

маловідомі аспекти історії, культури та сучасного життя провінційних регіонів України, включаючи історії людей, які живуть у віддалених місцевостях, унікальні традиції та звичаї, архітектурні пам'ятки тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Буяшенко В. Національна самосвідомість українців: проблема самоідентифікації. Збірник наукових праць Науково-дослідного інституту українознавства. 2005. №1. С. 144-151.

2. Мина Ж., Пелешишин М. Інтернет-ресурси історії України в глобальній комп'ютерній мережі: інформаційне наповнення. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Держава та армія. 2014. № 809. С. 104-109.

*Мар'яна Чорна, здобувачка першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти
Вінницького державного педагогічного
університету імені Михайла
Коцюбинського
Науковий керівник – кандидат
філологічних наук, доцент кафедри
журналістики, реклами та зв'язків з
громадськістю Вінницького державного
педагогічного університету імені
Михайла Коцюбинського **Тетяна Цепкало***

СПЕЦИФІКА ЗОБРАЖЕННЯ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ ЗСУ В ОНЛАЙН-ЗМІ «THE VILLAGE УКРАЇНА»

У статті розглядаються особливості зображення військовослужбовців Збройних Сил України в інтернет-медіа «The Village Україна». Звертається увага на походження позивних імен військових та специфіку їх вживання. Аналізується образ українського захисника як секс-символу. Вивчається явище капеланства в інформаційних матеріалах онлайн-ЗМІ.

Ключові слова: військовослужбовець, ЗСУ, онлайн-медіа, інтернет-ЗМІ, інтернет-газета.

Ефективна презентація образу військовослужбовця ЗСУ в інтернет-медіа вимагає не лише розповіді про його вчинки, а й передачі характеристик особи. Це допомагає читачам чи глядачам краще зрозуміти та відчувати глибину і значущість героїчних вчинків. Для цього важливо використовувати різноманітні журналістські прийоми, такі як інтерв'ю, портрети, розповіді колег чи родини героя, аналіз його мотивацій та цінностей. Медіа можуть використовувати свої унікальні інструменти, такі як відеорепортажі, фоторепортажі та спеціальні проекти, щоб відтворити повний образ героя та підкреслити його героїчний дух і внесок у суспільство. В. Каленич зауважує: «За останні роки медіаформати і технології зазнали глибокої трансформації в глобальному інформаційному просторі. Поява нових цифрових платформ, популярність соціальних мереж, розвиток ігрової, імерсивної та data-журналістики – усі ці інновації впливають на поширення інформації, способи комунікації та формування трендів у медіасфері України та світу» [2, с. 214].

«The Village Україна – міська інтернет-газета: все про культурне і громадське життя, сервіс, розваги, їжу та людей у Києві. Наша мета – виробляти контент, який допомагатиме покращувати життя у місті» [4]. Серед рубрик цього інтернет-медіа такі: «Новини», «Місто», «Бізнес», «Їжа», «Стиль», «Культура», «Знання», «Діти», «Подкасти», «Donate».

Візуальний контент в онлайн-медіа відіграє значущу роль для формування іміджу українського військового. Зокрема, у матеріалі сайту «The Village Україна» від 28 грудня 2022 року подано світлини, на котрих зображено різні аспекти російсько-української війни, де головними героями є військовослужбовці ЗСУ. Ця публікація має назву «Фото Дмитра Козацького й харківського фотографа Сергія Бобока ввійшли до світлин року The Guardian», авторка допису – Вікторія Кудряшова. Тут користувачі можуть ознайомитися із щемливими фотографіями, зробленими за день перед тим, як військовослужбовці полку «Азов» отримали наказ вийти з «Азовсталі», світлину весілля волонтерів та працівників сфери охорони здоров'я Анастасії

Грачової й Антон Соколова на станції зруйнованого харківського метро та ін. (<https://www.village.com.ua/village/culture/culture-news/334517-foto-dmitra-kozatskogo-ta-harkivskogo-fotografa-sergiya-boboka-uviyshli-do-foto-roku-the-guardian>). Останнє фото потрапило у рейтинг найкращих фото для AFP.

Звернемо увагу, що в аналізованому дописі вказується позивний Дмитра Козацького – «Орест». Військові позивні стали важливою складовою у висвітленні військових подій та конфліктів у ЗМІ. Використання таких термінів, як «позивний», «позивне ім'я», «бойовий або військовий псевдонім» свідчить про те, що журналісти активно використовують ці позивні для ідентифікації військовослужбовців у своїх матеріалах. Це може бути пов'язано з прагненням до точності та об'єктивності у подачі інформації, а також бажанням надати читачам чітке уявлення про сторони конфлікту або військових подій.

Щодо позивних імен українських військових Н. Шульська зауважує, що ними «ними можуть бути спеціальні слова, звукові чи цифрові поєднання. Ці імена зазвичай привласнюють посадовим особам, органам управління, вузлам, станціям зв'язку з метою швидкого пізнання в процесі переговорної комунікації. Друга мета послугування такими неофіційними назвами – збереження в таємниці дійсних імен та прізвищ військових із певною професійною ціллю та задля особистої безпеки. Зрозуміло, що під час воєнних операцій учасники повинні чітко координувати дії і тримати зв'язок між собою. Зазвичай для цього використовують радіозв'язок. Саме тому, аби залишатися анонімними, військові називають один одного бойовими позивними. Також неофіційні антропоніми дають для того, аби не витратити час при звертанні до людей з однаковим іменем чи прізвищем» [5].

Історія військового псевдоніма зустрічається і в онлайн-медіа «The Village Україна». Наприклад, інтерв'ю з воїном, проведене Сержом Хуцану 20 жовтня 2023, що набрало 9755 переглядів за пів року, що має назву «Він тут до кінця війни або до Вальгалли. Історія фарерця, який воює в Інтернаціональному легіоні. Бйорн Каллсой із Фарерських островів воює за свободу України. Ми розпитали його, чому». Іноземець, який воює за Україну в лавах ЗСУ, має

позивний Вікінг. Ось як Бйорн Каллсой сам коментує історію створення свого бойового імені: «Ну, по-перше, не я обирав собі позивний, мені його дали. Я волів би називатися Титом Пуллоном [римський центуріон, згаданий в особистих записах Юлія Цезаря, – ред.], якщо чесно, [сміється] але ж я з Фарерських островів, а ми, фарерці, – нащадки вікінгів. Ми говоримо старою мовою вікінгів. До речі, я вчора був в одному музеї, де дізнався, що вікінги називали Київ – Kongsriki av veggir. Що в перекладі означає – «Королівство стін». Вікінги дуже поважали цю землю» (<https://www.village.com.ua/village/city/war/344495-vin-tut-do-kintsya-viyni-abo-do-valgalli-istoriya-farertsya-yakiy-voyue-v-internatsionalnomu-legioni>).

Онлайн-ЗМІ «The Village Україна» показує різноманітні аспекти, пов'язані з образом військовослужбовця ЗСУ. Одним із таких аспектів є творчописи людей, які служать у війську. Наприклад, цікавою є публікація від 17 квітня 2023 року «“Голос війни”: читайте 5 текстів, які написали українські ветерани. Тексти ветеранів ЗСУ з онлайн-школи публіцистики», що за рік набрав 3930 переглядів. Тут подано твори військових, які пройшли навчання у двомісячному курсі від одних із найвідоміших сучасних українських письменників-класиків, таких як: Ю. Андрухович, О. Забужко, К. Бабкіна, Р. Мельників, Л. Дереш та ін. (<https://www.village.com.ua/village/city/war/338097-golos-viyni-5-tekstiv-yaki-napisali-ukrayinski-viyskovi>). Тут читач може ознайомитися, наприклад, із цікавим оповіданням «Перший бій» Олександра Будька (позивний Терен), 26-річного мінометника, командир взводу вогневої підтримки, в минулому спортсмен, графічний дизайнер, шеф-бариста, який отримав бойове поранення та має ампутовані ноги нижче колін. Цей та інші твори від самих військовослужбовців дозволяє звичайним людям побачити і відчувати війну крізь призму їхнього світогляду, їх почуттів, страхів та подвигів.

Ще одним аспектом висвітлення образу військовослужбовця ЗСУ є те, що в онлайн-медіа «The Village Україна» розповідається про таке явище, як капеланство. Л. Владиченко вважає це явище надзвичайно важливим: «Необхідність наявності та функціонування інституту військового капеланства

обумовлюється тим, що внутрішнє життя військовослужбовців є чітко регламентованим та не передбачає багато часу на задоволення духовних потреб» [1, с. 289].

Інтернет-медіа «The Village Україна» 21 лютого 2023 року публікує матеріал Ірини Виговської «Я військовий капелан, який працює на фронті. Як стати військовим священником і що думає церква про вбивство під час війни», що позначається хеш-тегом «Власний досвід». Матеріал за рік і два місяці (станом на 9 квітня 2024 року) переглянуло 5602 користувачі. (<https://www.village.com.ua/village/city/city-experience/336277-ya-viyskoviy-kapelan-yakiy-pratsyue-na-fronti>). Зазначена інформація відображає сучасний стан капеланської служби у Збройних Силах України, де капелани різних релігійних конфесій надають духовну підтримку військовослужбовцям та їх родинам. Про себе в аналізованому матеріалі розповідає 28-річний військовий капелан артилерійського дивізіону, священник Православної церкви України отець Ігор Ковалик. Реципієнт дізнається про його довоєнне життя, опікування двома парафіями, викладання християнської етики тощо. Важливо, що ця стаття доповнена інформацією, як стати капеланом, що стане в нагоді багатьом зацікавленим у цьому особам. А також розглядаються такі важливі питання: чи може капелан душпастирствувати ворога, на кого переходить гріх за вбивство росіян та ін.

В онлайн-виданні «The Village Україна» можна зустріти й абсолютно протилежний аспект висвітлення образу військовослужбовця ЗСУ, а саме – як секс-символу. Вживання терміну «секс-символ» у контексті військового може варіюватися залежно від ситуації і перспективи. Т. Кравець зазначає, що «стереотипи привабливої зовнішності чоловіка в українському мас-медійному дискурсі конструюються головним чином навколо фізіологічних якостей (береться до уваги міцна статура, наявність фізичної сили, високий зріст), традиційних гендерних ролей та репродуктивно-біологічних функцій» [3, с. 223].

У багатьох випадках ЗМІ можуть активно використовувати певні теми або образи, такі як українські військові як «секс-символи», не тільки як відповідь на запит аудиторії, але й як спосіб привернення уваги та створення контенту, який викликає емоції та обговорення. Це може бути частиною стратегії медіа для збільшення читацької або глядацької аудиторії, підвищення рейтингів або привернення рекламодавців. Так, в інтернет-медіа «The Village Україна» в публікації Олексія Морозова від 4 жовтня 2022 року «Адвокат і військовий Масі Найєм став обличчям лінійки чоловічих костюмів Indposhiv Casual» використовується образ пораненого бійця, який втратив одне око (<https://www.village.com.ua/village/service-shopping/style-news/331283-advokat-i-viyskoviy-masi-nayem-stav-oblichchiam-liniyki-cholovichih-kostyumiv-indposhiv-casual>). Такий підхід може бути ефективним у короткостроковій перспективі, адже він може сприяти збільшенню переглядів або читань матеріалів. Проте важливо враховувати етичні аспекти та потенційні наслідки використання подібних стратегій, зокрема, можливість підкріплення стереотипів, сприяння об'єктифікації людей та вплив на сприйняття справжньої ситуації війни та учасників конфлікту.

Отже, в інтернет-ЗМІ «The Village Україна» образ військовослужбовця Збройних Сил України висвітлюється з різних аспектів, що може включати героїзм, мужність, капеланство, стереотипізацію як секс-символу, а також розглядаються питання бойових імен українських воїнів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Владиченко Л. Україна та Польща: компаративний аналіз відносин між державними і релігійними інституціями : монографія. Канів : Родень, 2014. 367 с.
2. Каленич В. Імерсивні технології журналістики в українському та світовому медіапросторі. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2024. Випуск 54-55. С. 212-221.

3. Кравець Т. Стереотипи зовнішності чоловіка в українській мовній картині світу: гендерний фактор (на матеріалі мас-медійних текстів). Мова і культура. 2013. Вип. 16. Т. 6. С. 221-228.
4. Про сайт «The Village Україна». URL : <https://www.village.com.ua/pages/about>. (дата звернення : 03.04.2024 р.).
5. Шульська Н. Позивні імена українських військових в антропонімній системі мови (на прикладі матеріалів ЗМІ). URL : http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/28289/1/10_shylska.pdf. (дата звернення : 05.04.2024 р.).

*Ангеліна Ключка, Юлія Полов'юк,
здобувачі першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти факультету філології
та журналістики Тернопільського
національного педагогічного
університету
імені Володимира Гнатюка.
Науковий керівник кандидат наук із
соціальних комунікацій, доцент кафедри
журналістики Тернопільського
національного педагогічного
університету імені Володимира Гнатюка
Синоруб Г. П.*

ВПЛИВ АЛГОРИТМІВ «ТІКТОК» НА ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

У публікації розглянуто особливості аудиторії TikTok, специфіку контенту та його популяризацію в мережі, з'ясовано можливості використання інформаційної платформи та алгоритм просування новинного контенту.

***Ключові слова:** контент, TikTok, інформаційний простір, медіа, соціальна мережа, алгоритм.*

У сучасному інформаційному просторі соціальні мережі стали майданчиком для спілкування, розваг, створення та поширення контенту. За результатами дослідження медіаспоживання українців у 2023 році, проведеного на замовлення Громадянської мережі «Опора», у рейтингу найпопулярніших