

Юлія Баженова,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,

Львівський національний університет імені Івана Франка

Науковий керівник –

кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри української преси

Львівського національного університету імені Івана Франка

Галина Яценко

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВТОМИ ВІД ВІЙНИ НА СУЧАСНЕ МЕДІАСЕРЕДОВИЩЕ

Аби залишатися на пульсі подій, в диджиталізовану епоху достатньо мати доступ до інтернету. До цифровізації медіа журналістський стандарт оперативності неможливо було втілити повною мірою – новину не могли надрукувати й видати миттєво, одразу ж після того, як про неї стало відомо. Відколи аналоги друкованих медіа почали з'являтися в Інтернеті, журналістам стало легше дотримуватися оперативності та актуальності.

Щойно відбувається подія – інформація про неї з'являється в стрічці новин на сайтах медіа. Журналісти стежать за оновленнями, подають їх у максимально короткі терміни. Живучи в Україні під час повномасштабної війни, яку розпочала росія проти нашої держави, українець не може дозволити собі випасти з інформаційного простору. Через перенасичення великою кількістю новин суспільство вигорає, починає відчувати апатію – можемо простежити зміни настроїв українського населення від 24 лютого 2022 року дотепер.

Українці найчастіше споживають новини з соціальних мереж – близько 73 % опитаних [2]. Це свідчить про те, що популярністю користується стислий стиль подання матеріалів, по які не потрібно заходити на окремий сайт – достатньо погортати стрічку оновлень в інстаграм або канали в месенджерах. В інтернеті без урахування соцмереж, тобто на сайтах медіа, новини читають близько 60 % українців [2]. Перебувати в українському інформаційному просторі й водночас уникати новин про російську агресію неможливо, бо навіть шукаючи розважальний контент, користувач обов'язково натрапить на інформацію про перебіг війни. Втомлюються від новин й іноземці – 39 % опитаних з 47 країн сказали, що уникають новин, вважаючи їх депресивними, жорстокими чи нудними [6]. Ця втома послаблює комунікацію між українськими журналістами та громадянами

інших країн, через що погіршується поінформованість світу про війну в Україні. На відміну від іноземців, ми уникати інформації про війну не можемо: навіть якщо перестанемо читати медіа, все одно продовжимо перебувати в контексті.

Виснажуються від новин не лише ті, хто їх читає, а й ті, хто пише – у 2024 році 58,3 % опитаних працівників медіа відчують постійну втому, 43,3 % мають проблеми з концентрацією, 28,5 % з них відчують, що не мають права на відпочинок [4]. Від лютого 2022 року українська журналістика зазнала змін, перейшовши на стандарти воєнного часу. Медіа зіткнулися з викликами: наприклад, проблемою стало зменшення кількості кадрів. У серпні 2023 року 27 % медійників переїхали до інших областей або за кордон. Частина журналістів приєдналися до лав ЗСУ. Через економічні проблеми медіа нерідко змушені були припинити роботу; у журналістів стало більше завдань, проте заробітні плати не зросли. Сайти потерпають від російських атак – станом на листопад 2024 року росія скоїла 664 злочини проти українських медіа [3].

Проте, незважаючи на проблеми, український медіапростір гідно приймає виклики. У 2023 році кількість прозорих медіа становила 68 % – їх стало значно більше від 2022 року. Тоді ІМІ назвав прозорими лише 38 % українських онлайн медіа [5]. Сучасний інформаційний простір в інтернеті містить військову та політичну аналітику: всі 13 медіа з Білого списку ІМІ за друге півріччя 2024 року публікують аналітичні статті на відповідні теми. 11 з цих медіа мають окрему рубрику про війну чи політику [1]. Публікація такого контенту сприяє підвищенню рівня обізнаності громадян про внутрішню та зовнішню політику України, про події на міжнародній арені.

Під час війни українці борються за життя, тож часу на перепочинок немає. Військові не мають можливості поставити бойові дії на павзу та дати організмові перепочити, волонтери не можуть розслабитись і перестати збирати кошти для армії, медійники не можуть перестати інформувати світ про перебіг подій на фронті та серед цивільного населення. Якщо почати ігнорувати новини, події, про які в них ідеться, не перестануть відбуватися. Створювати собі інформаційний вакуум – не варіант, від незнання ситуації тривожність стане лише сильнішою. То як зменшити інформаційну втому, спричинену новинами про війну росії проти України?

Для споживачів: обирати декілька медіа, яким вони довіряють, замість того, щоб читати звідусіль потроху. Споживати новини не в соціальних мережах, а на сайтах – так легше налаштуватися на інформацію, бо тоді читач сприйматиме її дозовано замість того, щоб весь час бачити, як вона

ковзає повз нього фоном у месенджерах. Наприкінці тижня читати або дивитися дайджести новин за тиждень – у тижневих випусках зазвичай об'єднують найважливіше.

Для медійників: перевіряти джерела, подавати інформацію збалансовано, аби в суспільства не виникало настроїв, що виходу немає. Ми не можемо зменшити кількість новин про загиблих та постраждалих – важливо писати про кожну втрату, не замовчувати трагедії. Досягти балансу можна шляхом конструктивної журналістики – висвітлювати в медіа історії з хорошим кінцем, застосовуючи сторителінг. Під час війни українці часто переживають схожий досвід. Важливо показувати історії сильних людей, які впоралися, коли здавалося, що життя закінчилось. Це й документація російських злочинів, і водночас приклад та підтримка для тих, хто у відчай.

Інформаційна втома від новин триватиме як мінімум до закінчення війни – уникнути її не вдасться ні медійникам, ні тим, хто споживає контент. Та дотримуючись стандартів журналістики, публікуючи аналітичні матеріали й транслюючи позитивні досвіди українців, журналісти об'єднують суспільство, даючи йому надію.

Список використаної літератури

1. Білий список ІМІ за друге півріччя 2024 року: увійшли 13 медіа. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/bilyj-spysok-imi-za-drughe-pivrichchya-2024-roku-uvishly-13-media-i64640> (дата звернення 07.04.2025).
2. Дослідження. Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни. URL: <https://www.oporaua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretyy-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-25292>. (дата звернення 07.04.2025).
3. Тисяча днів повномасштабної війни: як українські медіа вистояли під час російської військової агресії. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/1000-dniv-povnomasshtabnoyi-vijny-yak-ukrayinski-media-vystoyaly-pid-chas-rosijskoyi-vijskovoyi-i64963> (дата звернення 07.04.2025).
4. Тренди психологічного стану медійників у 2024 році – втома та адаптація. Річне опитування ІМІ. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/trendy-psyhologichnogo-stanu-medijnykiv-u-2024-rotsi-vtoma-ta-adaptatsiya-richne-opytuvannya-imi-i66064> (дата звернення 07.04.2025).
5. Українські медіа та війна. Підсумки моніторинів ІМІ 2023 року. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/-i58282> (дата звернення 07.04.2025).
6. More people turning away from news, report says. URL: <https://www.bbc.com/news/articles/cj7799jv74vo> (дата звернення 07.04.2025).