

трансформації українського медіаполя. Щодо українського радіо і телебачення, тут культурний контент традиційно поступався й поступається політичному чи економічному.

Парадоксально, проте актуалізації культурної проблематики в медійному просторі, зростанню запиту на неї, виходу з тіні завжди більш затребуваних суспільних тем сприяли безпрецедентні виклики, що постали перед Україною внаслідок війни. Вони спричинили, з одного боку, посилений інтерес українців до своєї культури — її історії та сучасних мистецьких здобутків, а з іншого — справжній сплеск в українському кінематографі, театрі, літературі, малярстві та в інших культурних індустріях.

Уже восени 2023 р. Український культурний фонд презентував суспільству створену спільно з партнерами платформу для підтримки української культури під час війни «Культурний простір», а головно — план розвитку на 2024–2027 рр., у якому стратегічною візією визнано «культуру та креативність для перемоги та відновлення, ціннісного об'єднання українців та цілісного розвитку спільнот».

На початку великої війни не лише культурні інституції, а й чимало культурних медіа з досвідом виявили неабияку резильєнтність і невдовзі змогли відновити свою діяльність. Ба більше — у вельми складних для українського медійного простору обставинах постало кілька нових медіапроектів, як-от: «*Сенсор*», «*Post Impreza*», «*Штука.Медіа*». В інтерв'ю «Детектор медіа» головна редакторка «молодого» медіа «*Сенсор*» Анастасія Євдокимова слушно зауважила, що «зараз найгірший час для створення медіа про культуру, але водночас зрозуміло, що кращих часів у найближче десятиліття не буде».

Тож, попри вельми несприятливу кон'юнктуру (проблеми з фінансуванням і браком людського ресурсом культурна журналістика переживала й до війни, проте нині вони загострилися як ніколи); на обмеження через військові дії географії матеріалів, в умовах реальної загрози здоров'ю та навіть життю, сильного психологічного тиску редакції культурних медіа не припиняють постійну комунікацію із суспільством, виконуючи свою місію і стверджуючи самим лише фактом існування, що культура на часі. Прикметно, що саме під такою назвою на «Суспільному. Культура» виходить телевізійний інформаційно-аналітичний проєкт, який щоденно говорить про новини культури в Україні під час повномасштабної війни, про процеси в культурній та креативній індустріях, а також результати української культурної дипломатії в часи невизначеності.

В. Маркова

МЕДІАПРОЄКТИ ДЛЯ УКРАЇНЦІВ У СЛОВАЧЧИНІ

V. Markova

MEDIA PROJECTS FOR UKRAINIANS IN SLOVAKIA

До початку воєнних дій в Україні на території Словаччини українці були автохтонною частиною населення країни, яке компактно проживало в близько 300 селах навколо міста Пряшів. Станом на 1 січня 2021 р. їх налічувалося близько 9,5 тисяч, що становило менш ніж 0,2 % від загальної кількості населення. Інформаційні потреби української національної меншості задовольняли засновані ще в 50-ті рр. XX ст. наступні друковані ЗМІ: газета «Нове життя» (1951 р.) — орган

Союзу русинів-українців СР (СРУСР); «Дукля» (1953 р.) — літературно-мистецький та публіцистичний журнал, що видається органом Спілки українських письменників Словаччини; «Веселка» (1951 р.) — дитячий журнал.

З початком воєнних дій на території України кількість українців на території Словаччини суттєво збільшилися, насамперед за рахунок біженців. Станом на кінець 2023 р. статус тимчасового захисту в Словаччині отримало 400 тис. українців. Нині українці стали другою за чисельністю національною меншістю Словаччини після угорців. З огляду на зазначені події виник суспільний запит на суттєве збільшення інформаційної присутності України й українців у медійному полі Словаччини. Головними новинними приводами щодо України в словацьких медіа стали воєнні дії, про які говорять щодня, та економічні взаємовідносини між двома сусідніми країнами. Що стосується українців у Словаччині, то це є, насамперед, питанням гуманітарної допомоги українським біженцям, різноманітні акції, які організує українська спільнота, питання інтеграції українців, культурні події.

Водночас виник і суспільний запит у Словаччині на окремі медіапроекти для українців. Під медіапроектм розуміємо певну структуру, орієнтовану на створення медіапродуктів. Моніторинг медіаполя Словаччини дозволив виявити певну кількість різноманітних медіапроектів для українців, які сприяють їх інтеграції в країні перебування шляхом інформаційної підтримки.

Прикладом такого медіапроекту є заснований у 2022 р. у співпраці з газетою The Slovak Spectator та за підтримки UNICEF for every child проект «Новини зі Словаччини» (<https://novyny.sme.sk/>). Серія подкастів та інших матеріалів проекту також виходить за підтримки Міжнародного інституту преси (IPI), UNESCO в межах програми «Підтримка українських біженців через ЗМІ», яка фінансується урядом Японії. Проект функціонує як окремий сайт з рубриками: Новини, Коментарі, Культура і туризм, Життя в Словаччині, Здоров'я, Спорт. Мова проекту — українська. Його метою є інформування українців, що проживають у Словаччині, про політику, бізнес, культуру та надання рекомендацій щодо вирішення практичних питань.

Взагалі The Slovak Spectator є газетою та новинним вебсайтом, що публікує словацькі новини англійською мовою, починаючи з 1995 р. Після початку російського повномасштабного вторгнення журналісти видання почали перекладати українською щоденні англійські дайджести.

Ще одним проектом є вебсайт Ukraineslovakia.sk, заснований благодійною організацією Mareena у 2022 р. у співпраці з Лігою за Людські права та за підтримки міжнародної організації International Rescue Committee. Цей проект виконує, насамперед, адаптаційну функцію, надаючи регулярно оновлювану інформацію з перевірених джерел про умови в'їзду та проживання в Словаччині для людей з України, що були змушені покинути свій дім внаслідок війни та шукати безпеки в іншій країні. Він вбачає свою місію в полегшенні доступу до інформації, яка дає біженцям можливість приймати кращі рішення, захищати себе від ризиків, пов'язаних з міграцією та перебуванням у новій країні. Його співробітники регулярно перевіряють різноманітну інформацію про перебування в Словаччині, відстежують законодавчі зміни та публікують їх на сайті. Темі обираються на основі пропозицій читачів і потреб біженців, виявлених під час польових та онлайн-опитувань. Наразі цей інформаційний ресурс зосереджує увагу на найважливіших життєвих ситуаціях, які спіткають українських біженців, та перенаправляють їх до

послуг інших організацій, таких як юридична та матеріальна допомога, психологічна підтримка, культурні та громадські центри.

Нині загальною тенденцією серед українських споживачів є популярність соціальних мереж. Тож свої інформаційні потреби вони здебільшого задовольняють у Телеграм-каналах, YouTube-каналах та групах у Фейсбуці. Водночас моніторинг зазначених інформаційних ресурсів показав, що Телеграм-каналам та групам у Фейсбуці бракує оригінального контенту, здебільшого йде репост з інших джерел, іноді розповсюджується неперевірена інформація, використовуються маніпулятивні прийоми для збільшення підписників. Водночас на YouTube-каналах досить значна кількість корисного контенту, який виконує і інформаційну, і адаптаційну, і просвітницьку функції.

Отже, суспільний запит в інформації для українців реалізується в межах різноманітних медіапроектів, які виконують інформаційну, адаптаційну та просвітницьку функції. З огляду на популярність соціальних мереж переважна більшість медіапроектів реалізується саме там, але їх якість не відповідає вимогам сучасного медіапростору. Тож можна констатувати недостатність існуючих медіапроектів, які б демонстрували якісну журналістику, мали б потужну базу й були розраховані на інформаційні потреби українців Словаччини.

Г. Прустай

ДРУКОВАНІ ВИДАННЯ ТА НОВІ МЕДІА ІВАНО-ФРАНКІВЩИНИ ЧАСІВ ВІЙНИ

Н. Prystai

PRINTED PUBLICATIONS AND NEW MEDIA OF IVANO-FRANKIVSK REGION DURING THE WAR

З початку повномасштабного вторгнення з медійної мапи України зникли численні місцеві й районні газети, більшість друкованих видань припинили свою діяльність. Це, зокрема, через військові дії, реформу Укрпошти, а також зубожіння людей, які намагаються зекономити грошові витрати сім'ї на будь-чому, та інші проблеми, з якими стикаються невеликі видання в сучасному світі. Простеживши діяльність івано-франківських друкованих, електронних та нових медіа в часи війни, варто підкреслити, що більшість із них перейшли працювати в онлайн-режим. Зазначимо: на сайті державної наукової установи «Книжкова палата України імені Івана Федорова» розміщена інформація про друковані медіа, що видані в Україні впродовж 2023–2024 років. Серед них зафіксовано 23 друковані видання, які під час війни виходять на Івано-Франківщині: народний часопис Верховинського району «Верховинські вісті»; газета Асоціації спеціалістів ветеринарної медицини в Івано-Франківській області та обласної державної лікарні ветмедицини «Ветеринарні вісті»; газета «Kurier Galicyjski», яка виходить двічі на місяць польською та українською мовами; «Афіша Прикарпаття» — обласна газета безкоштовних оголошень, реклами та інформації; «ВІКНА» — інформаційно-рекламна газета Калущини; «Вільний голос» — щотижнева місцева газета м. Коломия; «Вірую» — місцева газета Івано-Франківської місії милосердя «Добрий самарянин», виходить один раз на місяць; «Вперед» — регіональна громадсько-політична газета без чіткої періодичності; «Галицька Просвіта» — регіональна щотижнева газета; «Галичина + ПРОГРАМА ТБ» — щотижнева обласна газета Прикарпаття;