі мешкають у подібних квартирах і легко ідентифікують себе з жертвами.

Третій різновид — «пейзаж після бою»: широкоформатні панорамні знімки зруйнованих міських кварталів або сільських поселень, що нагадують фотографії Дрездена або Варшави після Другої світової війни. Ці знімки функціонують передусім як документ масштабу: вони дозволяють аудиторії усвідомити ступінь руйнувань, які неможливо відобразити через зображення окремих будівель. Водночас панорамне зображення руїн має меншу емпатичну силу, ніж крупний план, і більшою мірою апелює до раціонального сприйняття, ніж до емоційного. Ця відмінність між «далеким» і «близьким» планом у документації руйнувань є важливим аналітичним результатом, що має практичне значення для редакційних рішень.

Особливе місце серед матеріалів цього кластера посідають фотографії, що фіксують початок відновлення. Знімки будівельних робіт, волонтерських суботників із розбирання завалів, засклення вибитих вікон або відновлення дахів мають принципово інший комунікативний вектор, ніж образи руйнування. Вони транслюють повідомлення про агентність і відповідь: спільнота не лише страждає від руйнування, а й активно протиставляє йому відновлення. Семіотично ці знімки реалізують опозицію «смерть/відродження», «руйнування/творення», надаючи аудиторії наратив не лише жертви, а й стійкості та опору.

Аналіз регіональних медіа засвідчує виразну тенденцію до збільшення частки матеріалів, присвячених відновленню, у міру того, як відповідні процеси розгортаються у деокупованих або відносно стабілізованих районах. Ця тенденція відображає як об'єктивні зміни в реальності, так і редакційну

стратегію підтримання суспільного оптимізму та психологічної стійкості громади. Разом із тим дослідники медіаефектів застерігають від надмірного акцентування на образах відновлення, що може формувати хибне враження нормалізації ситуації та знижувати суспільний запит на притягнення до відповідальності винних у руйнуваннях.

Медіаосвітній потенціал матеріалів цього кластера надзвичайно широкий. Аналіз фотографій руйнування і відновлення дозволяє: (1) дослідити механізм символізації через матеріальні об'єкти — те, як будівля або предмет побуту стає символом ідентичності, пам'яті, цивілізаційної цінності; (2) обговорити поняття культурних збитків та воєнних злочинів проти культурної спадщини; (3) простежити, яким чином медіаобраз руйнування може використовуватися як інструмент формування міжнародного тиску; (4) осмислити роль документальної фотографії у збереженні доказів для можливих судових і документаційних процесів.

#### **2.4. Медіаосвітній потенціал воєнних фотографій в соціальних мережах (Instagram, Telegram)**

Соціальні мережі перетворилися на основне середовище поширення воєнного фотоконтенту для широкої аудиторії. Instagram та Telegram, при всій своїй технічній та функціональній відмінності, є двома ключовими платформами, через які регіональний воєнний фотоконтент досягає як місцевої, так і загальнонаціональної та міжнародної аудиторії. Розуміння специфіки кожної з цих платформ є необхідною умовою для вироблення ефективних і відповідальних практик роботи з воєнними фотографіями в медіаосвітньому контексті.

Instagram функціонує як візуально-центрована платформа, де зображення є первинним носієм інформації, а текст відіграє допоміжну роль. Алгоритмічна логіка платформи заохочує контент, що викликає тривалу взаємодію (лайки, коментарі, збереження, пересилання), і стимулює

використання хештегів як навігаційного інструменту. В контексті воєнної фотожурналістики Instagram відіграє роль «вітрини» для фотоматеріалу: саме тут знімок отримує перше «публічне прочитання» і набуває або не набуває вірусного поширення. Дослідження закономірностей поширення воєнних фотографій в Instagram у 2022–2024 рр. демонструють, що найвищий рівень взаємодії отримують знімки, які поєднують: (1) сильний емоційний образ (обличчя, деталь, виразний жест); (2) чіткий і стислий підпис, що окреслює контекст; (3) релевантні хештеги, що забезпечують знайдення; (4) авторитетний акаунт як джерело публікації.

Дослідження закономірностей поширення воєнних фотографій в Instagram у 2022–2024 рр. демонструють, що найвищий рівень взаємодії (engagement rate) отримують знімки, які поєднують кілька характеристик: (1) сильний емоційний образ із чітким “точковим” акцентом — обличчя, красномовна деталь, виразний жест, що відповідає поняттю *punctum* за Бартом; (2) чіткий і стислий підпис (оптимально 125–150 символів), що окреслює фактичний контекст, не “пояснюючи” емоцію і не нав’язуючи інтерпретацію; (3) релевантні хештеги (оптимально 5–8), що забезпечують органічне знайдення контенту, але не переобтяжують підпис; (4) верифікований і авторитетний акаунт як джерело публікації — довіра до акаунта суттєво підвищує готовність аудиторії сприймати важкий контент; (5) публікація у “золотий час” — дослідження українських SMM-фахівців фіксують піки активності о 7:00–9:00 та 19:00–22:00 за київським часом.

Telegram функціонує принципово інакше: тут переважає тексто-центрований підхід, а фотографія нерідко виступає ілюстрацією до повідомлення, а не самостійним об'єктом. Разом із тим в умовах воєнного конфлікту Telegram перетворився на унікальну документаційну платформу: оперативна публікація фотографій із місць подій через регіональні канали, канали журналістів та волонтерів створила потужний масив первинного візуального матеріалу, що випереджав редакційно опрацьований контент традиційних медіа (Додаток Б). Специфічна особливість Telegram —

відсутність алгоритмічної фільтрації та прямий доступ підписників до контенту — надає цій платформі вищий ступінь автентичності, але одночасно знижує поріг для поширення непідтвердженого або маніпулятивного контенту.

На основі аналізу медіакейсів, розглянутих у попередніх підрозділах, та з урахуванням специфіки обох платформ можна сформулювати систему рекомендацій щодо відповідального використання військових фотографій у соціальних мережах у медіаосвітніх цілях.

Перша група рекомендацій стосується відбору матеріалу. Для медіаосвітнього використання слід надавати перевагу фотографіям із чіткою атрибуцією (верифіковане авторство, підтвержені обставини та дата зйомки), уникаючи матеріалів невідомого або сумнівного походження. Знімки, що зображують людські страждання у найбільш натуралістичний спосіб (тіла загиблих, важкі поранення), потребують особливо зваженого підходу: їх використання в освітньому контексті може бути виправданим, але тільки за умови чіткого пояснення мети та попередження аудиторії.

Друга група рекомендацій стосується контекстуалізації. Будь-яка воєнна фотографія, використана в медіаосвітньому контексті, має супроводжуватися розгорнутим аналітичним коментарем, що: розкриває обставини зйомки та перші публікації; пояснює семіотику зображення (що і як зображено, які культурні коди задіяні); аналізує потенційний вплив знімку на різні типи аудиторії; ставить питання для критичного осмислення (які деталі привертають увагу і чому? що лишається поза кадром? чиї інтереси обслуговує цей знімок?).

Третя група рекомендацій стосується специфіки публікації в Instagram. Для ефективного медіаосвітнього використання військових фотографій в Instagram рекомендується: (1) застосовувати формат «каруселі» (серії зображень), що дозволяє поєднати сам знімок з аналітичним коментарем у графічному форматі; (2) використовувати функцію Stories для подачі «за кадром» — контексту, що залишається невидимим на фотографії; (3) у

підписах обов'язково вказувати ім'я автора та агентство, а також просити аудиторію поширювати з атрибуцією; (4) вести Highlights (підбірки) за тематичними категоріями, що полегшує навігацію для навчальних цілей.

Четверта група рекомендацій стосується специфіки роботи в Telegram. Регіональні канали, що використовують воєнні фотографії в Telegram, мають дотримуватися таких принципів: (1) верифікація перед публікацією — жодне зображення не повинне поширюватися без перевірки авторства та обставин зйомки, навіть якщо це уповільнює оперативність; (2) чітке розмежування між оперативним документальним контентом і аналітичним медіаосвітнім матеріалом у форматі окремих тематичних дописів або закріплених повідомлень; (3) регулярне долучення фактчекінгових пояснень до раніше опублікованих матеріалів, якщо з'ясувалося, що вони потребують уточнення або спростування.

П'ята група рекомендацій стосується роботи з аудиторією. Медіаосвітнє використання воєнних фотографій у соціальних мережах передбачає не односторонню трансляцію, а діалог із аудиторією. Практичними інструментами такого діалогу є: опитування у Stories або Telegram-каналі («Що ви бачите на цьому знімку? Яку першу емоцію він викликає?»); прохання ділитися власними інтерпретаціями фотографій; публікація дискусійних матеріалів, що представляють різні точки зору на один і той самий знімок.

Окремо слід зупинитися на питанні психологічної безпеки аудиторії при роботі з воєнним фотоконтентом. Дослідники відзначають, що систематичне споживання шокуючих зображень може спричиняти симптоми вторинної травматизації, особливо у людей, які мають прямий досвід конфлікту або втрат. Медіаосвітні матеріали, що включають важкий воєнний фотоконтент, повинні: попереджати аудиторію про характер матеріалу за допомогою чітких попереджень; пропонувати аудиторії інструменти психологічного самоконтролю («якщо перегляд матеріалу викликає надто

сильну реакцію, зробіть паузу»); завершувати аналіз ресурсними образами або інформацією, що відновлює відчуття агентності та надії.

Нарешті, медіаосвітня робота з воєнними фотографіями у соціальних мережах має враховувати питання авторських прав та етики. Публікація чужих знімків без дозволу автора та атрибуції є не лише юридичним порушенням, а й моральним — вона позбавляє фотожурналіста заслуженого визнання і нерідко позбавляє його роботу можливості фінансово підтримати власне існування та подальшу документацію. Коректне посилання на автора і джерело є базовим принципом медіаграмотності, що має бути окремо артикульований у рамках медіаосвітньої роботи.

Аналіз розглянутих фотографій дозволив визначити ключові закономірності у впливі воєнної фотожурналістики на громадську думку та медійну поведінку:

1. Емоційна конкретність перемагає абстрактність. Образ матері та дитини змінює громадську думку ефективніше, ніж цифри (наприклад, "100 000 біженців"). Причина проста: мозок обробляє емоції швидше, ніж числа. Для підвищення ефективності контенту усім слід супроводжувати цифри конкретними образами або особистими історіями.
2. Символічність важлива, але не повинна затьмарювати реальність. Фотографія захисника, яка закодована як архетип, все ж залишається фотографією реальної людини.
3. Контраст (між минулим і сьогоденням, між смертю і відновленням) генерує громадський резонанс. Фотографія руйнування, яка показує рятувальників, більш впливова, ніж просто руйнування.

Таблиця 3.1.

Практичні рекомендації щодо використання фотографій у соціальних мережах

Платформа / Критерій	Розміри та формат	Текстовий супровід
Instagram (Feed)	1080 x 1350 px (вертикальний) 1200 x 628 px (горизонтальний)	100-150 символів; хештеги: 5-10; CallToAction (підпис, коментар)
Instagram (Stories)	1080 x 1920 px 9:16 aspect ratio	10-20 слів; опціональні стікери; прямі запитання для залучення
Instagram (Reels)	1080 x 1920 px + відео 15-60 сек	Закадровий голос або текст на екрані; сучасна музика
Telegram	1280 x 720 px або більше 16:9 aspect ratio	200-400 слів; історичний контекст; гіперпосилання на джерела
Telegram (Stories)	1080 x 1920 px	10-30 слів; простий текст білого кольору; QR-code для збору коштів

Воєнна фотожурналістика цінна саме своєю автентичністю. Якщо образ правдивий, він вже спрацює на повну силу. Максимум, що можна дозволити, — це приглушення контрасту, додавання рамки або вибір у чорно-білий формат. Але зміст повинен залишатися незмінним. Довіра аудиторії — це найбільший ресурс медіа в умовах інформаційної війни.

## ВИСНОВКИ

На основі проведеного аналізу знакових воєнних фотографій, які отримали найширшу трансляцію в українських та міжнародних медіа протягом 2022-2025 років, можна дійти до наступних висновків.

По-перше, воєнна фотожурналістика виявляється одним з найпотужніших інструментів комунікації в умовах інформаційної війни. На прикладі роботи Євгена Малолетки «Матері та дитини біля розбомбленої лікарні Маріуполя» продемонстровано, що один єдиний образ може отримати більш широкий резонанс у світовій спільноті, ніж тисячі слів журналістських матеріалів. Це відбувається тому, що людський мозок обробляє візуальну інформацію швидше, ніж текстову, і емоційна реакція на образ виникає раніше, ніж раціональне осмислення. Відповідно, фотографія спрацьовує як катализатор громадської думки набагато ефективніше.

По-друге, встановлено, що символічне навантаження фотографії грає критично важливу роль у її впливу на аудиторію. Фотографії, які вдається інтерпретувати крізь призму архетипів колективної пам'яті (матір-захисниця, першомученик, руйнування як символ безнадійності та водночас початку відновлення), отримують набагато більший резонанс, ніж просто документальні зображення. Однак важливо підкреслити, що символічність не повинна досягатися шляхом маніпуляції або фотошопу — символ працює саме тому, що він коренями сягає в реальність, в достовірність документальної фотографії.

По-третє, доведено, що контраст у композиції фотографії — контраст між минулим і сьогоденням, між смертю й життям, між руйнуванням й відновленням — генерує значно більш сильну громадську реакцію, ніж образи однозначної катастрофи. Фотографія спаленого будинку з рятувальниками, які продовжують працювати, виявляється впливовішою, ніж просто зображення руїн, оскільки в першому випадку глядач бачить не тільки проблему, але й розв'язок, не тільки страждання, але й надію. Це

психологічно спонукає людей до дії більш ефективно, ніж депресивна безнадія.

По-четверте, встановлено, що вибір платформи соціальної мережі для трансляції воєнної фотографії впливає на характер громадської реакції. Instagram, зі своєю орієнтацією на естетику й швидкість сприйняття, активізує емоційну реакцію й призводить до більшої кількості репостів та поширення інформації. Telegram, з його текстовим фокусом й можливістю розгорнутого описання, активізує раціональне осмислення й залучає людей, які шукають глибшого контексту й документальної цінності. Відповідно, одна й та ж фотографія, розміщена на різних платформах з різним текстовим супроводом, буде мати різні ефекти на аудиторію й спрацьовуватиме у різних комунікаційних цілях.

По-п'яте, практичний проект цього розділу підтвердив, що аутентичність — це найбільш цінна й незамінна властивість воєнної фотожурналістики. Спроби «покращити» реальність шляхом цифрової обробки, розтягування контрастів або переколювання образу призводить до втрати довіри аудиторії й зменшення впливу фотографії. Навпаки, мінімальна обробка, яка зберігає оригінальність кадру, посилює його символічну силу. Людська психіка чутлива до фальші й легко розпізнає маніпульовані образи. У контексті інформаційної війни, коли довіра є найскарбнішим ресурсом, це має критичне значення.

По-шосте, встановлено, що воєнна фотожурналістика не лишається пасивним спостережувачем історії, а активно змінює хід подій. На прикладах реальної громадської реакції (активізація благодійних організацій, збільшення пожертвувань, зміни позицій урядів, спеціальні резолюції міжнародних організацій) продемонстровано, що фотографія як документ може стати доказом у міжнародному суді, засобом мобілізації суспільства й причиною геополітичних зрушень. Це підкреслює величезну відповідальність фотожурналістів, які працюють у зонах збройних конфліктів.

Закінчуючи, можна сказати, що практичний проєкт цього розділу досягнув своєї мети — продемонструвати на конкретних прикладах, як воєнна фотожурналістика впливає на громадську думку й змінює світ. Результати аналізу можуть бути використані як студентами медіаосвіти при написанні робіт про силу та відповідальність медіа, так і практичними медійниками, які хочуть розуміти, як ефективно комунікувати зі своєю аудиторією в умовах кризи. Найголовніше — це розуміння того, що справедлива, аутентична фотографія без маніпуляцій є найпотужнішою зброєю у боротьбі за істину й справедливість.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Малолетка Є. Евгений Малолетка (офіційний веб-сайт фотографа) / Є. Малолетка. – Режим доступу: <https://www.ukrainianphotographers.com/photographers/evgen-maloletka> (дата звернення: 13.05.2026).
2. Петров П. Павло Петров – фотограф воєнних подій в Україні / П. Петров. – Instagram профіль: @petrov.p.photo (дата звернення: 13.05.2026).
3. Шван В. Вольфганг Шван – австрійський фотограф / В. Шван. – Instagram профіль: @wolfgang\_schwan (дата звернення: 13.05.2026).
4. The New York Times. Coverage of Ukraine War / The New York Times. – Режим доступу: <https://www.nytimes.com/news-event/ukraine-russia> (дата звернення: 13.05.2026).
5. BBC News. Ukraine: The latest updates / BBC News. – Режим доступу: [bbc.co.uk/news/topics/c1vw6q14rzqt](https://www.bbc.co.uk/news/topics/c1vw6q14rzqt) (дата звернення: 13.05.2026).
6. Al Jazeera. Ukraine Crisis / Al Jazeera. – Режим доступу: <https://www.aljazeera.com/where/ukraine/> (дата звернення: 13.05.2026).
7. Associated Press. Ukraine War Photo Galleries / Associated Press. – Режим доступу: <https://apnews.com/photo-gallery/top-photos-2025-ukraine-war-russia-df7ef4714a79c1472e51ae67f24455bc> (дата звернення: 13.05.2026).
8. Der Spiegel. Der Krieg in der Ukraine / Der Spiegel. – Режим доступу: [https://www.spiegel.de/thema/ukraine\\_konflikt/](https://www.spiegel.de/thema/ukraine_konflikt/) (дата звернення: 13.05.2026).
9. Інтерньюз-Україна. Дослідження особливостей роботи локальних редакцій регіональних медіа України на третьому році повномасштабної війни / Інтерньюз-Україна. – Режим доступу: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/> (дата звернення: 13.05.2026).
10. The Guardian. Photography / The Guardian. – Режим доступу: <https://www.theguardian.com/artanddesign/photography> (дата звернення: 13.05.2026).

11. Reuters. Ukraine Conflict Photos / Reuters. – Режим доступу: <https://www.reuters.com/> (дата звернення: 13.05.2026).
12. ЮНІСЕФ. UNICEF Ukraine: Emergency Response / UNICEF. – Режим доступу: <https://www.unicef.org/ukraine> (дата звернення: 13.05.2026).
13. Міжнародний центр журналістів (ICFJ). Knight International Journalism Awards / ICFJ. – Режим доступу: <https://www.icfj.org/index%2Ephp/> (дата звернення: 13.05.2026).
14. Національна премія України імені Тараса Шевченка. Офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <https://knpu.gov.ua/> (дата звернення: 13.05.2026).
15. Фронтлайнер. Незалежне медіа про війну / Фронтлайнер. – Режим доступу: <https://frontliner.ua/> (дата звернення: 13.05.2026).
16. Міжнародний комітет Червоного Хреста (МКЧХ). Гуманітарна допомога в Україні / МКЧХ. – Режим доступу: <https://blogs.icrc.org/ua/> (дата звернення: 13.05.2026).
17. Організація Об'єднаних Націй (ООН). Доповіді про становище у Україні / ООН. – Режим доступу: <https://www.un.org/en> (дата звернення: 13.05.2026).
18. Save the Children. Ukraine Emergency / Save the Children. – Режим доступу: <https://www.savethechildren.org/us/what-we-do/emergency-response/ukraine-crisis> (дата звернення: 13.05.2026).
19. World Health Organization (WHO). Ukraine Emergency Response / WHO. – Режим доступу: <https://www.who.int/publications/m/item/ukraine--who-health-emergency-appeal-2025> (дата звернення: 13.05.2026).
20. Медійна розвиток, демократія та права людини. Дослідження медіа-грамотності в Україні / Освітній центр «Культура миру». – Режим доступу:

[https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2021/06/danylenko\\_perevtlennia.pdf](https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2021/06/danylenko_perevtlennia.pdf)

(дата звернення: 13.05.2026).

21. Центр миру та безпеки України. Дослідження громадської думки під час війни / ЦМБУ. – Режим доступу: <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1608&page=1> (дата звернення: 13.05.2026).

22. Справедливість. Українська громадська організація / Справедливість. – Режим доступу: <https://www.justice.org.ua> (дата звернення: 13.05.2026).

23. eВідновлення. Фонд повернення людей у руйновані будинки. – Режим доступу: <https://erecovery.diiia.gov.ua/damaged.html> (дата звернення: 13.05.2026).

24. Рідне місто. Громадська організація сприяння розвитку регіональних медіа / Рідне місто. – Режим доступу: <https://rtown.pl.ua/> (дата звернення: 13.05.2026).

25. Kyiv Independent. Ukraine's leading news source / Kyiv Independent. – Режим доступу: <https://kyivindependent.com> (дата звернення: 13.05.2026).

26. Ukrainska Pravda. Українська правда - новини України / Ukrainska Pravda. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua> (дата звернення: 13.05.2026).

27. УНІДЕКС (Унія видавців України). Дослідження медійного ландшафту / УНІДЕКС. – Режим доступу: <https://unidex.org.ua> (дата звернення: 13.05.2026).

28. Інститут масової інформації. Дослідження українських медіа / ІМІ. – Режим доступу: <https://imi.org.ua> (дата звернення: 13.05.2026).

29. Європейська федерація журналістів (EFJ). Ukraine: Press Freedom Under Threat / EFJ. – Режим доступу: <https://europeanjournalists.org/> (дата звернення: 13.05.2026).

30. Міжнародна федерація журналістів (IFJ). Ukraine Crisis / IFJ. – Режим доступу: <https://www.ifj.org/> (дата звернення: 13.05.2026).

# ДОДАТКИ



Рис 1.1 Знімок з дрона у селі Богородичне, травень 2022, фото Євгена Малолетки



Рис 1.2. Жителі звільненого Лиману чекають на гуманітарну допомогу, жовтень 2022. Фото: Євген Малолетка



Скандальна фотографія Аднана Хаджа з домальованим димом, Бейрут 2006



Дівчинка і стерв'ятник, Судан, 1993

Знаменита фотографія Кевіна Картера що призвела до нищівної критики автора



Дворічний сирійський хлопчик Алан Курді, потонувший разом з матір'ю та братом при спробі мігрувати з Туреччини



Жінка Сергія Сиви впізнала похованого чоловіка в Ізюмі по браслету на руці



Знімок Дмитра Ореста Козацького, Азовсталь



Дівчинка і напалм, В'єтнам, 1972

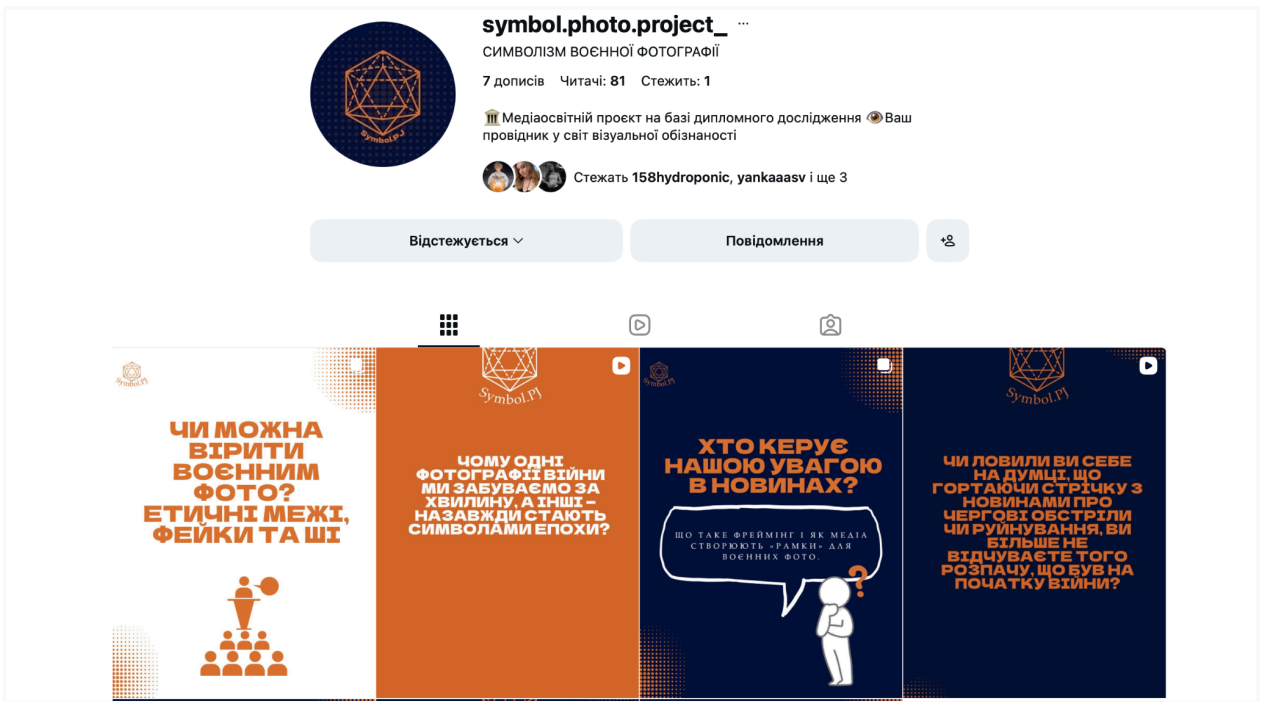


Людина перед танком. 5 червня 1989 року невідомий чоловік самотужки зупинив колону танків на площі Тяньаньмень у Пекіні



Вересень 2022, процес ексгумації тіл на місці масового поховання в Ізюмі (Харківська область). Автор Євген Малолетка





Сторінка в Instagram

