

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

**«Роль журналістів у створенні образу громадських діячів та політиків
через медіа (на прикладі виборчої кампанії президента України
В.Зеленського)»**

Кваліфікаційна робота
студента II курсу
факультету філології та
масових
комунікацій
спеціальності «Журналістика»
Ганича О. Д.
Науковий керівник:
Доктор філологічних наук,
професор
Безчотнікова С. В.

Київ-2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ЗНАЧЕННЯ ЖУРНАЛІСТІВ У ФОРМУВАННІ ОБРАЗІВ ГРОМАДСЬКИХ ДІЯЧІВ ТА ПОЛІТИКІВ.....	5
1.1. Ретроспектива досліджень взаємодії журналістів, політиків та громадських діячів та медіа.....	5
1.2. Теоретичні підходи до розуміння ролі медіа у формуванні образу громадських діячів та політиків.....	9
1.3. Вплив медіа на формування публічної думки та стереотипів.....	15
РОЗДІЛ 2. ЗНАЧЕННЯ ЖУРНАЛІСТІВ У СТВОРЕННІ ОБРАЗУ ГРОМАДСЬКИХ ДІЯЧІВ ТА ПОЛІТИКІВ.....	23
2.1. Взаємодія журналістів та політиків у процесі інформаційної взаємодії.....	23
2.2. Вплив жанрових особливостей медіа на формування образів.....	31
2.3. Конструктивні та деструктивні аспекти медіа- представлення.....	52
2.4. Вплив медіа-представлення на публічну думку.....	61
РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ СТЕРЕОТИПІВ ТА ПУБЛІЧНОЇ ДУМКИ.....	68
3.1. Аналіз зв'язку між стереотипами, медіа та сприйняттям громадських діячів та політиків.....	68

3.2. Роль медіа у формуванні публічної думки про політичний процес та громадські події.....	75
3.2. Висвітлювання і створення образу під час виступу В.О. Зеленського на Генасамблеї ООН.....	79
ВИСНОВКИ.....	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	87

ВСТУП

Актуальність теми. Медіа відіграють важливу роль у формуванні громадської думки, а журналісти є ключовими гравцями у цьому процесі. Зростаюча роль соціальних медіа ще більше посилила вплив медіа на громадську думку. Соціальні медіа дозволяють журналістам швидко й ефективно поширювати інформацію, а також залучати аудиторію до обговорення подій. Це може призвести до того, що образ громадських діячів та політиків формується під впливом не лише традиційних медіа, але й соціальних медіа. Роль журналістів у створенні образу громадських діячів та політиків є неоднозначною. З одного боку, журналісти можуть використовувати свою професійну позицію для просування позитивних змін у суспільстві. Вони можуть висвітлювати діяльність громадських діячів та політиків, які працюють на благо суспільства, і викривати корупцію та інші порушення.

З іншого боку, журналісти можуть використовувати свою професійну позицію для просування певних ідей та цінностей. Вони можуть висвітлювати діяльність громадських діячів та політиків так, щоб вона відповідала їхнім власним поглядам. Це може призвести до того, що громадська думка про цих осіб буде спотвореною. У зв'язку з цим важливо, щоб журналісти були об'єктивними у своєму висвітленні подій. Вони повинні уникати використання прийомів, які можуть призвести до створення спотвореного образу громадських діячів та політиків.

Мета дослідження полягає в тому, щоб дослідити роль журналістів у створенні образу громадських діячів та політиків через медіа.

Згідно із поставленою метою роботи виділено такі **завдання** для дослідження:

- 1) проаналізувати теоретичні та емпіричні дослідження, присвячені ролі журналістів у створенні образу громадських діячів та політиків;
- 2) здійснити контент-аналіз новинних матеріалів про громадських діячів та політиків;

3) визначити прийоми, які використовують журналісти для створення позитивного або негативного образу громадських діячів та політиків;

4) здійснити висновки про роль журналістів у створенні образу громадських діячів та політиків.

Об'єктом дослідження є образ громадських діячів та політиків.

Предметом дослідження є роль журналістів у створенні образу громадських діячів та політиків через медіа.

Методи дослідження. У дослідженні було використано теоретичні та емпіричні методи.

Практичне значення. Дослідження має практичне значення для журналістів, громадських діячів та політиків. Для журналістів дослідження має значення, оскільки воно дозволяє їм краще зрозуміти свою роль у формуванні громадської думки. Журналісти можуть використовувати отримані результати для того, щоб більш об'єктивно висвітлювати діяльність громадських діячів та політиків. Для громадських діячів дослідження має значення, оскільки воно дозволяє їм краще зрозуміти, як медіа впливають на їхній образ. Громадські діячі можуть використовувати отримані результати для того, щоб більш ефективно взаємодіяти з журналістами. Для політиків дослідження має значення, оскільки воно дозволяє їм краще зрозуміти, як медіа впливають на їхній імідж. Політики можуть використати отримані результати для того, щоб більш ефективно взаємодіяти з журналістами і формувати свій імідж в очах громадськості.

Структура роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ЗНАЧЕННЯ ЖУРНАЛІСТІВ У ФОРМУВАННІ ОБРАЗІВ ГРОМАДСЬКИХ ДІЯЧІВ ТА ПОЛІТИКІВ

1.1. Ретроспектива досліджень взаємодії журналістів, політиків та громадських діячів та медіа

Ретроспектива досліджень взаємодії журналістів, політиків та громадських діячів через медіа дає можливість визначити ключові тенденції та зміни в цій сфері протягом років. Період 20-30-х років ХХ століття визначався значними змінами в сфері масових ЗМІ, що мали великий вплив на спосіб взаємодії журналістів, політиків та громадських діячів.

Радіо стало масовим засобом комунікації, яке об'єднувало велику кількість людей довкола однакових інформаційних джерел. Це впливало на створення образу політиків та громадських лідерів. Поява радіо дала журналістам нові можливості у формуванні образу громадських діячів. Голос став важливим інструментом у створенні іміджу та передачі політичних поглядів.

Газети визначали образ громадських діячів через статті, інтерв'ю та коментарі. Журналісти використовували різні жанри для створення певного іміджу. З поширенням фотографії у газетах почала формуватися нова естетика образу політиків та громадських діячів. Фотографії допомагали в створенні емоційної зв'язаності з глядачами.

Політики активно використовували радіо для транслявання своїх промов та звернень до громадськості. Це стало важливим кроком у створенні образу лідера. Політики активно співпрацювали з журналістами для забезпечення

позитивного медіа-відображення своєї діяльності. Репутаційна робота в цей період стала важливим елементом політичних кампаній.

Цей період масового розвитку ЗМІ суттєво вплинув на спосіб, яким формувався образ політиків та громадських діячів, і відзначався активним використанням нових медіа-технологій для взаємодії із суспільством [1].

Епоха телебачення в 50-70-х роках ХХ століття відіграла ключову роль у формуванні образів політиків та громадських діячів. Телебачення надавало нові можливості для медійного впливу та створення публічного образу. Розвиток телевізійної техніки та здатність транслювати образи прямо до дому глядачів створювали можливість для зрозумілого та емоційно зворушливого сприйняття політичних лідерів. Зовнішність, манери та стиль одягу громадських діячів стали ключовими елементами формування їхнього образу. Вперше глядачі отримали можливість визначати враження від політиків через їхні зовнішність та телевізійні виступи.

Телевізійні дебати між політиками стали важливим інструментом для формування публічної думки та порівняння поглядів кандидатів. Телевізійні інтерв'ю дозволяли політикам надавати своїй точці зору в прямому ефірі, а також збільшували їхню доступність для глядачів.

Телевізійні рекламні кампанії стали неодмінною частиною політичних кампаній. Вони дозволяли політикам прямо впливати на глядачів та створювати певний імідж. Створення документальних фільмів про громадських діячів та політиків сприяло формуванню певного образу та розкривало деталі їхнього життя [2].

Телевізійні програми нерідко надавали перевагу сенсаційним та емоційно навантаженим матеріалам, що могло впливати на публічне сприйняття особистостей. Зростання впливу телебачення підкреслило важливість об'єктивності та етики в телевізійному журналізмі.

Цей період в історії телебачення суттєво вплинув на політичну культуру та медійну взаємодію, відкривши нові можливості та виклики для створення образів громадських діячів та політиків.

Перехід до інтернет-медіа, який відбувався протягом 90-х років і вперше великою мірою активізувався на початку XXI століття, мав суттєвий вплив на взаємодію між журналістами, політиками та громадськими діячами. Основні риси цього періоду включають:

Зародження онлайн-журналістики відкрило нові можливості для поширення інформації, а також змінило підходи до написання та представлення матеріалів. З'явилися блоги, відеоблоги, подкасти та інші інтернет-жанри, що стали ефективними інструментами для взаємодії та впливу.

Інтернет став важливим джерелом новин, що дозволяє глядачам отримувати інформацію в режимі реального часу та маючи доступ до різноманітних джерел. Започатковане розширення соціальних мереж значно вплинуло на спосіб сприйняття новин та образу громадських діячів через можливість швидкого поширення інформації та активного обговорення.

Аудиторія стала більш цифровою та взаємодійованою, що надає нові можливості для активної взаємодії та обговорення. Інтерактивні можливості інтернет-медіа створили нові канали зворотного зв'язку між глядачами та творцями контенту.

Зародження інтернет-медіа також призвело до появи проблеми дезінформації, великої кількості недостовірної інформації та фейкових новин. З одного боку, інтернет надавав можливість висловлювати свою думку без обмежень, що сприяло свободі слова. З іншого боку, це також викликало питання про контроль за якістю та достовірністю інформації.

З поширенням швидкого інтернет-з'єднання стали активно використовуватися відео- та графічний контент для створення більш насичених та привабливих історій. Інтернет-медіа сприяло включенню аудиторії в процес

творення та розповсюдження інформації через коментарі, відгуки та соціальні мережі.

Перехід до інтернет-медіа різко змінив ландшафт медіа та взаємодію між акторами цього простору. Нові технології та платформи створили як нові можливості, так і виклики для формування образів громадських діячів та політиків через медіа.

Останні роки характеризуються проведенням сучасних досліджень у галузі взаємодії між журналістами, політиками та громадськими діячами через медіа. Дослідження впливу алгоритмів соціальних мереж на формування образу громадських діячів, зокрема, як алгоритми можуть створювати ізольовані "пузири" та впливати на сприйняття публікою. Вивчення того, як вірусні новини та контент впливають на публічну думку та формують образ громадських лідерів [3].

Розробка та вивчення стратегій, спрямованих на протидію поширенню фейкових новин та дезінформації, особливо в контексті політики. Аналіз психологічного впливу фейкових новин на публіку та їхню здатність формувати образи громадських діячів та політиків.

Вивчення того, як відео-контент на платформах, таких як YouTube або Twitch, впливає на формування образу політиків та громадських діячів. Аналіз того, як живі трансляції сприяють активній взаємодії аудиторії з політичними лідерами та громадськими діячами.

Дослідження етичних викликів, з якими стикаються журналісти, взаємодіючи з політиками та громадськими діячами через медіа, особливо в інтернеті. Оцінка, як відбувається забезпечення правдивості та об'єктивності інформації в контексті взаємодії між медіа та громадськими лідерами.

Ці напрямки досліджень розкривають важливі виклики та тенденції у взаємодії між журналістами, політиками та громадськими діячами у сучасному медіа-просторі.

Глобалізація та вплив соціальних мереж в останні роки визначають нові тенденції в спілкуванні, обміні інформацією та формуванні глобальної громадської думки. Соціальні мережі дозволяють миттєво обмінюватися інформацією навіть між далекими куточками світу, що сприяє швидкому поширенню ідей, тенденцій та новин. За допомогою соціальних мереж легше формуються глобальні рухи, аудиторія яких може бути географічно розподілена, але об'єднана загальною ідеєю або цінностями.

Політичні лідери використовують соціальні мережі для залучення аудиторії, мобілізації виборців та формування образу. Глобальний характер соціальних мереж також може сприяти розповсюдженню дезінформації та фейкових новин, що має великий вплив на глобальні події [4].

Громадяни та групи можуть взаємодіяти на глобальному рівні для розв'язання спільних проблем або підтримки спільних ініціатив. Люди з різних країн можуть об'єднуватися в соціальних мережах на основі спільних інтересів, створюючи глобальні спільноти.

Соціальні мережі стають майданчиком для обговорення глобальних проблем, таких як зміна клімату, пандемія, права людини, що впливає на формування глобальної публічної думки.

Журналісти стикаються з новими викликами у роботі з глобальними темами та взаємодією з міжнародними аудиторіями через соціальні мережі. Важливо розвивати етичні стандарти для інтернет-журналістики у глобальному контексті, зокрема, у взаємодії з різними культурами та перспективами.

Глобалізація та соціальні мережі створюють новий контекст для медіа-взаємодії, де ключовою рисою є швидкість і глобальний охоплення інформації, але також виникають нові виклики, пов'язані з розповсюдженням дезінформації та впливом на політичну сцену [3].

Важливо врахувати зміни в суспільстві та технологічній сфері, оскільки вони впливають на взаємодію між медіа, журналістами, політиками та громадськими діячами.

1.2. Теоретичні підходи до розуміння ролі медіа у формуванні образу громадських діячів та політиків

Розуміння ролі медіа у формуванні образу громадських діячів та політиків включає різні теоретичні підходи, які розглядають взаємодію між медіа та особистістю, механізми впливу, а також соціокультурні та політичні контексти. Теорія агенди-сетинг (Agenda-Setting) є однією з ключових теорій в сфері масової комунікації та журналістики. Вперше представлена в 1972 році в роботі Макса МакКомбса та Дональда Шоу, ця теорія розглядає вплив мас-медіа на формування громадської думки та уваги до певних тем.

Теорія передбачає існування двох "агенд" – агенди мас-медіа (те теми, які обираються для висвітлення) та агенди громадськості (те теми, які є важливими для громадян). За теорією, хоча ці агенди можуть частково співпадати, мас-медіа активно впливають на те, що вважається важливим для громадськості.

За теорією агенди-сетинг, мас-медіа не визначають, як саме люди повинні думати про певні теми, але вони визначають, про що вони повинні думати. Це відбувається через процес "перенесення агенди", коли теми, які були висвітлені в новинах, також стають важливими для громадськості. Теорія припускає, що тривалість уваги до певної теми залежить від того, наскільки часто ця тема згадується в мас-медіа. Що більше уваги мас-медіа приділяють певній темі, то вона стає більш важливою для громадськості.

Мас-медіа визначають, які теми потрапляють на заголовні сторінки, в новини та в інші формати. Спосіб, яким мас-медіа висвітлюють певну тему, також впливає на те, як громадськість сприймає цю тему. Частота висвітлення певної теми впливає на те, наскільки ця тема буде важливою для громадськості [4].

Теорія агенди-сетинг широко використовується для розуміння впливу мас-медіа на виборчі кампанії, де важливо, які питання висвічуються під час кампанії. Теорія також застосовується для аналізу того, як мас-медіа впливають на сприйняття соціальних проблем та їхню актуальність.

Теорія агенди-сетинг відіграє важливу роль у розумінні впливу мас-медіа на формування громадської свідомості та уваги. Вона допомагає розкрити, які теми та питання стають актуальними для громадськості через дії медіа.

Теорія фреймінгу — це концептуальний підхід до вивчення медіа, який досліджує, як інформація подається та організовується, щоб впливати на сприйняття глядачів. Ця теорія припускає, що спосіб представлення подій, проблем, осіб або груп може впливати на те, як глядачі розуміють та сприймають цю інформацію. Фреймінг вказує на вибір та акцентування певних аспектів подій чи теми, що формує враження та сприйняття глядачів. Це якісно змінює та структурує інформацію для надання їй конкретного сенсу.

Виділення та акцентування конкретних аспектів проблеми, що визначає спосіб її розуміння. Визначення подій або ситуацій через призму моральних чи етичних норм.

Обрання та виділення конкретної проблеми чи події для висвітлення. Визначення та підкреслення конкретних аспектів проблеми, які варто висвітлити. Формування конкретного сенсу або інтерпретації подій. Фреймінг може впливати на те, як глядачі розуміють та сприймають інформацію, визначаючи рамки їхнього розуміння. У політичному контексті фреймінг часто використовується для визначення способу висвітлення політичних подій, кандидатів чи питань.

Журналісти та редактори відіграють ключову роль у визначенні та створенні фреймів для подання інформації. Фреймінг може піддаватися маніпуляціям для досягнення певних цілей чи впливу на глядачів. Іноді постає питання про те, наскільки об'єктивним є обрання конкретного фрейму для представлення інформації.

Теорія фреймінгу допомагає розуміти, як медіа формують враження та сприйняття глядачів, акцентуючи певні аспекти та структуруючи інформацію. Це важливий концептуальний інструмент для вивчення впливу медіа на сприйняття подій та соціальних питань.

Теорія культурного індустріалізму є ключовим концептуальним підходом у соціології та масовій комунікації, який розглядає масову культуру як результат індустріалізації та комерціалізації культурних продуктів. Ця теорія була розвинута в середині ХХ століття, особливо Франкфуртською школою, яка висловила певні обурення стосовно впливу культури масового споживання на суспільство.

Теорія визначає культуру як промисловий продукт, а сам процес створення та поширення культурних продуктів розглядається в контексті виробництва та розповсюдження товарів. За теорією, культурні продукти, такі як кінофільми, телепрограми, музика та інші, стають об'єктами комерційної діяльності. Комерційний успіх культурних продуктів визначається їхньою популярністю та здатністю приносити прибуток [5].

Теорія вказує на стандартизацію культурних продуктів для забезпечення їхньої ефективності в масовому виробництві та споживанні. Це може призводити до стандартизації самої культури. За теорією культурного індустріалізму, комерційні інтереси можуть впливати на творчий процес та змінювати способи вираження культурних ідей та цінностей.

Культурний індустріалізм розглядає культуру як частину конsumerського суспільства, де культурні продукти стають об'єктами споживання, а самі споживачі стають активними учасниками процесу створення та розповсюдження культури. Теорію культурного індустріалізму критикують за те, що вона надто акцентує на комерційних аспектах та недостатньо враховує культурні прояви, які можуть бути відчуттям індивідів. Деякі вчені вдосконалюють теорію, вводячи концепцію "активного споживача", який може

впливати на творчий процес та споживати культурні продукти з активнішою роллю.

Теорія культурного індустріалізму вносить важливий внесок у розуміння впливу промислового підходу до культури на сучасне суспільство та способи сприйняття культурних продуктів.

В контексті взаємодії між медіа та особистістю теорія взаємодії та двосторонньої комунікації вказує на активну роль особистості як отримувача інформації та взаємодію з медіа-контентом. Ця теорія підкреслює, що комунікація між медіа та особистістю є динамічним процесом, де обидві сторони взаємодіють та впливають одна на одну. Особистість виступає як активний учасник комунікаційного процесу, приймаючи та обробляючи інформацію від медіа та взаємодіючи з нею.

Особистість вибирає, сприймає та обробляє медіа-контент відповідно до своїх власних потреб, інтересів та цінностей. Індивідуальні особливості, досвід та погляди особистості впливають на те, як вона сприймає та розуміє інформацію з медіа. Особистість може надавати зворотний зв'язок медіа, виражати свої думки, реагувати на інформацію та взаємодіяти з іншими учасниками комунікації.

Взаємодія з медіа дозволяє особистості формувати власну точку зору, ставлення до певних тем і розуміння навколишнього світу. В сучасному цифровому середовищі особистість може активно взаємодіяти з медіа, створюючи та ділившись власним контентом через соціальні мережі та інші платформи. Розвиток технологій дозволяє створювати персоналізований контент, який враховує індивідуальні уподобання та інтереси особистості [6].

Взаємодія між медіа та особистістю у контексті теорії взаємодії та двосторонньої комунікації стає більш взаємодійною та персоналізованою. Це сприяє розвитку індивідуальних досвідів споживачів медіа та формує більш активну і відчутну роль особистості в комунікаційному процесі.

Теорія суспільного конструкціонізму в контексті взаємодії журналістів і громадських діячів та політиків підкреслює, що сприйняття та розуміння громадських діячів та політиків формується через соціальні конструкції, що створюються в процесі медіа-комунікації. Згідно з суспільним конструкціонізмом, образи громадських діячів і політиків створюються медіа в процесі вибору та акцентування конкретних аспектів їхнього життя, діяльності та взаємодії.

Мовлення, використовуване журналістами у статтях чи телепередачах, а також висвітленням конкретних подій, може впливати на створення певного образу громадських діячів та політиків. Соціальні норми і стереотипи, що існують в суспільстві, можуть впливати на те, яким чином медіа конструюють образи громадських діячів та політиків, враховуючи часто існуючі погляди та уявлення.

Взаємодія між журналістами та громадськими діячами може впливати на спосіб висвітлення та відтворення образу в медіа. Взаємодія може змінювати підтексти та нюанси представлення образу особистості. Реакція громадських діячів та політиків на медійні публікації важлива для розуміння того, як вони сприймають свій образ у громадськості та як це може впливати на медійні наративи [2].

Культурні та соціальні контексти визначають те, яким чином образи громадських діячів та політиків воспринімаються глядачами чи читачами. Відповідно до суспільного конструкціонізму, інтерпретація образу залежить від суб'єктивного сприйняття глядача чи читача, а також від його власного досвіду та переконань.

Взаємодія між журналістами, громадськими діячами та політиками може відбуватися в контексті вироблення соціальних конструкцій, які впливають на сприйняття та розуміння громадських постатей через медіа. Зміст і форма медійних повідомлень та взаємодія між учасниками цього процесу можуть визначати, як формується образ особистості в громадській свідомості.

В контексті взаємодії журналістів, громадських діячів та політиків теорія відомостей та раціонального вибору може бути застосована для розуміння того, як ці учасники взаємодії приймають рішення, обирають стратегії та сприймають інформацію в умовах невизначеності та обмежених ресурсів. Учасники взаємодії, такі як журналісти, громадські діячі та політики, можуть обирати стратегії взаємодії, які максимізують їх очікувані користі або досягають своїх цілей.

Журналісти, як раціональні агенти, можуть обирати та конструювати інформацію так, щоб максимізувати привертання уваги аудиторії, а громадські діячі та політики можуть намагатися впливати на цей процес. Усі сторони можуть раціонально оцінювати очікувані користі від взаємодії з медіа. Громадські діячі та політики можуть шукати публічність для підтримки своїх ідей, а журналісти можуть шукати цікавий та важливий контент для своїх аудиторій.

Інформація, яку журналісти надають про громадських діячів та політиків, може впливати на їхню репутацію та публічний образ. Раціональний вибір полягає в тому, щоб враховувати цей вплив. З урахуванням обмеженості ресурсів та змін у медійному середовищі учасники можуть адаптувати свої стратегії та дії для максимізації користі в нових умовах.

Умови невизначеності включаються в процес взаємодії, і раціональний вибір передбачає розгляд імовірностей та ризиків прийняття різних рішень. Учасники взаємодії раціонально обирають стратегії комунікації з аудиторією для максимізації свого впливу та розуміння.

Теорія відомостей та раціонального вибору допомагає розкрити логіку індивідуальних та колективних дій у взаємодії між журналістами, громадськими діячами та політиками в умовах медійного середовища [7].

Ці теоретичні підходи допомагають краще розуміти процес формування образу громадських діячів та політиків через медіа, а також розкривають різні аспекти взаємодії між медіа та громадськістю.

1.3. Вплив медіа на формування публічної думки та стереотипів

Вплив медіа на формування публічної думки та стереотипів є суттєвим і важливим аспектом сучасного суспільства. Медійні платформи, такі як телебачення, радіо, газети, і, особливо, інтернет, великою мірою визначають, як суспільство сприймає події, особистості та різні соціокультурні явища.

Відбір і підсилення новин — це процес, за допомогою якого редактори та журналісти обирають та вирізняють певні події чи теми для включення до новинних матеріалів. Цей процес значущий, оскільки впливає на те, які події та які аспекти цих подій будуть визначені як важливі та актуальні для публіки.

Редактори та журналісти здійснюють вибір того, що вважається новинами. Це може бути базовано на їхніх власних думках, але також може враховувати стратегії медіа-організації та інші фактори. Важливість події або теми може визначатися її актуальністю. Події, які відбуваються в даний момент, часто визначаються як новини.

Журналісти та редактори враховують інтереси та потреби своєї аудиторії. Події, які є важливими для читачів або глядачів, отримують більше уваги. Іншим критерієм може бути соціальна важливість події. Події, що впливають на широкий загал, частіше включаються до новин.

Події з елементами конфлікту, драми чи несподіваності часто привертають більше уваги і можуть бути відзначені як важливі новини. Події, які мають важливий вплив на світ або конкретний регіон, можуть визначатися як важливі новини. Новини, які викликають сильні емоції у читачів чи глядачів (радість, обурення, сум, страх), часто отримують більше уваги [8].

Важливість події чи теми може також визначатися її політичним контекстом та впливом на політичну сферу. Події та теми, які можна зрозуміти та доступно представити для аудиторії, мають більше шансів потрапити до новин.

Ці критерії можуть варіюватися в залежності від конкретного медіа-видання, його специфіки та стратегії взаємодії з аудиторією. Важливо враховувати, що відбір і підсилення новин є суб'єктивним процесом, який може відображати певні цінності та погляди журналістів та редакторів.

Фільтрація інформації в медіа є ключовим етапом у виробництві новин та інших медійних матеріалів. Цей процес визначає, яку інформацію включити до матеріалу, яку залишити поза увагою, і як цю інформацію представити. Редакторський відбір — це процес, під час якого редактори визначають, які події або теми є важливими для включення до медійних матеріалів. Вони приймають рішення на підставі різних критеріїв, таких як актуальність, важливість, інтерес для аудиторії та інші.

Вибір інформації, яка буде включена до матеріалу, може ґрунтуватися на визначених ресурсах та джерелах. Журналісти відбирають інформацію від інформаційних агентств, свідків подій, експертів та інших джерел. Журналісти та редактори можуть вибирати певні точки зору або інтерпретації подій. Це може впливати на те, як буде представлена інформація та яку конкретну ноту підкреслено [9].

Фреймінг визначає, які аспекти події або теми будуть вирізніті та виділені, а які залишаться непоміченими. Це впливає на спосіб сприйняття подій та формує інтерпретацію інформації. Фільтрація також стосується вибору мовленнєвих засобів та форми викладення інформації. Редактори визначають, яким чином найкраще представити матеріал для аудиторії.

Фільтрація також включає контроль достовірності інформації. Журналісти перевіряють джерела та стараються уникнути розповсюдження недостовірних або неперевірених даних.

Ці аспекти фільтрації сприяють формуванню змісту медійних матеріалів та визначають, які події та інформація будуть доступні аудиторії. Важливо враховувати, що фільтрація може бути об'єктивною, але також вона може відзеркалювати особисті погляди та бізнес-інтереси медіа-організацій.

Фреймінг — це концептуальний підхід до представлення інформації, який визначає, які аспекти події чи теми будуть вирізняті та як вони будуть визначені. Фреймінг впливає на те, як споживачі інформації сприймають події, і може визначати їхнє розуміння та інтерпретацію.

Фреймінг визначає, які аспекти події чи теми будуть виділені як ключові та важливі для сприйняття аудиторією. Важливо вирізняти певні аспекти, щоб надати їм особливу увагу. Фреймінг допомагає встановити контекст подій, надаючи їм певний смисловий рамок. Це може включати визначення причинно-наслідкових зв'язків, ідентифікацію головних учасників, а також зазначення часових та місцевих параметрів.

Фреймінг впливає на те, які слова, терміни та вирази використовуються при представленні інформації. Обраний мовленнєвий стиль може викликати певні емоції чи асоціації у читачів або глядачів. Заголовки і заголовки матеріалів визначають ключові ідеї та аспекти події. Фреймінг впливає на те, як ці заголовки формулюються для привертання уваги та передачі певного контексту.

Фреймінг може створювати емоційний тон у матеріалах, визначаючи, які аспекти підкреслюються чи які аспекти знаходяться в тіні. Це може впливати на емоційну реакцію аудиторії. Використання порівнянь та аналогій є ще одним способом фреймінгу. Порівняння можуть допомагати аудиторії легше розуміти складні або нові концепції. Фреймінг впливає на використання забарвлення та конотацій у мові, що може надавати певній інформації позитивний чи негативний відтінок. Вибір фреймінгу також може залежати від цільової аудиторії. Певні аспекти події чи теми можуть бути вирізняті, орієнтуючись на інтереси та переконання конкретної аудиторії.

Фреймінг є важливим засобом впливу на сприйняття інформації та формування думок аудиторії. Він визначає, як інформація подається та яким чином буде сприйнята цільовою аудиторією.

Вибір відповідних експертів і думок є важливою частиною журналістської роботи та формування медійного контенту. Цей процес визначає, чи буде представлена об'єктивна та різноманітна картина певної події чи теми, чи ж буде публіка висловлюватися від імені обмеженої групи експертів чи думок. [10] Важливо вибирати експертів, які мають реальну експертизу та досвід у конкретній області. Їхні знання та досвід додають авторитетності та довір'я інформації.

Щоб створити баланс та забезпечити об'єктивність, важливо враховувати різноманітність поглядів та думок. Включення експертів із різних соціальних, політичних та культурних контекстів може забезпечити широкий обсяг поглядів.

Важливо враховувати нейтральність та об'єктивність експертів. Представлення різних точок зору допомагає уникнути викривлення та забезпечує аудиторію об'єктивною інформацією. Експерти з відомою репутацією та авторитетом в своїй галузі надають ваги інформації. Їхні погляди більше враховуються аудиторією та вважаються довіренішими.

Вибір експертів із різних соціальних, географічних та культурних груп важливий для того, щоб враховувати різноманітність суспільства та уникати виникнення стереотипів. Забезпечення доступності експертів для інтерв'ю та коментарів важливе для швидкого та ефективного створення матеріалів. Зв'язки з експертами можуть забезпечити швидший доступ до актуальної інформації.

Важливо враховувати актуальність поглядів та експертизи. Суспільні погляди можуть змінюватися з часом, тому важливо представляти актуальні точки зору. Важливо уникати перекосу в одну сторону та намагатися забезпечити збалансованість представлених поглядів.

Вибір експертів та думок є стратегічно важливим елементом для забезпечення об'єктивності, різноманітності та довірливості медійного виробництва.

Соціальні мережі і цифрові платформи грають ключову роль у формуванні образу громадських діячів та політиків через медіа. Ці платформи стали потужним інструментом для комунікації, взаємодії та впливу на громадську думку. Соціальні мережі надають громадським діячам і політикам можливість спілкуватися безпосередньо зі своєю аудиторією. Це дозволяє створювати особистий зв'язок, висловлювати свої погляди та реагувати на питання та коментарі в реальному часі [11].

Соціальні мережі дозволяють громадським діячам та політикам взаємодіяти з аудиторією незалежно від географічного положення. Це сприяє міжнародній комунікації та впливу. Громадські діячі та політики можуть активно формувати свій образ за допомогою різноманітного контенту на соціальних мережах, такого як фотографії, відео, інтерв'ю, статті тощо.

Соціальні мережі надають можливість громадським діячам та політикам моніторити громадську думку, відслідковувати реакції на свої виступи та адаптувати свою стратегію комунікації відповідно. Цифрові платформи дозволяють громадським діячам виявляти ключові теми та тренди в громадському дискусії, що може сприяти більш ефективній комунікації.

У разі кризових ситуацій соціальні мережі дають можливість громадським діячам швидко реагувати, надавати пояснення та управляти репутацією через публічний обмін інформацією. Громадські діячі можуть використовувати соціальні мережі для демонстрації відкритості та прозорості, публікуючи інформацію про свою діяльність та рішення.

Соціальні мережі стали важливим каналом взаємодії громадських діячів та політиків із представниками ЗМІ. Вони можуть надавати коментарі, спілкуватися та обговорювати ключові питання [12].

Загалом, соціальні мережі і цифрові платформи стали необхідним інструментом для громадських діячів та політиків у формуванні свого образу та впливу на громадську думку.

Реклама та комерційний вплив є невід'ємною частиною медійного середовища і можуть суттєво впливати на формування образу громадських діячів та політиків через медіа. Громадські діячі та політики використовують рекламні кампанії для підвищення своєї видимості та формування позитивного образу. Реклама може стати інструментом для підсилення особистого бренду та підкреслення ключових характеристик або досягнень.

Рекламні кампанії можуть забезпечити громадським діячам та політикам додаткову медійну експозицію. Це може включати рекламу у традиційних ЗМІ, таких як телебачення, радіо та преса, або в інтернет-медіа та соціальних мережах. Реклама дозволяє створити певне враження та формувати позитивний образ громадських діячів та політиків. Використання візуальних елементів, які асоціюються з позитивними цінностями, може покращити сприйняття аудиторії.

Громадські діячі та політики можуть використовувати спонсорвані контенти та платні публікації для розміщення своїх матеріалів у відомих медіа. Це дозволяє їм контролювати повідомлення та його представлення. Громадські діячі та політики можуть укладати медійні партнерства, які дозволяють їм співпрацювати з відомими медійними платформами для спільного створення контенту або розміщення реклами.

Реклама може впливати на публічну думку та сприяти формуванню певних уявлень та стереотипів щодо громадських діячів та політиків. Рекламні повідомлення можуть спрямовувати увагу на конкретні аспекти їхньої діяльності чи особистості. Застосування аналітики та вивчення реакції аудиторії на рекламу дозволяє громадським діячам та політикам вдосконалювати свої стратегії та адаптувати повідомлення для більш ефективного впливу.

Важливо бути обережним при використанні реклами та комерційного впливу, оскільки етичні питання можуть виникнути у зв'язку з оплатою за публікації, використанням маніпулятивних методів та ризиком втрати довіри аудиторії.

Усі ці аспекти взаємодіють і можуть впливати на сприйняття та уявлення громадських діячів та політиків у медіа. У контексті реклами важливо збалансувати комерційні інтереси із збереженням довіри та об'єктивності у формуванні образу.

Піар грає ключову роль у формуванні образу громадських діячів та політиків через медіа. Це комплекс стратегій та технік, спрямованих на забезпечення позитивного сприйняття цільовою аудиторією. Піар спрямований на створення та утримання позитивного іміджу громадських діячів та політиків. Це може включати підсилення їхньої репутації, висвітлення досягнень та позитивних аспектів їхньої діяльності.

Піар спрямований на ефективне керування репутацією, особливо в ситуаціях кризи чи під час виникнення конфліктів. Застосування стратегій керування репутацією дозволяє зменшити негативний вплив на образ. Піар включає в себе вивчення медійного ландшафту та взаємодію з представниками ЗМІ [13]. Власне організовані медійні заходи, такі як прес-конференції, інтерв'ю, та прес-релізи, можуть допомагати залучити увагу до ключових повідомлень.

Важливо встановлювати ефективний зв'язок з громадськістю через різноманітні комунікаційні канали. Спілкування з аудиторією через соціальні мережі, інтерв'ю, або відкриті лекції може допомогти створити позитивне враження. Розвиток взаємовідносин із різними стейкхолдерами (зацікавленими сторонами), такими як бізнес, громадські організації, та інші групи, є важливою частиною стратегії піару.

Співпраця з іншими організаціями або участь у спонсорських заходах може бути використана для підсилення позитивного іміджу. Активна участь у благодійних та соціальних проєктах також може відігравати позитивну роль. Засновані на експертній позиції висловлювання громадських діячів та політиків можуть надавати вагу їхнім поглядам та становищам в суспільстві. Піар

включає в себе аналіз відгуків та реакцій на публічні виступи. Це дозволяє адаптувати стратегії для більш ефективної комунікації.

Правильно розроблена стратегія піару та громадських відносин може допомогти громадським діячам та політикам досягти позитивного сприйняття в медіа та серед громадськості [14].

Культурні стереотипи та картина світу грають важливу роль у формуванні образу громадських діячів та політиків через медіа. Стереотипи є узагальненими уявленнями, які можуть бути базованими на культурних, соціальних, етнічних, гендерних та інших чинниках. Картина світу визначає загальний спосіб розуміння та інтерпретації навколишнього світу. Культурні стереотипи можуть впливати на те, як представники різних культур сприймають громадських діячів та політиків. Однак важливо враховувати, що культурні групи не є однорідними, і індивідуальні різниці можуть бути значущими.

Громадські діячі та політики можуть стикатися з етнічними та расовими стереотипами, які можуть впливати на сприйняття їхньої ефективності та лідерських якостей. Стереотипи, пов'язані з гендером, можуть впливати на оцінку лідерських якостей громадських діячів та політиків. Наприклад, можуть існувати уявлення про те, які ролі є "жіночими" чи "чоловічими" у політиці.

Культурні стереотипи можуть впливати на сприйняття влади та авторитету. Деякі культури можуть приділяти більше уваги авторитету, тоді як інші можуть бути більш нахиленими до вираження критики. Існують загальні стереотипи щодо політиків, такі як враження їхньої діяльності зацікавленою, недостатньою чесною чи впливовою. Ці стереотипи можуть впливати на загальне довір'я громадськості.

ЗМІ можуть впливати на поширення та зміну культурних стереотипів шляхом вибору тем, подачі матеріалів та виокремлення певних аспектів особистостей громадських діячів. Громадські діячі та політики можуть стикатися із позитивними або негативними стереотипами, які визначають їхню

роль у суспільстві. Наприклад, позитивний стереотип лідера може підсилювати авторитет, тоді як негативний може викликати сумніви та критику.

Важливо розуміти, що стереотипи можуть бути узагальненими та спрощеними уявленнями, які не завжди відображають реальність. У контексті медіа важливо дбати про різноманітність та об'єктивність у представленні громадських діячів та політиків, а також визнавати індивідуальність кожної особи [15].

В цілому, медіа взаємодіє з публікою та формує публічну думку через різноманітні механізми, враховуючи інформаційні вибори, психологічні механізми сприйняття, а також соціокультурні та політичні контексти.

РОЗДІЛ 2. ЗНАЧЕННЯ ЖУРНАЛІСТІВ У СТВОРЕННІ ОБРАЗУ ГРОМАДСЬКИХ ДІЯЧІВ ТА ПОЛІТИКІВ

2.1. Взаємодія журналістів та політиків у процесі інформаційної взаємодії

Взаємодія журналістів та політиків у процесі інформаційної взаємодії є невід'ємною частиною сучасного суспільства і гри влади. Ця взаємодія може бути складною і навіть напруженою через різні цілі та інтереси, які притаманні цим двом групам. Інформаційна взаємодія між журналістами та політиками є ключовим елементом сучасного інформаційного ландшафту. Цей процес

визначається обміном інформацією між цими двома групами та впливом цієї інформації на громадську думку.

1. Надання інформації:

Журналісти: Здійснюють збір, аналіз та представлення інформації громадськості. Спеціалізуються на фактах та об'єктивному висвітленні подій.

Політики: Використовують ЗМІ для поширення своєї інформації, створення певного образу та впливу на громадську думку.

2. Медійні виступи:

Журналісти: Ведуть інтерв'ю, аналізують медійні події та роблять звітування для громадськості.

Політики: Беруть участь у прес-конференціях, інтерв'ю, виступають на телебаченні та радіо для сприяння своїм ідеям та позиціям.

3. Використання громадських платформ:

Журналісти: Використовують соціальні мережі та інші громадські платформи для поширення своїх матеріалів і взаємодії з аудиторією.

Політики: Активно використовують соціальні мережі для спілкування з виборцями, створення образу та впливу на громадську думку.

4. Контроль інформації:

Журналісти: Спрямовані на виявлення правдивої інформації, розслідування та виправлення помилок.

Політики: Часто намагаються контролювати потік інформації, змінюючи її тлумачення та використовуючи стратегії публік релейшнз [16].

5. Критика та відповідь:

Журналісти: Мають право критикувати політичних лідерів, розкривати корупцію та недоліки в роботі влади.

Політики: Реагують на критику, намагаються впливати на сприйняття своєї діяльності та виправдовувати свої рішення.

Ця взаємодія може бути сприятливою для демократії, забезпечуючи громадськість об'єктивною та різноманітною інформацією. Однак вона також

може визначати тон для політичних дебатів та формування громадської думки. Важливо, щоб обидві сторони утримувались від маніпулювання інформацією та дотримувалися високих стандартів етики.

Використання інформації є ключовим етапом у взаємодії між журналістами та політиками. Обидві сторони намагаються впливати на громадську думку та формувати світогляд через інформаційні потоки.

1. Формування образу:

Журналісти: Спрямовані на створення об'єктивного образу подій, фактів та осіб, демонструючи різні точки зору та забезпечуючи громадськість різноманітною інформацією.

Політики: Спрямовані на створення позитивного образу в суспільстві, акцентуючи на своїх успіхах та зусиллях.

2. Маніпулювання інформацією:

Журналісти: Мають відповідальність передавати об'єктивну інформацію, але можуть стикатися з тиском з боку політичних сил для розгляду певних аспектів чи інтерпретації подій певним чином.

Політики: Спрямовані на вплив на представлення інформації, можуть намагатися приховати негативні аспекти та підкреслити позитивні.

3. Створення повідомлень для громадськості:

Журналісти: Формують новинні матеріали, статті та репортажі, спрямовані на представлення подій з різних точок зору та надання контексту.

Політики: Використовують прес-релізи, прес-конференції та інші форми комунікації для акцентування уваги на певних аспектах інформації [17].

4. Інформаційні кампанії:

Журналісти: Можуть вивчати та розслідувати інформацію, яка стосується інформаційних кампаній, і розкривати їх сутність.

Політики: Організують інформаційні кампанії для підвищення своєї популярності, надання підтримки конкретним ідеям чи роз'яснення своїх дій.

5. Взаємодія з громадськістю:

Журналісти: Взаємодіють з читачами, слухачами та глядачами через різні канали, враховуючи їхні інтереси та запитання.

Політики: Використовують соціальні мережі та інші засоби комунікації для взаємодії з виборцями та створення певного іміджу.

Важливо, щоб обидві сторони були уважними до етичних стандартів, дотримувалися об'єктивності та відповідальності в розголошенні інформації. Інформаційна взаємодія є невід'ємною частиною демократії, і її якість визначає рівень інформованості громадськості та стабільність суспільства [16].

Суспільна функція взаємодії між журналістами та політиками включає в себе ряд ключових аспектів, які визначають взаємодію цих двох груп у суспільстві.

1. Стражі демократії:

Журналісти: Виконують роль стражів, слідкуючи за діяльністю влади, розкриваючи корупцію та інші недоліки, що сприяє підтримці принципів демократії та відкритості.

Політики: Зобов'язані відповідати перед громадськістю, що сприяє відкритому діалогу та визначенню інтересів суспільства.

2. Представлення різних точок зору:

Журналісти: Мають завдання представляти різні точки зору та думки, створюючи різноманітність інформаційного простору.

Політики: Зобов'язані висловлювати свої погляди та ідеї, демонструючи різноманіття підходів до розв'язання проблем.

3. Інформування громадськості:

Журналісти: Забезпечують громадськість актуальною та об'єктивною інформацією, допомагаючи громадянам приймати освічені рішення.

Політики: Повинні надавати громадськості інформацію про свою діяльність та рішення для забезпечення прозорості та взаємодії.

4. Підтримка громадського обговорення:

Журналісти: Сприяють громадському обговоренню питань, ініціюючи дебати та аналізуючи різні точки зору.

Політики: Повинні враховувати громадську думку та взаємодіяти з громадськістю для створення ефективних рішень.

5. Виховання громадян:

Журналісти: Забезпечують освіту та інформаційну грамотність громадськості, розвиваючи критичне мислення та аналітичні навички.

Політики: Мають відповідальність перед громадянами за роз'яснення складних питань та викладання їм інформації про важливі події та рішення.

Ці аспекти суспільної функції взаємодії допомагають створювати збалансований інформаційний простір, в якому громадськість може бути інформованою та активною. Це є ключовим для здоров'я демократії та підтримки відкритого суспільства.

Прес-конференції і брифінги є важливими засобами комунікації для політиків та інших постійних учасників у суспільному житті. Ці форми взаємодії між представниками влади та журналістами дозволяють сторонам обмінюватися інформацією, представляти позиції та відповідати на питання ЗМІ та громадськості.

1. Мета інформаційних заходів:

Прес-конференції: Часто призначені для оголошення важливих подій, рішень, анонсу нових ініціатив чи реакції на важливі суспільні питання.

Брифінги: Зазвичай мають більш обмежену тематику і частіше використовуються для надання інформації на конкретне питання чи тему.

2. Взаємодія з журналістами:

Прес-конференції: Зазвичай включають в себе велику кількість журналістів та можуть тривати тривалий час, давати можливість для широкого обговорення [17].

Брифінги: Можуть бути менш масштабними та більш фокусованими, дозволяючи глибше розглядати конкретні питання.

3. Структура заходів:

Прес-конференції: Зазвичай мають визначену структуру, включаючи вступне слово, анонси, виступи представників та сесію запитань і відповідей.

Брифінги: Можуть бути більш гнучкими, можуть обмежуватися прямим обміном інформацією без формальних вступних або заключних частин.

4. Цільова аудиторія:

Прес-конференції: Зазвичай спрямовані на широку громадськість та ЗМІ, можуть відбуватися в приміщеннях або в онлайн-форматі.

Брифінги: Можуть бути спрямовані на більш конкретні групи, такі як журналісти, які спеціалізуються на певних темах або інші зацікавлені сторони.

5. Обговорення актуальних питань:

Прес-конференції: Часто включають в себе обговорення широкого спектру питань, які стосуються громадськості.

Брифінги: Можуть зосереджуватися на конкретних аспектах або подіях, щоб надати більше деталей.

6. Використання медійних ресурсів:

Прес-конференції: Мають публічний характер, можуть транслюватися вживу на телебаченні, радіо або в інтернеті.

Брифінги: Можуть використовувати різні медійні канали, але частіше вони менш масштабні та піддані обмеженій розповсюдженій аудиторії.

Обидві форми комунікації важливі для забезпечення відкритості, прозорості та ефективного обміну інформацією між владою та громадськістю.

Соціальні мережі відіграють значущу роль у взаємодії між журналістами та політиками, розширюючи можливості комунікації, впливу та сприяючи взаєморозумінню [18].

1. Пряма комунікація з громадськістю:

Політики: Здійснюють прямий зв'язок з виборцями, публікуючи оголошення, заяви, анонси та відповіді на питання безпосередньо на своїх сторінках у соціальних мережах.

Журналісти: Використовують соціальні мережі для швидкої інтеракції з аудиторією, стеження за подіями та реакцією громадськості.

2. Розповсюдження інформації:

Політики: Публікують новини, відомості та заяви, щоб швидко досягти широкої аудиторії та впливати на громадську думку.

Журналісти: Використовують соціальні мережі для поширення своїх матеріалів, сприяючи більш швидкій та глибокій інформаційній розкрутці.

3. Аналіз громадської думки:

Політики: Слідкують за реакцією громадськості на свої ініціативи та рішення, аналізують коментарі та взаємодіють з громадськістю.

Журналісти: Використовують соціальні мережі для виявлення гарячих тем, обговорення подій та аналізу реакції аудиторії.

4. Створення образу:

Політики: Використовують соціальні мережі для створення свого публічного образу, взаємодії з виборцями та покращення своєї репутації.

Журналісти: Розвивають свій професійний образ, спілкуючись з аудиторією та демонструючи свою експертизу.

5. Жива взаємодія:

Політики: Організують та беруть участь у веб-конференціях, AMA-сесіях (Ask Me Anything) та інших формах живого спілкування з громадськістю.

Журналісти: Використовують соціальні мережі для проведення опитувань, отримання зворотного зв'язку від аудиторії та створення інтерактивних матеріалів.

6. Інформаційні кампанії:

Політики: Здійснюють інформаційні кампанії на соціальних мережах для підтримки своїх ініціатив, залучення голосів та мобілізації виборців.

Журналісти: Використовують соціальні мережі для розповсюдження своїх інформаційних проектів та сприяння дебатам [19].

Соціальні мережі стали не тільки платформою для інформаційної взаємодії, але й інструментом формування громадської думки, впливу на політичні процеси та зміни в суспільстві. Однак важливо враховувати етичні питання, прозорість та відповідальне використання цих медійних ресурсів.

Взаємодія між журналістами та політиками часто супроводжується конфліктами та співпрацею. Це визначається різними інтересами цих груп, а також їхніми ролями у формуванні та поширенні інформації.

1. Конфлікт інтересів:

Журналісти: Намагаються забезпечити об'єктивну та правдиву інформацію, що може суперечити інтересам політиків.

Політики: Мають свої стратегічні цілі та бажання створити певний образ, що може конфліктувати з цілями журналістів.

2. Прозорість та доступ до інформації:

Журналісти: Часто борються за доступ до закритої інформації та прозорість в діяльності влади.

Політики: Часом можуть бути обережні щодо розкриття певних аспектів, що може викликати конфлікт зі ЗМІ.

3. Оцінка дій та рішень:

Журналісти: Мають право та обов'язок критикувати дії та рішення політиків, що може викликати негативну реакцію.

Політики: Часто стикаються з критикою ЗМІ, що може породжувати конфліктні ситуації.

4. Контроль інформації:

Журналісти: Намагаються контролювати інформаційний простір та уникати спроб маніпуляції владою.

Політики: Зацікавлені в управлінні своїм образом та контролі над інформацією, що викликає потенційні конфлікти [20].

1. Надання інформації:

Журналісти: Залучаються до отримання та поширення інформації від політиків для створення збалансованих матеріалів.

Політики: Використовують ЗМІ для надання інформації про свою діяльність та позиції.

2. Комунікація з громадськістю:

Журналісти: Можуть використовувати інформацію та висновки політиків для комунікації з аудиторією.

Політики: Встановлюють зв'язки з ЗМІ для ефективної комунікації з громадськістю.

3. Взаємодія на прес-конференціях:

Журналісти: Можуть брати участь у прес-конференціях для отримання відповідей на свої питання та розуміння позицій політиків.

Політики: Використовують прес-конференції для представлення своїх позицій та відповіді на запитання ЗМІ.

4. Допомога у висвітленні подій:

Журналісти: Отримують коментарі та експертні висновки від політиків для покращення якості своїх матеріалів.

Політики: Можуть використовувати ЗМІ для підтримки висвітлення певних подій та ініціатив.

5. Обговорення суспільних питань:

Журналісти: Сприяють публічним дебатам, створюючи платформу для обговорення важливих суспільних питань.

Політики: Використовують ЗМІ для акцентування уваги на конкретних аспектах ініціатив та розвитку дебатів.

Співпраця та конфлікти в цій взаємодії є невід'ємними частинами сучасного інформаційного простору. Це важливо для забезпечення балансу інформації, прозорості та відкритості в політичних та журналістських процесах [21].

Ця взаємодія може мати важливий вплив на формування громадської думки і стабільність суспільства. Важливо, щоб обидві сторони розуміли відповідальність за інформацію, яку вони передають, та дотримувалися принципів етики і об'єктивності.

2.2. Вплив жанрових особливостей медіа на формування образів

Жанрові особливості медіа впливають на формування образів у значущий спосіб, враховуючи, що кожен медійний жанр має свої характерні риси, завдання і способи взаємодії з аудиторією.

Стиль та тон — це два важливі аспекти в мовленні та написанні, що визначають характер, настрій та відносини між автором та аудиторією. Обидва поняття використовуються як у літературі, так і в мовленні загалом, а також в інших медійних формах, таких як журналістика, блогінг, відеопродукція та інші.

Стиль — це унікальний, ідентифікований спосіб виразу, який визначається вибором слів, фраз, синтаксису та лексики. Стиль допомагає визначити особливості авторського голосу та ставить в особливий контекст текст чи мовлення. Автор може використовувати формальний стиль зі складними конструкціями або, навпаки, неформальний стиль з легкістю та розмовною лексикою.

Тон — це загальна емоційна атмосфера чи відношення, виражене в мовленні чи письмі. Тон може бути формальним, неформальним, позитивним, негативним, співчутливим тощо. Тон впливає на сприйняття повідомлення та визначає, як читач чи слухач має реагувати на висловлювання. Тон може бути жартівливим, серйозним, роздратованим, розслабленим, офіційним тощо.

Обидва ці аспекти можуть змінюватися в залежності від контексту, цільової аудиторії та мети комунікації. Використання відповідного стилю та тону допомагає досягати комунікативних цілей та взаєморозуміння з аудиторією. Важливо враховувати контекст та особливості аудиторії для ефективної комунікації та формування відповідного враження [22].

Наративна структура — це організаційна форма оповіді або розповіді, що визначає, як події або інформація представляються та взаємодіють у контексті оповіді. Цей аспект є ключовим для розуміння того, як розповідь розвивається та впливає на читача чи глядача. Наративна структура зазвичай включає в себе такі елементи, як вступ, конфлікт, розвиток сюжету, підсумок та заключення.

Початкова частина оповіді, де представляються головні персонажі, місце подій та основні обставини. Встановлює контекст та надає читачеві або глядачеві необхідну інформацію для подальшого розуміння оповіді.

Події розгортаються, конфлікт набуває форми, і сюжет стає більш складним. Зацікавлює аудиторію та створює напругу чи очікування щодо розвитку оповіді. Вирішення основного конфлікту або досягнення вибору, який визначає подальший оборот подій. Переважно емоційний момент, який узгоджує конфлікт та підготовлює шлях до завершення.

Поступове розгортання дій після кульмінації, що призводить до завершення оповіді. Завершення сюжету та вирішення всіх важливих питань. Заклучна частина оповіді, яка може містити висновки, навчання чи залишати питання для роздумів. Закриття оповіді та надання повнішого розуміння теми чи головної ідеї.

Наративна структура може варіюватися в залежності від жанру, авторського стилю та цілей оповіді. Добре структурована оповідь зазвичай захоплює увагу аудиторії та надає враження системності та повноти.

Емоційний вплив в медіа може мати значущий ефект на формування уявлень про політиків та громадських діячів у суспільстві. Медіа грають

ключову роль у створенні образів та вражень, і емоційний компонент може суттєво впливати на сприйняття цих постатей [23].

Створення публічного образу є складним та стратегічним процесом, який включає в себе різноманітні елементи, такі як зовнішність, комунікаційні навички, сприйняття громадськістю та контроль над інформацією, що профілюється. Цей процес дуже важливий для політиків, громадських діячів та інших публічних постатей, оскільки публічний образ може впливати на їхні можливості досягти своїх цілей.

Важливо бути справжнім і відкритим. Громадськість цінує автентичних лідерів, які відповідають своїм словам. Здатність привертати і утримувати увагу громадськості грає ключову роль. Харизматичні лідери можуть бути більш привабливими для аудиторії.

Вигляд та одяг можуть суттєво впливати на сприйняття. Важливо підтримувати професійний та дбайливий вигляд. Використання символів або логотипів може допомогти створити впізнаваність та асоціації з конкретним лідером чи організацією. Вміння говорити перед публікою та ефективно спілкуватися важливі для створення позитивного образу. Взаємодія з журналістами та мас-медіа може впливати на сприйняття громадськістю. Ефективна медійна стратегія допомагає контролювати інформацію.

Важливо розуміти, як сприймається лідер чи організація в громадськості, і вживати заходів для покращення цього сприйняття. Взаємодія з різними групами та спільнотами може сприяти формуванню позитивного образу серед різних аудиторій. Якщо виникає кризова ситуація, швидке та ефективне реагування може зберегти публічний імідж. Важливо бути готовим до управління кризовими ситуаціями.

Створення публічного образу вимагає уважної стратегії, враховуючи усі аспекти комунікації та впливу на аудиторію. Вдале формування образу може сприяти досягненню політичних чи громадських цілей та забезпечити підтримку громадськості.

Емоційна публічна реакція є суттєвим фактором в публічному житті, особливо для політиків, громадських діячів та інших публічних постатей. Публічна реакція визначається тим, як громадськість реагує на події, заяви чи дії цих осіб. Емоції можуть варіювати від позитивних, таких як захоплення та підтримка, до негативних, таких як невдоволення та обурення.

Якщо особа виражає свої думки або реагує на події з емоційною виразністю та вірогідністю, це може суттєво впливати на емоційний тон громадської реакції. Користувачі соціальних мереж можуть висловлювати свої емоції через коментарі, лайки та репости. Соціальні мережі можуть швидко розповсюджувати емоційно заряджені повідомлення та впливати на громадську думку [24].

Те, як мас-медіа представляють події та коментують дії публічних осіб, може визначати емоційний настрій громадськості. Заголовки та тон статей можуть впливати на сприйняття. Ситуації, пов'язані з кризами, катастрофами, трагедіями чи важливими суспільними питаннями, часто викликають емоційні реакції громадськості.

Активність громадських груп та активістів може викликати емоційні реакції та мобілізувати громадськість до активних дій. Якщо публіка сприймає лідера як авторитетного та популярного, емоційна реакція може бути більш позитивною.

Емоційна публічна реакція може мати суттєвий вплив на публічних постатей, формуючи їхній імідж та визначаючи ставлення громадськості. Політики та громадські діячі повинні бути свідомі цього впливу та управляти емоційними аспектами свого публічного образу для досягнення позитивного сприйняття та підтримки аудиторії.

Емоційний імідж та персоналізація є важливими елементами взаємодії політиків, громадських діячів та інших публічних постатей з аудиторією. Ці аспекти сприяють створенню сприйняття особистості, зрозуміння та позитивного відношення громадськості. Важливість емоційного іміджу та

персоналізації виходить за межі формальної політичної риторики і включає глибоке з'єднання з громадськістю.

Показ емоцій та співпереживання є важливими елементами автентичності. Громадськість часто цінує лідерів, які можуть висловлювати свої емоції. Розкриття особистих сторін та відчуття спільності може підвищити емпатію та підтримку. Створення емоційно заряджених звернень та повідомлень, які виражають людські цінності та ідеали, може сприяти формуванню позитивного іміджу [24].

Розповідь особистих історій та досвіду може створювати зв'язок між лідером та громадськістю. Це може допомагати людям легше ідентифікуватися з публічною постаттю. Викладання особистих думок, фотографій, відео та інших матеріалів на соціальних мережах може розширити образ та дозволити більш особистій взаємодії з громадськістю. Створення особистого вмісту в форматі блогів чи подкастів може допомагати висловлювати свою особистість та взаємодіяти з аудиторією.

Підкреслення важливості сімейних цінностей та показ родини може додатково персоналізувати лідера в очах громадськості. Активна участь у локальних подіях та спільнотних ініціативах може створити образ лідера, який важливий для своєї спільноти. Активна участь в благодійних ініціативах та соціальних проектах може підсилити емоційний імідж та персоналізацію.

Сполучення емоційного іміджу та персоналізації є ефективним стратегічним підходом до спілкування з аудиторією та формування позитивного сприйняття. Важливо збалансувати емоційність з вірогідністю та автентичністю для досягнення найкращого взаємодії з громадськістю.

Кризовий імідж виникає, коли особа чи організація потрапляє в ситуацію, яка загрожує їхньому репутаційному статусу та громадському сприйняттю. Кризовий імідж може виникнути через ряд подій, таких як публічні скандали, негативні новини, конфлікти чи інші негативні ситуації. Ефективне управління

кризовим іміджем важливо для збереження довіри громадськості та відновлення позитивного враження.

Зрозуміння обсягу проблеми, ідентифікація ключових фактів та аналіз можливих наслідків. Визначення того, як кризова ситуація може впливати на різні групи зацікавлених сторін, таких як клієнти, партнери, акціонери та інші. Важливо швидко взаємодіяти зі сферою мас-медіа та громадськістю для висловлення офіційної позиції. Відкритість та чесність є ключовими. Забезпечення точної та об'єктивної інформації допомагає уникнути подальших спекуляцій.

Залучення вищого керівництва для висловлення відповідальності та покращення сприйняття від громадськості. Показ справжнього співчуття та визнання помилок може полегшити реакцію громадськості. Відстежування реакцій громадськості та взаємодія з користувачами соціальних мереж для вирішення конкретних питань чи непорозумінь. Активна участь у дискусіях та відповіді на питання чи обурення допомагають вирішувати проблему в режимі реального часу.

Залучення до благодійних дій може допомогти відновленню позитивного іміджу та відновленню довіри. Співпраця з громадськими організаціями може відзначити зобов'язання до вирішення певних соціальних питань [25]. Забезпечення зрозуміння серед персоналу та залучення їх до спільної реакції на кризу.

Управління кризовим іміджем вимагає дбайливого планування, швидкого реагування та зосередженості на відновленні довіри та позитивному сприйнятті. Критично важливо взаємодіяти з громадськістю відкрито та ефективно для уникнення подальших негативних наслідків.

Емоційний вплив може бути потужним інструментом у формуванні образу політиків та громадських діячів. Важливою вимогою є відповідальне та об'єктивне використання цього впливу, оскільки надмірне маніпулювання

емоціями може призвести до спотворених представлень та віддалення від об'єктивної інформації.

Характери та рольове відтворення політиків та громадських діячів в медіа в значній мірі визначають те, як громадськість сприймає цих осіб. Журналісти відіграють ключову роль у створенні образів та формуванні громадської думки.

Обрання характерів є ключовим аспектом медійної публікації та формування образів громадських постатей, включаючи політиків та громадських діячів. Цей процес може значно впливати на сприйняття аудиторією та визначати, яким чином ці особи представлені в інформаційному просторі.

Образ громадських діячів чи політиків, створений журналістами, може значно впливати на сприйняття глядачів або читачів. Журналісти використовують різноманітні стратегії для створення образу "героя" чи "зłodія" залежно від своєї редакційної політики, завдань і власних переконань. Підкреслення героїчних чинів, благодійності, справедливості та інших позитивних аспектів діяльності. Або навпаки, висвітлення негативних ситуацій, конфліктів, скандалів, що може створити образ "зłodія" [26].

Використання позитивного тону, підкреслення досягнень, лояльність у висловлюваннях. Використання саркастичного, критичного або негативного тону при коментуванні дій особи. Використання фотографій, на яких герой виглядає позитивно та енергійно. Використання фотографій, на яких відображені негативні моменти чи несприятливі обставини.

Підкреслення цитат, які відображають позитивні переконання та погляди особи. Вибір цитат, які можуть створити негативне враження від особи. Формати, які намагаються представити об'єктивну картину подій. Може включати в себе елементи драми чи жартів, що можуть впливати на образ. Спрямований на створення позитивного образу, де постать представляється як "герой". Спрямований на створення негативного образу, де постать представляється як "зłodій".

Журналісти мають значний вплив на формування образів громадських діячів та політиків через вибір інформації, мовний стиль та визначення контексту. Важливо, щоб цей вплив був обґрунтований та враховував різні точки зору, забезпечуючи об'єктивність та різноманітність в інформаційному просторі.

Образ громадських діячів чи політиків, як "лідер" чи "лузер", формується журналістами через вибір тем, підходів та інтерпретацію подій. Такий підхід може впливати на сприйняття глядачів або читачів та формувати їхню думку про особу. Підкреслення досягнень, успіхів та позитивних внесків в суспільство. Висвітлення невдач, помилок чи критика щодо результатів діяльності.

Підкреслення лідерських якостей, таких як впевненість, відданість, відповідальність. Акцент на відсутності лідерських властивостей або приклади неефективного керівництва. Підкреслення позитивної взаємодії з громадою, вислуховування потреб та вирішення проблем. Акцент на недостатній взаємодії, неприйнятті потреб громади або конфліктній ситуації.

Позитивне представлення результатів роботи, вдосконалення ситуації та досягнення конкретних показників. Підкреслення негативних результатів, відсутності прогресу та неефективності дій. Спроможність ефективно керувати кризовими ситуаціями, приймати важливі рішення та забезпечувати безпеку. Підкреслення негативних аспектів реакції на кризові ситуації, можливих помилок чи неефективних дій. Позитивне висвітлення медійних кампаній, підтримка громадськості та сприятлива публічна реакція. Акцент на негативних реакціях, критиці чи втраті підтримки громадськості [27]. Використання мовленнєвих стратегій, спрямованих на підсилення позитивного враження від особи. Можливе використання критичного чи негативного мовлення.

Важливо враховувати, що формування образу "лідера" чи "лузера" може бути складним та залежить від багатьох факторів, таких як контекст, культурні

впливи, політичні умови тощо. Журналісти повинні дотримуватися етичних стандартів та намагатися надавати об'єктивну та збалансовану інформацію.

Формування публічного враження та поширення міфів про громадських діячів чи політиків часто є результатом медійного впливу. Журналісти можуть використовувати різноманітні стратегії для створення конкретного образу, який може впливати на сприйняття громадськістю. Висвітлення конкретних подій або дій, які можуть впливати на сприйняття громадськості. Використання заголовків, які привертають увагу і можуть створювати драматичний наратив.

Підкреслення негативних аспектів діяльності чи особистого життя громадського діяча. Подання інформації в такий спосіб, який підкреслить певний образ. Спрямованість на створення позитивного чи негативного зображення особи. Створення певних міфів чи стереотипів, які можуть впливати на загальне сприйняття.

Залучення емоційного враження аудиторії для зміцнення враження від громадського діяча. Використання образів, які апелюють до емоцій чи вражень. Розгляд подій чи вчинків в широкому контексті для зрозуміння обставин. Порівняння з іншими ситуаціями для створення образу, що відрізняється від загального стереотипу. Взаємодія з аудиторією через соціальні мережі для впливу на публічне враження. Використання відео, аудіо та інших форм мультимедіа для покращення враження. Співпраця з іншими медійними засобами для підсилення впливу на образ. Використання різних медійних форматів для створення комплексного образу.

Журналісти мають велику відповідальність за те, як вони представляють громадських діячів та політиків, і важливо намагатися забезпечити об'єктивність, точність та справедливість в інформаційному висвітленні [28].

Сексуалізація та етнічні стереотипи можуть бути використані журналістами для формування образу громадських діячів чи політиків. Ці елементи можуть впливати на сприйняття громадськістю, але водночас можуть порушувати етичні стандарти та сприяти створенню негативного середовища.

Вибір фотографій та заголовків, які акцентують увагу на зовнішності та одязі громадських діячів. Акцент на особистих відносинах, родині чи інших аспектах особистого життя, що може бути неспівмірно великим. Використання мовленнєвих засобів та термінології, що може підкреслити або посилити етнічні стереотипи. Використання візуальних елементів, які можуть викликати асоціації з певною етнічною групою.

Використання сексуально орієнтованої інформації чи етнічно зумовлених зауважень, що порушує принципи об'єктивності та професіоналізму. Створення несправедливого біасу на підставі статі чи етнічної приналежності. Можливе поглиблення статевого або етнічного розділень в суспільстві через нерівносілляне висвітлення. Відзив громадян на неетичне використання сексуальної або етнічної інформації. Як це може впливати на самопочуття та роботу осіб, що стають об'єктом сексуалізації або етнічних стереотипів. Вплив активності в соціальних мережах на формування образу та сприйняття. Як змінюється позиція громадян щодо сексуалізації та етнічних стереотипів.

Журналісти повинні бути особливо обережними, щоб уникати стереотипів та сексуалізації, які можуть порушувати принципи об'єктивності та рівності. Важливо розуміти вплив своїх слів та образів на громадянськість та дотримуватися етичних стандартів журналістики.

Підкреслення певних рис та дій громадських діячів чи політиків є важливою стратегією для формування образу в медіа. Журналісти використовують ці стратегії для акцентування уваги глядачів або читачів на конкретних аспектах особистості чи діяльності. Підкреслення рішучості та визначеності в лідерських рішеннях та діях [29]. Акцент на відданості певним цілям та здатності мобілізувати громаду.

Висвітлення співпраці та успіхів в командній роботі. Підкреслення вміння вислуховувати і входити в діалог з різними групами громадян. Акцент на благодійних діях, спонсорствах та соціальних ініціативах. Підкреслення важливості врахування інтересів та потреб громади.

Висвітлення професійної експертизи та досвіду в певній області. Акцент на інноваціях, творчості та впровадженні новаторських ідей. Використання емоційного звернення та підкреслення емпатії. Ділитися особистими розповідями та досвідом для зміцнення зв'язку. Висвітлення повсякденних аспектів життя для створення близькості з аудиторією. Включення сімейних аспектів для підкреслення людської сторони особи. Висвітлення дій та реакцій у кризових ситуаціях. Акцент на спільній підтримці та об'єднанні громади в часи кризи.

Журналісти відіграють важливу роль у створенні образів громадських діячів та політиків. Важливо, щоб цей процес був об'єктивним та передавав різноманітні аспекти особистості та діяльності, а не обмежувався певними аспектами чи спрямуванням [30].

Комунікаційна стратегія, яку використовують журналісти при формуванні образу громадських діячів чи політиків, може включати різні аспекти. Важливо надавати об'єктивну та збалансовану інформацію, але при цьому підкреслювати ключові моменти для формування конкретного враження. Розповідь історій, які підкреслюють позитивні аспекти особистості чи діяльності громадського діяча. Використання символів і метафор для створення емоційного підґрунтя.

Виділення та повторення ключових ідей та повідомлень. Ефективне використання різноманітних риторичних засобів для підсилення враження. Участь у телевізійних та радіопрограмах для безпосереднього спілкування з аудиторією. Публікації статей та колонок для розкриття позитивних аспектів діяльності.

Активна присутність на соціальних мережах для взаємодії з громадою та розповсюдження інформації. Проведення конференцій, зустрічей та інших публічних заходів. Підготовка до можливих кризових ситуацій та ефективне реагування на них. Визнання помилок та роз'яснення кроків, які приймаються для виправлення ситуації. Включення позитивних відгуків та рекомендацій в матеріали про громадського діяча. Робота над створенням партнерських

відносин та співпраця з впливовими особами. Використання різних типів медіа-контенту для більш ефективного сприйняття аудиторією. Адаптація комунікації для різних груп аудиторії з урахуванням їхніх потреб та цінностей.

Використання цих стратегій допомагає журналістам ефективно комунікувати з громадськістю та формувати образ громадських діячів чи політиків, враховуючи ключові аспекти, які можуть впливати на сприйняття.

Вибірковість у висвітленні громадських діячів чи політиків може впливати на сприйняття громадськістю та формування образу. Журналісти можуть обирати певні аспекти чи події для акцентування уваги, що може впливати на загальний враження від особи. Така вибірковість може мати різні наслідки, як позитивні, так і негативні. Вибірковість може сприяти акцентуванню на досягненнях, позитивних вчинках та важливих ініціативах громадського діяча. Журналісти можуть вибирати аспекти особистості чи діяльності, які підкреслюють сильні сторони та позитивні риси [25].

Вибір аспектів, які можуть бути об'єктом критики, може впливати на формування негативного образу. Журналісти можуть обирати події чи вчинки, які є контроверсійними, для підсилення цікавості аудиторії. Вибір аспектів, що підкреслюють відповідальність та серйозність, може створювати позитивне враження. Уникання вибіркової, яка спрямована на створення сенсацій або необгрунтованої критики.

Вибір аспектів може впливати на використання ключових слів чи образів, що можуть передавати стереотипи. Журналісти повинні уникати упередженостей та стереотипів, які можуть впливати на об'єктивність. Вибір аспектів може впливати на рівень довіри громадськості до засобів масової інформації та їхньої об'єктивності. Важливість прозорості та відкритості в обранні новин та інформаційних матеріалів.

Журналісти повинні бути уважними до вибіркової у висвітленні громадських діячів та політиків і намагатися дотримуватися принципів об'єктивності, точності та справедливості в інформаційній діяльності.

Обрання характеру - це стратегічний підхід для формування образу громадської постаті. Це може бути здійснене через вибір інформації для публікацій, стилістику, коментарі, які використовуються в матеріалах. Важливо враховувати вплив цього процесу на сприйняття аудиторії та забезпечувати об'єктивність та точність інформації.

Жанрові особливості у висвітленні образу громадських діячів та політиків в медіа можуть різнитися залежно від жанру інформаційного матеріалу. Різні медіаформати, такі як новини, інтерв'ю, аналіз, коментарі, ток-шоу та інші, мають свої особливості у створенні образів.

В новинах формування образів громадських діячів та політиків відбувається через ретельний вибір фактів, подій та коментарів, які публікуються чи транслюються. Тут дуже важливо дотримуватися принципів об'єктивності та точності. Забезпечення представлення різних точок зору та позицій. Вказання на точність фактів та дотримання журналістських стандартів. Подання інформації в найкоротший термін після події. Виділення ключових аспектів, які є актуальними для аудиторії. Вибір подій та ситуацій, які мають значущий вплив. Формування образу головних учасників подій.

Включення експертних оцінок та коментарів від фахівців. Систематичне узагальнення та аналіз подій. При висвітленні новин важливо уникати суб'єктивності та емоційного заангажування журналіста. Використання об'єктивного мовлення без втручання особистих оцінок. Інформування громадськості про можливі порушення та незаконності. Виділення проблем, які вимагають уваги суспільства. Використання зрозумілої мови для різних шарів читачів або слухачів. Використання графіки, відео та інших мультимедійних засобів для кращого розуміння матеріалу.

Журналісти у сфері новин відіграють ключову роль у формуванні образу громадських діячів та політиків, які стають об'єктом висвітлення. Важливо дотримуватися високих журналістських стандартів та забезпечувати об'єктивність та точність інформації [26].

Інтерв'ю є важливим жанром, що дозволяє глибше розкрити особистість, погляди та характер громадських діячів та політиків через прямий діалог. Задання запитань, що дозволяють розкрити особисті відомості та життєвий досвід героя. Спостереження за реакціями та спроби розкрити ставлення до непередбачуваних обставин.

Задання питань, спрямованих на розкриття поглядів та переконань героя. Формування образу за допомогою розгляду ключових тем, які є важливими для аудиторії. Створення образу за допомогою виразності та емоцій в мовленні. Звернення уваги на словесне вираження та стилістику мовлення. Спроби побудувати довірливі відносини між журналістом та героєм інтерв'ю. Розкриття відкритості та здатність до взаєморозуміння.

Підкреслення лідерських якостей героя під час інтерв'ю. Показ реальної реакції на виклики та проблеми. Подання відповідей у контексті актуальних подій та питань, що цікавлять аудиторію. Відповіді на питання глядачів або слухачів, що дозволяє активно взаємодіяти з аудиторією.

Інтерв'ю є важливим інструментом для розкриття образу громадських діячів та політиків через їхні власні слова та виразне виявлення особистості.

Аналіз та коментарі в медіа є форматом, який дозволяє журналістам висловлювати свої думки, надавати експертні оцінки та глибший розгляд подій. Під час формування образів громадських діячів та політиків через аналіз та коментарі, деякі важливі аспекти включають наступні елементи. Надання докладного та глибокого аналізу ключових подій та ситуацій. Розміщення обговорюваних питань у контексті історії, соціокультурних та політичних реалій.

Визначення та акцентування ключових позицій у висвітленні образу громадських діячів та політиків. Виділення аспектів, які є важливими для формування позиції. Використання мовлення, що відображає високий рівень інтелекту та експертності. Передача складних концепцій у доступній формі для різних аудиторій.

Висловлення критичних зауважень з обґрунтуванням та пропозицією можливих рішень. Уникання агресивної критики та збереження балансу у висловлюваннях. Урахування різноманітності позицій та уникання екстремізму. Спроби знаходження спільних точок для зближення різних поглядів. Використання конкретних прикладів для підсилення аргументів та ілюстрації думок. Поєднання теорії з реальними прикладами для кращого розуміння аудиторією [27].

Створення стимулів для обговорення та дебатів серед глядачів/слухачів. Відповіді на питання та коментарі аудиторії для підтримки відкритості та взаємодії.

Аналіз та коментарі створюють можливість для глибокого розуміння суті та важливості подій і водночас впливають на формування образу героїв.

Ток-шоу - це медіаформат, який часто використовується для формування образів громадських діячів та політиків. У цьому форматі важливо створити динамічну атмосферу дискусії та акцентувати увагу на ключових аспектах образу гостей. Запрошення гостей з різними поглядами та позиціями для підсилення контрастів. Вибір тем, які можуть викликати суперечки та гострі обговорення.

Забезпечення активності та динамізму у веденні програми. Сприяння висловленню емоцій гостей для створення динамічної атмосфери. Запитання, спрямовані на глибше відкриття особистості гостей. Звертання уваги на особисті чи інтимні аспекти життя героїв. Залучення гостей до конструктивних дебатів та пошуку рішень. Використання реальних прикладів для демонстрації можливих компромісів.

Запрошення гостей з різних соціокультурних та політичних груп. Збереження балансу та уникаємо подачі екстремістських поглядів. Надання можливості глядачам долучитися до обговорення через відкриті лінії та коментарі. Залучення глядачів до вирішення питань і висловлення своєї думки.

Забезпечення різноманіття поглядів серед гостей та уникання однобокості. Забезпечення відкритого та безпечного простору для обговорення [28].

Використання мультимедійних засобів для ілюстрації позицій героїв та підсилення ефекту обговорення. Залучення графіки та інтерактивних елементів для активізації уваги глядачів. Використання лайтових елементів для зняття напруги та створення розважальної атмосфери. Введення елементів гумору та інтриги для збереження зацікавленості аудиторії. Забезпечення активного діалогу, де гості можуть активно висловлювати свої погляди. Спостереження за поведінкою та взаємодією гостей для формування образу.

Ток-шоу може впливати на формування образів громадських діячів та політиків через динамічну дискусію та взаємодію учасників, а також за допомогою емоційного відтворення інформації.

Документальні фільми є одним із потужних засобів впливу на формування образів громадських діячів та політиків. Вони можуть допомагати глядачам отримати більше контексту та розуміння щодо життя, кар'єри, поглядів та впливу цих осіб. Розгляд раннього життя та коренів героя для розуміння впливу на його сучасну особистість. Підробний розгляд ключових подій, що сформували героя.

Включення особистих історій та емоційно заряджених моментів для співпереживання глядача. Залучення родичів, близьких друзів або колег для отримання їхнього внеску. Відображення ключових моментів у кар'єрі та досягнень героя. Включення експертних висловлень про внесок героя в певну галузь чи сферу.

Порушення питань соціальної важливості та впливу героя на оточуючих. Використання свідчень, світлин та відеоматеріалів для підкреслення соціального впливу. Розкриття ключових моментів, коли герой приймав важливі рішення та розробляв стратегії. Відображення еволюції поглядів героя на різних етапах життя. Представлення реалістичного відображення труднощів,

з якими зіткнувся герой під час досягнення своїх цілей. Показ, як герой подолав виклики та вдосконалився протягом часу.

Ретроспективний огляд результатів та навчання, які герой отримав із власного досвіду. Порівняння героя на різних етапах його життя для підкреслення розвитку та зростання. Використання естетики та монтажу для створення ефективного образу героя. Використання спецефектів та візуальних засобів для підсилення ефекту документалістики. Забезпечення об'єктивності шляхом представлення різних точок зору та версій подій [29]. Збереження балансу у представленні інформації про героя. Співпраця з самим героєм та його оточенням для забезпечення автентичності відображення. Використання архівних матеріалів та особистих архівів для додавання автентичності.

Документальні фільми можуть глибоко впливати на сприйняття героїв аудиторією та відігравати ключову роль у формуванні образів громадських діячів та політиків.

Сатира та гумор в медіа можуть бути потужними інструментами для формування образів громадських діячів та політиків. Журналісти використовують гострі жартівливі елементи для висвітлення різних аспектів особистості та діяльності цих осіб. Однак важливо зберігати баланс між гумором і повагою, уникати образливих висловлювань та дотримуватися етичних норм. Журналісти можуть використовувати гумор для комічного відтворення ключових подій чи ситуацій, пов'язаних з громадськими діячами. Сатиричні жарти можуть висвітлювати недоліки чи несподівані аспекти дій політиків.

Використання іронії та сарказму для створення гострих коментарів до певних вчинків чи заяв політиків. Розміщення карикатур, що відзначають характерні особливості героїв. Проведення гумористичних інтерв'ю та дискусій, де герої можуть виявити свій гумористичний потенціал. Використання нестандартних запитань та ситуацій для стимулювання гумористичних відповідей.

Створення сатиричних статей чи коментарів в пресі та онлайн-медіа, які висвітлюють абсурдні або контроверсійні моменти в діяльності політиків. Використання гострих заголовків та іронічних підписів до фотографій. Активне використання соціальних мереж для поширення гумористичних мемів, відеороликів чи жартівливих анекдотів про громадських діячів. Ретвіти та шері, що поширюють гумористичний контент, можуть впливати на популярність чи сприйняття героїв [30].

Залучення політиків у гумористичні теле- чи онлайн-шоу для створення позитивного та гумористичного образу. Використання гумористичних елементів у спеціальних проектах чи виступах наряду з коміками. Створення гумористичних сценаріїв, в яких герої можуть взяти участь, що дозволяє побачити їхню гумористичну сторону. Використання амплуа та гумористичних ролей для формування образу.

Важливо враховувати, що гумор та сатира мають свої межі, і вони повинні залишатися в межах етичних норм. Використання гострого гумору може викликати різні реакції, тому важливо бути обережним та уникати можливих образливих або неприємних наслідків.

Спеціальні проекти в медіа можуть бути ефективним засобом формування образів громадських діячів та політиків. Ці проекти дозволяють поглибити розуміння аудиторії про особистість, погляди та досягнення героїв, використовуючи різноманітні формати та підходи. Проведення докладного аналізу життєвого шляху героя, висвітлення ключових подій та досягнень. Використання особистих історій та емоційних моментів для підсилення сприйняття.

Проведення ексклюзивних та глибоких інтерв'ю з героєм для висвітлення його поглядів, цілей та особистих переживань. Включення інтерв'ю з родичами, друзями чи колегами для отримання різних поглядів. Розгляд ключових моментів у діяльності героя за допомогою журналістських розслідувань. Визначення результатів та впливу героя на суспільство.

Залучення героя до гуманітарних та благодійних проєктів для створення позитивного образу. Взаємодія з аудиторією через соціальні мережі та віртуальні спільноти. Створення гумористичних скетчів та виступів з участю героя. Участь у гумористичних талант-шоу для розвитку комічних навичок.

Залучення героя до проєктів, що спрямовані на молодь. Взаємодія з аудиторією через онлайн-трансляції та відповіді на питання. Видання спеціальних тематичних видань про героя з глибоким аналізом його діяльності. Розробка спеціальних випусків телепередач, радіо чи онлайн-медіа про героя. Створення веб-сайтів, де аудиторія може вивчати інформацію про героя у цікавому форматі. Організація мультимедійних виставок, які розкривають життя та досягнення героя.

Створення документальних фільмів про героя для широкої аудиторії. Участь у спеціальних ток-шоу та дискусіях. Участь у культурних заходах, що підвищують престиж та позитивний образ героя. Залучення до спортивних івентів для підвищення популярності [31].

Спеціальні проєкти можуть бути ключовим елементом стратегії формування образу громадських діячів та політиків через медіа, сприяючи поглибленню розуміння аудиторією їхньої особистості та внеску в суспільство.

Журналісти розробляють свої підходи в залежності від жанру та завдань, спрямованих на конкретну аудиторію. Важливо враховувати, що образ, сформований в одному жанрі, може відрізнитися від образу в іншому.

Використання цитат та фактів є одним із ключових методів, якими журналісти формують образи громадських діячів та політиків через медіа. Ці елементи допомагають підкреслити характеристики особистості, висловити погляди та передати ключові моменти їхнього життя та діяльності. Відбір цитат, які висвітлюють індивідуальний стиль та манеру висловлювання героя. Використання цитат, які відображають ключові заяви та погляди особистості.

Використання цитат з публічних виступів героя для відображення його позицій та комунікативних навичок. Виділення цитат, які акцентують увагу на

важливих темах та ідеях. Використання фактів та статистики для підкреслення досягнень та успіхів героя. Представлення об'єктивних фактів для аргументації поглядів та позицій героя. Використання цитат та фактів, які асоціюють героя з важливими історичними подіями. Використання інформації про культурне спадщину героя для підкреслення його унікальності [32].

Використання цитат та відгуків від людей, які близькі до героя, для створення повного образу. Використання свідчень, які надають аудиторії відчуття довіри та автентичності. Використання цитат, які висвітлюють емоційні аспекти особистості героя. Використання фраз та висловлювань, які передають переживання та почуття героя. Використання цитат та фактів для пояснення контексту важливих подій та рішень героя. Використання аргументів та фактів для обґрунтування рішень героя.

Враховуючи ці аспекти, журналісти можуть створювати образи громадських діячів та політиків, які відображають їхню особистість, погляди та внесок у суспільство. Збалансоване та обґрунтоване використання цитат та фактів допомагає створювати повноцінні та достовірні образи для аудиторії.

Медійні стереотипи можуть значно впливати на формування образів громадських діячів та політиків через медіа. Журналісти можуть навмисно або ненавмисно використовувати стереотипи для спрощення та узагальнення образу особистості або групи, що може впливати на сприйняття аудиторією. Політиків може ставитися у визначений політичний табір, що спрощує їхні погляди та позиції. Використання стереотипів щодо корупції або чесності для створення образу політика.

Використання стереотипів про стать для підкреслення атрибутів лідерства або вразливості. Використання узагальнень щодо того, як мають вести себе чоловіки та жінки в політиці. Використання стереотипів, пов'язаних з етнічним походженням, що може впливати на сприйняття політика. Використання стереотипів, пов'язаних із соціальним статусом, для створення уявлення про політика.

Використання уявлень про те, як виглядає та як поводить ся молодий політик порівняно з досвідченим. Стереотипи, що пов'язані із віком, можуть впливати на сприйняття кваліфікації та здатностей. Використання стереотипів щодо зовнішнього вигляду та стилю для формування образу. Вплив стереотипів на процес брендування політика через його зовнішній вигляд.

Політиків можна ставити у визначені ідеологічні рамки, що спрощує їхні погляди. Використання релігійних уявлень для формування образу політика. Стереотипи, які створюються через взаємодію політика з медіа. Використання медійних стереотипів для створення стратегій публічних відносин [33].

Важливо враховувати, що використання стереотипів може впливати на об'єктивність та справедливість медійного висвітлення. Журналісти повинні бути свідомі власних упереджень та прагнути до об'єктивності у створенні образів громадських діячів та політиків.

Взаємодія між публіцистикою та політичними зацікавленостями журналістів може впливати на формування образів громадських діячів та політиків в медіа. Публіцистика, яка часто намагається представити об'єктивну інформацію, може бути використана для створення образів з урахуванням політичних контекстів та поглядів журналістів. Визначення та висвітлення тем, які є важливими для політичних зацікавлень журналістів. Спрямування уваги на аспекти особистості, які відповідають політичним поглядам авторів.

Використання тону та словникового запасу, які відповідають політичній нейтральності чи, навпаки, акцентування на певних аспектах через відповідні вислови. Побудова висловлювань таким чином, щоб вони відповідали політичним переконанням журналістів. Включення у висвітлення інтерв'ю та думок експертів, які поділяють політичні переконання авторів. Забезпечення представлення різноманітних точок зору, але можливо з деяким акцентом на ті, які відповідають політичним схильностям журналістів.

Створення аналітичних матеріалів та коментарів, які відображають політичні думки авторів. Визначення тем для аналізу, які відповідають

політичним інтересам. Спрямування текстів чи висловлювань до аудиторії, яка поділяє політичні погляди журналістів. Залучення аудиторії до дискусій та формування її думок у контексті політичних зацікавлень.

Використання публіцистичних матеріалів для створення образу особистості в політичному ключі. Виділення характеристик, які відповідають політичним уподобанням журналістів. Використання заголовків та зображень, які акцентують політично значущі аспекти особистості. Використання візуальних елементів для передачі політичних поглядів.

Врахування взаємодії публіцистики та політичних зацікавлень дозволяє краще розуміти, як журналісти впливають на формування образів громадських діячів та політиків у суспільстві через медіа. Цей процес може бути складним і пов'язаним з важливими аспектами журналістської етики та об'єктивності.

Журналісти визначають, які аспекти особистості політика чи громадського діяча будуть висвітлені в медіа. У такому контексті важливо розуміти, як вибір характеристик та рольове відтворення може впливати на сприйняття громадськістю та репутацію цих осіб [32].

Загалом, жанрові особливості визначають контекст і рамки, в яких формується образ. Розуміння цих особливостей допомагає медійним творцям ефективно спілкуватися з аудиторією та досягати бажаних цілей у формуванні образів та вражень.

Технічні засоби та жанрові особливості медіа мають значний вплив на формування образів громадських діячів та політиків. Використання різних медійних форматів, технічних ефектів та стилів може визначати спосіб, яким аудиторія сприймає та сприймає цих особистостей. Використання специфічних монтажних технік та кадрів для створення враження або підкреслення особливостей образу.

Застосування кольорової корекції для створення певного настрою чи враження від особистості. Використання звукових ефектів для створення атмосфери чи підкреслення певних аспектів образу. Вибір музичного

супроводу, який відповідає характеру особистості та створює певний емоційний вплив.

Застосування графіки та анімації для створення цікавих та вражаючих візуальних ефектів. Включення інтерактивних елементів, які дозволяють аудиторії ближче пізнати особистість. Вибір графіки та зображень для профілів у соціальних мережах, які підкреслюють обрану іміджеву стратегію. Застосування технічних рішень для ведення відео-блогів та онлайн-трансляцій, що дозволяє поближче спілкуватися з аудиторією.

Застосування віртуальної та доповненої реальності для створення унікальних та інноваційних вражень. Використання різних технічних інструментів для взаємодії з аудиторією та збору фідбеку. Додавання фотографій, інфографіки та інших візуальних елементів для ілюстрації текстового матеріалу. Застосування специфічного форматування та типографіки для виділення ключових моментів. Використання технічних засобів для ефективної реклами та просування образу громадських діячів. Використання технологій таргетування для доставки рекламних повідомлень аудиторії з певними інтересами [33].

Застосування технічних засобів дозволяє створювати більш насичені та ефективні медійні образи громадських діячів та політиків, а також підвищує залученість аудиторії. Технічні рішення можуть бути важливим інструментом у формуванні вражень та емоційного впливу на глядачів та читачів.

2.3. Конструктивні та деструктивні аспекти медіа-представлення

Медіа-представлення громадських діячів та політиків журналістами може мати як конструктивні, так і деструктивні аспекти, впливаючи на сприйняття глядачів, читачів та слухачів. Важливо розрізняти між об'єктивним інформуванням та вираженням власних поглядів або ставлення журналістів.

Щодо конструктивних аспектів, то об'єктивна інформація про громадських діячів та політиків, подана журналістами, грає важливу роль у формуванні образу цих особистостей для громадськості. Дотримання принципів об'єктивності в інформаційному висвітленні сприяє створенню достовірного та нейтрального враження. Журналісти повинні враховувати різні джерела і точки зору, щоб надати аудиторії повністю об'єктивну картину.

Важливо перевіряти факти та інформацію перед їхнім публікуванням, щоб уникнути поширення недостовірної інформації. Журналісти повинні уникати висловлення суб'єктивних оцінок чи власних думок без належної підстави. Надання інформації на різноманітні теми, а не лише тих, які можуть викликати сенсацію чи привертати увагу. Використання об'єктивної лексики, яка не має емоційного забарвлення чи стилізації [31].

Журналісти повинні уникати агресивного тону в статтях чи репортажах, який може викликати негативні емоції. Пояснення фактів та подій в контексті для кращого розуміння глядачами чи читачами. Надання можливості громадським діячам та політикам висловлювати свої погляди та пояснювати свої дії через інтерв'ю та діалог. Важливо дотримуватися принципів етики та чесності у висвітленні подій та інформації.

Об'єктивна інформація створює основу для свідомого сприйняття громадських діячів та політиків, дозволяючи громадськості робити інформовані висновки та утримувати своє власне ставлення. Це важливий елемент у формуванні довіри до медіа та підтримки демократичних цінностей.

Глибокий аналіз та документація громадських діячів та політиків є важливим елементом об'єктивного та інформативного представлення цих особистостей в медіа. Ці аспекти сприяють розумінню їхньої діяльності, поглядів та впливу на суспільство. Аналіз робіт, заяв та виступів громадських діячів для зрозуміння їхнього внеску у суспільство. Глибокий розгляд конкретних заяв, висловлюваних думок та становищ громадських діячів.

Вивчення історії та політичних досягнень для визначення рівня компетентності. Детальне вивчення освіти, професійного досвіду та шляху громадського діяча. Визначення ролі та активності у сфері благодійності та громадської діяльності. Аналіз обставин, які визначають певні дії та погляди. Визначення ставлення до конкретних питань та голосування в історії. Оцінка взаємодії та спілкування громадських діячів з громадою через соціальні мережі, відкриті форуми тощо [32].

Глибокий аналіз та документація громадських діячів допомагають створити повністю обґрунтований та детальний образ, що враховує різні аспекти їхньої діяльності. Це сприяє більш об'єктивному сприйняттю громадськістю та дозволяє формувати інформовані думки про політичних лідерів.

Забезпечення балансу поглядів у медіа-представленні громадських діячів та політиків є ключовим елементом об'єктивного та чесного інформаційного висвітлення. Баланс означає врахування різних точок зору та представлення різноманітності поглядів на певну тему чи особистість. Журналісти повинні намагатися включити різні погляди, висловлювання та аргументи на розглядувану тему. Забезпечення можливості висловлювання різних експертів та аналітиків для отримання різнопланових думок.

Освітлення різних аспектів питань для забезпечення об'єктивності. Уникнення віддання переваги тільки одній точці зору без достатньої обґрунтованості. Забезпечення нейтральності та об'єктивності в подачі інформації. Зрозуміння, як культурний та соціальний контекст може впливати на різні точки зору. Використання різноманітних джерел для забезпечення об'єктивності та достовірності інформації. Уникнення перебільшень чи маніпуляцій, спрямованих на вплив на глядачів у певний спосіб.

Баланс поглядів важливий для формування об'єктивного інформаційного простору, де глядачі та читачі можуть отримати повну картину подій та різні точки зору для власного аналізу та ухвалення рішень.

Відданість журналістським стандартам є ключовим аспектом для забезпечення етичного та професійного висвітлення громадських діячів та політиків у медіа. Журналістам слід дотримуватися високих норм професійної етики, щоб гарантувати об'єктивність та достовірність інформації. Відсутність суб'єктивних оцінок чи прихованої симпатії чи антипатії до особистостей. Використання перевірених та достовірних джерел, щоб уникнути поширення неправдивої інформації.

Забезпечення представлення різноманітних точок зору та уникнення однобічного висвітлення. Уникнення неправдивих звинувачень та дискредитації громадських діячів без належних підстав. Уникання ситуацій, де особисті або фінансові інтереси журналіста можуть впливати на об'єктивність. Дотримання встановлених професійних стандартів та кодексів етики. Забезпечення об'єктивності та уважності під час інтерв'ю та публічного діалогу. Використання лише достовірних джерел та підтвердження інформації перед публікацією.

Відданість журналістським стандартам сприяє збереженню довіри глядачів, читачів та слухачів до медіа та гарантує високий стандарт інформаційного висвітлення.

Сприяння громадській обсервації є важливим аспектом ролі журналістів у формуванні образів громадських діячів та політиків. Посилення відкритості та доступності інформації допомагає громадськості усвідомлювати різні аспекти діяльності та характеру цих особистостей [33]. Надання точних джерел інформації та даних, на яких ґрунтується матеріал. Інформування громадськості про проекти, ініціативи та діяльність громадських діячів та політиків.

Відвідання та висвітлення громадських заходів, де відбувається обговорення важливих тем. Створення можливостей для громадськості висловлювати свої питання та думки. Залучення громадськості до обговорення та аналізу подій та рішень. Ретрансляція офіційних звернень та позицій громадських організацій. Врахування думки громадськості щодо питань, які

стосуються діяльності громадських діячів та політиків. Надання експертних оцінок та аналізу діяльності громадських діячів для кращого розуміння громадськістю.

Сприяння громадській обсервації допомагає створити відкритий та взаємовигідний діалог між громадськістю та особистостями у сфері політики.

Журналісти, створюючи образи громадських діячів та політиків, впливають на формування інформації, яка може використовуватися для прийняття рішень громадськістю. Забезпечення того, щоб інформація була надійною, правдивою та об'єктивною для того, щоб громадськість могла утворювати свою власну думку. Представлення порівняльного аналізу дій громадських діячів та політиків для надання контексту та зрозуміння.

Фокус на ключових аспектах роботи особистостей для визначення їхньої ролі в розв'язанні суспільних проблем. Створення аналітичних матеріалів, які дозволяють громадськості розуміти ширший контекст та наслідки прийнятих рішень. Висвітлення ефективності та наслідків рішень, прийнятих громадськими діячами та політиками в минулому. Подання інформації про реакцію громадськості на дії та висловлювання особистостей.

Залучення експертів для надання додаткового контексту та глибшого розуміння питань. Створення механізмів для взаємодії з громадськістю та обговорення ключових питань. Визначення тем, які є найбільш важливими для громади та суспільства [34].

Ці практики допомагають журналістам надавати інформацію, яка є необхідною для громадянської участі та прийняття обґрунтованих рішень громадськістю щодо дій громадських діячів та політиків.

Емпатія та гуманізація у представленні громадських діячів та політиків є важливими аспектами, які можуть впливати на сприйняття та реакцію громадськості. Представлення особистих історій та викликів, з якими зіткнулися громадські діячі та політики, для підсилення їхньої гуманності. Показ емоційних моментів, які можуть зблизити особистості з глядачами та

читачами. Відзначення участі громадських діячів та політиків у благодійних заходах, волонтерській діяльності та інших ініціативах для підвищення їхнього гуманітарного образу.

Використання зображень та історій про роль сім'ї в житті громадських діячів та політиків. Створення можливостей для відкритого спілкування та діалогу з особистостями для підвищення їхнього гуманного образу. Висвітлення участі громадських діячів у заходах для дітей, що сприяє створенню позитивного враження. Підкреслення участі в гуманітарних та соціальних ініціативах для підвищення гуманності образу. Акцент на емпатійних реакціях та висловленні співчуття у важливих кризових ситуаціях.

Ці стратегії можуть допомогти створити гуманний та емоційно зближений образ громадських діячів та політиків, що може позитивно впливати на сприйняття громадськістю.

Щодо деструктивних аспектів, то піар та пропаганда в контексті формування образів громадських діячів та політиків через медіа є складними аспектами, які можуть впливати на сприйняття громадськістю. Журналісти мають важливе завдання розрізняти об'єктивне висвітлення від прихованої піарної стратегії чи пропагандистського впливу. Ось деякі ключові риси піару та пропаганди, які журналісти можуть враховувати:

Визначення ключових повідомлень, які допомагають сформувати бажаний образ. Вибір ракурсів та обставин для найкращого враження від обговорюваного питання. Спрямоване вибіркоче представлення фактів та інформації для підтримки обраного образу. Уникання або мінімізація негативних аспектів. Розвиток партнерства та взаємодії з журналістами та редакторами. Підготовка готових матеріалів та прес-релізів для оптимальної віддачі інформації [35].

Використання соціальних мереж для безпосереднього спілкування та формування публічного образу. Представлення громадських діячів та політиків як експертів у певних сферах. Надання можливості для ексклюзивних інтерв'ю

для контролювання обговорення певних тем. Формування позитивного бренду особистості за допомогою символів, логотипів та слоганів. Використання рекламних стратегій для підвищення відомості та створення позитивного сприйняття. Розуміння аудиторії та вибір стратегій, які найефективніше до неї звернуться. Спрямоване використання образів для створення сприятливого враження.

Журналісти мають важливе завдання відділяти правдиву інформацію від піару та пропаганди, надаючи громадськості об'єктивну та різнобічну картину.

Сенсаційні заголовки та забарвлення можуть має великий вплив на формування образів громадських діячів та політиків через медіа. Вони створюють емоційний тон та можуть визначати спосіб, яким сприймається інформація. Однак важливо розрізняти між привертанням уваги та об'єктивністю. Забезпечення того, щоб заголовки були об'єктивними і не викликали неправдиві очікування.

Використання мови, яка висвітлює різні сторони питань, замість однобічного підходу. Забезпечення відповідності заголовків фактичній інформації в статті. Усвідомлення того, як сенсаційні заголовки можуть впливати на емоційний стан читачів. Звертання уваги на важливі теми без вигадання або перебільшення фактів. Використання сенсаційних елементів для підсилення уваги на суттєвих аспектах інформації [36].

Урахування інтересів та потреб аудиторії при створенні сенсаційних заголовків. Уникання використання сенсаційних заголовків, які можуть призвести до неправдивих і вигаданих висловлювань. Розуміння того, як можливі забарвлення впливають на сприйняття глядачів та читачів.

Сенсаційні заголовки можуть залучати увагу, але важливо, щоб вони залишалися в межах об'єктивності та відображали реальну сутність інформації.

Фейкі та маніпуляції в медіа можуть серйозно впливати на формування образів громадських діячів та політиків. Журналісти повинні бути особливо обережні та відповідальні при роботі з інформацією, щоб уникнути

підводження громадськості та зберегти довіру своїх читачів або глядачів. Журналісти повинні перевіряти джерела та факти, перш ніж публікувати будь-яку інформацію. Перевірка достовірності є ключовою для уникнення поширення фейків.

Журналісти повинні притримуватися етичних стандартів та зобов'язань щодо достовірності інформації та чесності в її представленні. Здатність розпізнавати типові патерни та методи дезінформації, які можуть використовуватися для маніпуляцій. Відмова від публікації сенсаційних історій, які не можуть бути підтверджені достовірними джерелами. Визнання можливих помилок та пояснення, як вони виникли, для підтримки відкритості та довіри.

Робота над підвищенням медіаграмотності глядачів та читачів, щоб вони були критичними до інформації. Надання переваги інформації від достовірних та перевірених джерел. При визначенні подій або дій громадських діячів, журналісти повинні утримуватися від маніпуляцій та забарвлених трактувань.

Фейки та маніпуляції становлять серйозну загрозу надійності інформації та можуть негативно впливати на громадське довір'я до ЗМІ. Тому важливо, щоб журналісти викладали основні принципи правдивої та об'єктивної інформації [36].

Особисті напади та негодування у висвітленні громадських діячів та політиків можуть суттєво впливати на їхні образи та сприйняття громадськістю. Ці практики можуть вивести обговорення з конструктивного руслу та збільшити рівень конфлікту. Підкреслення конкретних аспектів роботи громадського діяча чи політика, які потребують критики, замість особистих нападів. Зосередження на аналізі позицій, аргументації та принципів, а не на особистих характеристиках.

Підтримання раціонального тону та уникання емоційних виразів, які можуть викликати негативні асоціації. Використання фактів та об'єктивних даних для підтвердження критики чи позитивних відгуків. Уникаючи

загострення суперечок та концентрація на знаходженні спільних рішень. Відмова від особистих нападів та збереження етичних норм журналістики.

Оцінка того, як особисті напади можуть впливати на громадську думку та образ громадських діячів. Забезпечення відкритого та конструктивного обговорення ідеї чи питання. Збереження розуміння різноманітності поглядів та уникаючи загальних заяв щодо характеру особи.

Журналісти мають важливу роль у формуванні образів громадських діячів, і вони повинні прагнути до збалансованого, об'єктивного та конструктивного висвітлення, уникаючи негативних наслідків особистих нападів та негодування [37].

Поляризація та поглиблення конфліктів у висвітленні громадських діячів та політиків можуть призвести до розділення суспільства та збільшення напруженості. Це може відбуватися через використання медіа для підкреслення різниць, непогоди та конфліктних ситуацій. Забезпечення рівного представлення різних точок зору для уникнення однобічного підходу. Уникаючи стриманого мовчання щодо ключових аспектів ситуації.

Оцінка того, як висвітлення може впливати на завдання та інтереси різних груп. Уникаючи використання слів, які можуть сприяти емоційному завантаженню та поглибленню конфлікту. Заохочення взаємодії та висвітлення ініціатив для конструктивного діалогу. Визначення та утримання високих стандартів у висвітленні та обговоренні.

Врахування реальності ситуації та уникаючи поглиблення конфліктів заради ефектного висвітлення. Сприяння об'єднанню громадян навколо спільних цілей та задач. Забезпечення достатнього контексту для того, щоб глядачі та читачі могли краще розуміти ситуацію.

Поляризація та поглиблення конфліктів можуть призводити до подальшого розділення суспільства. Журналісти можуть відігравати ключову роль у підтримці конструктивного діалогу та висвітленні аспектів, які можуть сприяти об'єднанню, а не подальшому роз'єднанню.

Ігнорування об'єктивних фактів у висвітленні громадських діячів та політиків може призвести до спотворення реальності та негативно вплинути на довіру глядачів та читачів. Журналісти мають етичний та професійний обов'язок представляти інформацію точно та об'єктивно. Перед публікацією матеріалу важливо перевірити всі факти та впевнитися в їхній достовірності. Стремління до сторонньої позиції і відмова від приховування чи спотворення фактів для вигоди певної сторони.

Уникаючи спотворення фактів для підгонки під ефектні заголовки. Визнання помилок, якщо вони сталися, та роз'яснення ситуації. Врахування різниці між об'єктивними фактами та суб'єктивними оцінками. Врахування всіх сторін або аспектів питання. Забезпечення додаткового контексту для кращого розуміння обставин та подій. береження професійного ставлення та уникання особистих думок при представленні фактів.

Ігнорування об'єктивних фактів може веде до серйозних наслідків, таких як втрата довіри глядачів, збентеження громадськості та поглиблення суспільних розділень. Важливо, щоб журналісти завжди прагнули до представлення об'єктивної та правдивої інформації [38].

Зниження рівня довіри до ЗМІ може бути пов'язане з рядом факторів, включаючи спосіб, яким громадські діячі та політики висвітлюються журналістами. Якщо ЗМІ часто підкреслюють негативні сторони діяльності громадських діячів та політиків, не надаючи достатньої уваги позитивним аспектам, це може призвести до виникнення враження про однобічність та неспрямованість. Якщо ЗМІ використовують спотворені чи неправдиві факти при висвітленні подій чи осіб, це може порушити довіру глядачів чи читачів.

Спрямованість на сенсаційні заголовки та матеріали може призвести до враження, що ЗМІ віддають перевагу ефектним заголовкам над об'єктивністю та правдивістю. Використання особистих нападів та емоційно насичених висловлювань при висвітленні громадських діячів може викликати негативне ставлення глядачів чи читачів. Якщо ЗМІ не надають достатньої уваги різним

точкам зору та не забезпечують балансу в інформаційному висвітленні, це може порушити враження про об'єктивність.

Відчуття політичної впливовості на ЗМІ може сприяти створенню у глядачів чи читачів переконання в тому, що інформація має певний політичний спрямування. Якщо ЗМІ публікують інформацію без достатньої перевірки, це може порушити довіру громадськості до об'єктивності та достовірності ЗМІ.

Для збереження довіри громадськості до ЗМІ важливо дотримуватися журналістських стандартів, представляти об'єктивну та правдиву інформацію, а також надавати баланс у висвітленні різних аспектів питань. Транспарентність, об'єктивність та дотримання етичних норм грають ключову роль в підтриманні довіри до ЗМІ [39].

Журналісти повинні дотримуватися етичних норм та відповідальності, щоб забезпечити об'єктивність та правдивість в медіа-представленні громадських діячів та політиків.

2.4. Вплив медіа-представлення на публічну думку

Вплив медіа-представлення журналістами образу громадських діячів та політиків на публічну думку є значущим, оскільки масові медіа визначають спосіб, яким громадськість сприймає цих лідерів. Медіа можуть акцентувати певні аспекти особистості громадського діяча чи політика, формуючи таким чином сприйняття глядачів та читачів.

"Визначення агенди" - це концепція в журналістиці та комунікаційних дослідженнях, яка вказує на те, як масові медіа можуть впливати на увагу глядачів або читачів, визначаючи теми та питання, які будуть актуальними для обговорення в суспільстві. Це процес формування списку тем, які будуть висвітлюватися в новинах та інших медійних форматах.

Журналісти та редактори масових ЗМІ обирають певні теми для висвітлення, що визначає агенду ЗМІ. Вони вирішують, про які питання писати, як висвітлювати події та як розташовувати інформацію. Глядачі та читачі вибирають теми, які їх цікавлять, але агенда ЗМІ може впливати на те, які саме теми вони вважатимуть важливими або актуальними. Визначення агенди впливає на те, які питання будуть на першому плані обговорення в суспільстві. Певні теми можуть стати пріоритетними завдяки інтенсивному висвітленню в ЗМІ.

Агенда ЗМІ також може впливати на політичні дії та дебати. Політики можуть намагатися пристосувати свої позиції та ініціативи до тих тем, які вирішуються в ЗМІ. ЗМІ можуть відкривати нові питання або закривати питання, які вже обговорювались. Це може визначати напрямок суспільного діалогу. ЗМІ можуть визначати певні проблеми як загальні та важливі, що змушує суспільство активно звертати на них увагу.

Визначення агенди є важливим елементом медійного впливу на громадське суспільство. Це впливає на те, які питання стають обговорюваними, як формується громадська думка та як формується громадське сприйняття подій та явищ.

"Емоційний тон" в медіа вказує на те, яким чином інформація або матеріал висвітлюється за допомогою емоційного забарвлення. Це охоплює використання емоційних висловлювань, тону голосу, образів, кольорів та інших елементів, щоб викликати емоційну реакцію аудиторії. Емоційний тон може бути використаний для створення певного настрою чи враження, а також для підсилення певного погляду чи думки [24].

Використання позитивного тону може створити атмосферу оптимізму, радості та надії. Це може впливати на сприйняття подій або осіб у світлі, сприятливому для певних ідеї чи поглядів. На відміну від цього, негативний тон може сприйматися як драматичний, загрозливий або викликаючий негоду. Це може бути використано для підсилення негативного враження від подій або

осіб. Об'єктивний тон ставиться до подій чи інформації без емоційного забарвлення. Він намагається передати інформацію без впливу на емоційний стан читачів або глядачів. Використання іронії може допомогти передати певні ідеї або коментарі з гострим гумором чи сарказмом. Висловлення співчуття та емпатії може бути використано для звернення до почуттів глядачів або читачів та встановлення зв'язку з ними. Дразливий тон може використовуватися для виклику комічних емоцій або для привертання уваги шляхом гумористичних елементів. Використання сильних, інтенсивних емоцій може створювати враження важливості або серйозності певних ситуацій.

Вибір емоційного тону залежить від цілей медіа, їхньої цільової аудиторії та контексту висвітлювання. Емоційний тон може значно впливати на сприйняття та реакцію аудиторії на інформацію.

Створення публічного іміджу громадських діячів та політиків є важливим аспектом медійної діяльності. Журналісти грають ключову роль у формуванні цього іміджу, оскільки вони визначають, як особистості та події представляються громадськості. Журналісти обирають теми, які будуть висвітлюватися, а також формулюють заголовки, які можуть визначити спосіб сприйняття подій або особистостей.

Використання емоційного тону може впливати на сприйняття аудиторії. Позитивний тон може сприяти створенню благоприємного іміджу, тоді як негативний тон може викликати відповідні емоції. Вибір фотографій, відеоматеріалів та інших візуальних елементів грає важливу роль у створенні враження про громадських діячів та політиків. Журналісти можуть акцентувати увагу на досягненнях, позитивних характеристиках та добродійних вчинках, щоб створити позитивне враження.

Спосіб, яким представлені інтерв'ю та коментарі від громадських діячів, може впливати на їхній імідж. Журналісти обирають та редагують ці матеріали з урахуванням певних аспектів. Розміщення подій чи заяв у певному контексті може визначити сприйняття глядачами чи читачами. В журналістиці іноді може

використовуватися стереотипне мислення про етнічні чи соціокультурні групи для створення образу. Виділення позитивних аспектів або, навпаки, акцентування на негативних може визначити тон іміджу.

Журналісти створюють образи громадських діячів та політиків через вибір слів, висвітлення подій та використання різних журналістських технік. Цей процес може мати значущий вплив на сприйняття громадськістю цих осіб.

Сенсаційність та заголовки грають ключову роль у створенні образу громадських діячів та політиків через медіа [17]. Використання сенсаційних елементів та заголовків може значно впливати на увагу аудиторії, формуючи її перше враження та емоційний стан. Сенсаційні заголовки призначені для того, щоб викликати увагу та привертати читачів або глядачів до матеріалу. Вони можуть містити елементи несподіванки, драми чи емоційно заряджених слів.

Заголовки часто спрямовані на виклик конкретних емоцій у читачів або глядачів. Це може бути зацікавлення, захоплення, здивування, обурення чи будь-яка інша емоційна реакція. Заголовки є першим, що бачить аудиторія, і вони визначають перше враження від матеріалу. Вони можуть впливати на те, як сприймається особистість чи подія. Сенсаційні заголовки можуть підсилити певні аспекти іміджу громадських діячів або політиків, створюючи враження скандальності чи великої важливості подій. Заголовки, які легко зрозуміти та короткі, мають більше шансів привернути увагу. Вони повинні передавати основну ідею матеріалу, залишаючи бажання дізнатися більше.

Інтригуючі заголовки можуть створювати бажання аудиторії дізнатися деталі чи прочитати весь матеріал, збільшуючи зацікавленість. Використання літературних засобів, таких як метафори чи алегорії, може робити заголовки більш запам'ятовуваними та виразними.

Сенсаційність та заголовки є стратегією журналістського викладання, яка може викликати різні емоції та враження в аудиторії. Важливо враховувати етичні аспекти використання сенсаційності, оскільки це може впливати на об'єктивність та правдивість інформації.

Сприйняття дійсності через призму образів громадських діячів та політиків залежить від того, як журналісти висвітлюють події та особистості в медіа. Журналісти обирають теми та події для висвітлення, визначаючи тим самим, які аспекти дійсності набувають пріоритету. Тон статей, репортажів і коментарів може визначати емоційне забарвлення висвітлення. Це може впливати на сприйняття аудиторії та формувати її думку про події та особистості. Спосіб представлення інформації може визначати ступінь об'єктивності матеріалу. Журналісти можуть вибирати, які аспекти висвітлювати, і як їх коментувати, що впливає на сприйняття дійсності.

Журналісти використовують емблематичні сцени та образи, щоб створити враження та визначити атмосферу дійсності через обрані елементи. Як події організовані та представлені у форматі наративу може визначати, як дійсність сприймається [19]. Наприклад, вибір головної ідеї, хронології та використання героїв або антагоністів. Спосіб, яким представлена інформація, включаючи глибину аналізу та рівень деталізації, може впливати на уявлення про події та особистості. Формат, в якому представлена інформація (текст, фотографії, відео), впливає на те, як глядачі або читачі сприймають дійсність. Залучення аудиторії через соціальні мережі, коментарі та інші форми взаємодії може впливати на сприйняття дійсності та формувати колективні думки та погляди.

Сприйняття дійсності в значній мірі залежить від того, як журналісти використовують різноманітні журналістські методи та техніки для представлення інформації своїй аудиторії. Це включає в себе не лише передачу фактів, а й створення контексту та емоційного забарвлення, яке визначає сприйняття подій та особистостей.

Відображення спільної думки через образи громадських діячів та політиків є одним з важливих аспектів медійного впливу на громадську думку. Журналісти використовують різні техніки та стратегії для формування враження про громадських діячів. Вибір того, які аспекти особистостей чи

подій висвітлювати, може визначати загальний вигляд на них. Журналісти можуть обирати кути зору, які відповідають певному міркуванню чи точці зору.

Залучення експертів або аналітиків, які підтримують певні погляди чи оцінюють дії громадських діячів, може впливати на сприйняття аудиторії. Використання певних термінів, фраз та формулювань може створити атмосферу, в якій певні погляди або характеристики сприймаються як норма чи виняток. Залучення до публічних обговорень та дискусій може впливати на формування громадської думки. Вибір тем для обговорення може визначати, які погляди підсилюються [4].

Використання наративів та історій може створити емоційне зв'язок із глядачами чи читачами, впливаючи на їхні погляди на громадських діячів. Звертання уваги на певні риси чи вчинки громадських діячів може створювати уявлення про них, яке відповідає певним очікуванням. Залучення аудиторії до обговорення через соціальні мережі та інші онлайн-платформи може впливати на те, як певні погляди розповсюджуються. Формування образів громадських діячів через публічні виступи, спеціальні події та взаємодію зі ЗМІ.

Всі ці стратегії спільно впливають на те, як сприймається дійсність та як формуються погляди громадськості на громадських діячів та політиків. Журналісти відіграють важливу роль у визначенні того, які аспекти стають важливими в образі громадських діячів.

Вплив образів громадських діячів та політиків, створених журналістами, на політичні вибори може бути значущим і впливати на різні аспекти виборчого процесу. Образи, створені в ЗМІ, можуть визначати загальну громадську думку про конкретного політика чи партію. Публікації, висвітлюючи певні аспекти особистості чи діяльності, можуть формувати враження, які впливають на погляди виборців.

ЗМІ можуть визначати теми та аспекти, які будуть акцентуватися під час виборчої кампанії. Обираючи ті чи інші аспекти діяльності політиків для висвітлення, журналісти впливають на загальну агенду обговорень.

Використання емоційно забарвлених заголовків, фотографій чи вибір окремих цитат може впливати на емоційну реакцію виборців. Емоційно налаштовані образи можуть активізувати виборців та впливати на їх вибір. Журналісти активно створюють публічні образи політиків через репортажі, інтерв'ю та інші формати. Ці образи можуть бути вирішальними для того, як виборці сприймають кандидатів.

Журналісти можуть активно залучати глядачів чи читачів до обговорення політичних питань, визначаючи ключові моменти та точки зору. Спосіб представлення інформації про діяльність політиків може підсилити чи ослабити довіру виборців до конкретних кандидатів чи партій. Журналісти можуть активно впливати на сприйняття виборців, створюючи певні політичні сценарії та намірено або ненамірено використовуючи їх для формування поглядів. Аналітичні матеріали та коментарі журналістів можуть впливати на трактування подій та висловлювати певні точки зору, що впливає на погляди виборців [11].

Вплив медіа на політичні вибори великий, оскільки воно визначає не лише те, що стає відомим виборцям, але і як це представлено. Таким чином, образи громадських діячів та політиків, формовані ЗМІ, можуть визначити успіх чи невдачу політичної кампанії.

Загальний вплив медіа на образ громадських діячів та політиків полягає в їхній здатності формувати публічну думку, визначати основні теми обговорення та впливати на погляди та ставлення громадян. Цей вплив є складною взаємодією між медіа, громадськістю та політиками.

РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ СТЕРЕОТИПІВ ТА ПУБЛІЧНОЇ ДУМКИ

3.1. Аналіз зв'язку між стереотипами, медіа та сприйняттям громадських діячів та політиків

Зв'язок між стереотипами, медіа та сприйняттям громадських діячів та політиків може бути складним і взаємовпливаючим. Вплив медіа на формування стереотипів та сприйняття великий, і він може визначати те, як громадські діячі та політики сприймаються широкою аудиторією. Стереотипи є загальнопоширеними і узагальнюючими уявленнями або уявленнями про певну

групу людей чи особистість. Медіа відіграють ключову роль у створенні та поширенні стереотипів, включаючи громадських діячів та політиків.

Редактори та журналісти вибирають теми для висвітлення, визначають, які аспекти особистості чи діяльності громадських діячів важливі для аудиторії. Цей вибір може впливати на утворення уявлень та стереотипів. Спосіб представлення інформації (медійний фрейм) може акцентувати певні аспекти та створювати емоційний фон, впливаючи на сприйняття аудиторії та формування стереотипів. Мовлення та вибір слів можуть створювати асоціації та визначати сприйняття героїв. Наприклад, вживання певних етикеток чи описів може утверджувати стереотипи.

В медіа громадські діячі та політики часто представляються в конкретних ролях (герой, злодій, лідер тощо). Це визначення ролей може утверджувати або ламати існуючі стереотипи. Створення публічних образів через фотографії, відео, інтерв'ю та інші медійні формати визначає, як аудиторія сприймає особистість громадського діяча. Це може включати як позитивні, так і негативні риси в образі.

Медіа можуть використовувати символи та асоціації для збагачення образів. Наприклад, об'єднання політика з певними символами чи місцями може впливати на сприйняття аудиторії [6]. Ефекти, такі як біас підтвердження (захоплення інформації, що підтверджує вже існуючі стереотипи) та когнітивні аспекти сприйняття, можуть грати роль у формуванні та поширенні стереотипів. Стереотипи, створені медіа, можуть впливати на громадську думку і визначати те, як громадські діячі та політики сприймаються широкою аудиторією.

Розуміння та визнання цих процесів є важливим для критичного аналізу медійного контенту і його впливу на утворення стереотипів та поглядів суспільства на громадських діячів та політиків.

Формати медіа та засоби висвітлення відіграють ключову роль у способі представлення інформації, формуванні поглядів аудиторії та впливі на

утворення стереотипів про громадських діячів та політиків. Різноманітні формати можуть викликати різні емоції, асоціації та сприйняття. Забезпечують об'єктивні інформаційні матеріали, але можуть використовувати заголовки та вибір фактів для створення певного контексту. Використовують візуальні ефекти, зображення та репортажі для надання інформації. Тон та манера представлення можуть впливати на емоційну реакцію глядачів.

Висвітлюють особистість гостя через їхні слова та реакції на питання. Ефективно демонструють характер та погляди. Зіткнення поглядів різних гостей може визначати сприйняття публікою. Зміст, який ділиться через соціальні мережі, може створювати миттєві враження. Зображення громадських діячів може визначати їхній образ. Дозволяють громадським діячам та політикам висловлювати свої погляди безпосередньо, створюючи персональний контент [17].

Розкривають життєвий шлях та погляди героїв. Сприймаються як більш глибокий погляд на особистість. Надають контекст та аналіз подій, формуючи розуміння глядачів. Використовують гострий гумор для висміювання політиків. Впливає на емоційне ставлення глядачів. Створюють героїв за образами громадських діячів, що може впливати на їхній образ. Використовують гумор, щоб швидко передати ідеї чи стереотипи. Мають потенційно широкий вплив через шаруватість соціальних мереж. Лаконічно надає ключову інформацію, формуючи перше враження.

Кожен з цих форматів може створювати унікальний ефект при сприйнятті аудиторією, впливаючи на формування образів громадських діячів та політиків. Це важливо враховувати при аналізі та розумінні медійного впливу на суспільство.

Медіа грають важливу роль у формуванні та зміні суспільних стандартів, включаючи ті, що стосуються громадських діячів та політиків. Процес зміни суспільних стандартів через медіа може мати значний вплив на сприйняття та образи цих особистостей. Медіа можуть відігравати активну роль у виклику та

підтримці різноманітності, представляючи різні аспекти життя громадських діячів. Це може включати різноманіття культур, гендерних ролей, етнічних та соціальних статусів.

Передача позитивних образів громадських діячів може впливати на те, як суспільство сприймає певні ролі та які якості вони вважаються цінними. Медіа можуть використовувати свою платформу для спростування стереотипів та усунення неправильних уявлень про громадських діячів. Це сприяє більш об'єктивному сприйняттю особистостей. Зміни у суспільних вимогах і цінностях можуть відображатися в медіа-контенті. Медіа можуть адаптуватися до нових реалій та визначати, які аспекти особистостей є важливими.

Громадські діячі та політики можуть використовувати медіаплатформи для активної участі у громадських дискусіях та формування суспільних стандартів. Медіа можуть акцентувати позитивні тенденції та досягнення громадських діячів, створюючи позитивний образ у громадському свідомості. Зміна соціальних ролей та стереотипів про те, як повинні вести себе громадські діячі, може відбиватися в медіапрезентаціях. Медіа можуть використовувати засоби висвітлення, які викликають емпатію та сприяють розумінню складних аспектів життя та роботи громадських діячів.

Зміна суспільних стандартів через медіа є процесом, що взаємодіє з культурними, соціальними та політичними змінами в суспільстві. Відображення цих змін у медіапросторі може грати важливу роль у формуванні свідомості та сприйнятті громадських діячів та політиків [13].

Медійний фреймінг - це процес визначення та надання визначеного контексту інформації, що впливає на сприйняття аудиторії. Це створення рамок або контексту, які визначають, як певні події чи інформація будуть сприйматися глядачами, читачами або слухачами. Медійний фрейм визначає, які аспекти інформації будуть підкреслені чи пригнічені, а також як буде сформовано загальний образ ситуації або особистостей.

Використання певних слів та фраз може визначати тон і емоційний фон інформації. Наприклад, використання позитивних чи негативних атрибутів для опису героя може визначити сприйняття глядачів. Медіа можуть обирати конкретний ракурс для визначення проблеми, що формує погляд на її сутність та можливі рішення. Зміст може бути спрямований на конкретні аспекти події або особистості, які визначають загальний контекст.

Медіа можуть визначати ролі героїв, створюючи образи, які відповідають певним стереотипам або очікуванням аудиторії. Медіа можуть відбирати конкретні аспекти події чи особистості, змінюючи таким чином сприйняття аудиторії. Визначення часового та просторового контексту може впливати на те, як подія або особистість сприймається. Медіа використовують візуальні елементи, такі як фотографії, графіка чи відеоряди, щоб підкреслити певні аспекти інформації. Спосіб, яким представлена інформація, може включати в себе певні конструкції або наративні прийоми, що визначають сприйняття [19].

Медійний фреймінг може бути використаний для впливу на думку глядачів та формування їхнього уявлення про реальність. Розуміння цього процесу дозволяє аналізувати медійний контент та розпізнавати вплив медійного фреймінгу на формування образів та сприйняття подій чи особистостей.

В медійному контенті символи та метафори часто використовуються для створення глибших рівнів сприйняття та враження на аудиторію. Вони можуть допомагати суттєво впливати на емоційний та культурний контекст, формуючи образи громадських діячів та політиків. Символи та метафори можуть створювати асоціації, які сприймаються швидше і емоційно. Наприклад, використання певних кольорів чи об'єктів може асоціюватися із певними емоціями чи ідеями.

Метафори дозволяють передавати складні чи абстрактні ідеї шляхом порівнянь із більш зрозумілими або конкретними об'єктами. Використання символів та метафор може вбудовувати контекст, який відображає культурні

або історичні реалії, сприймаючись аудиторією більш зрозуміло. Символи можуть викликати емоційний зв'язок через їхні значення та асоціації, що впливає на сприйняття героїв чи ситуацій. Медійна графіка та дизайн часто використовують символи для створення візуальних образів, які швидше сприймаються аудиторією.

Використання метафор може стимулювати креативне мислення глядачів, оскільки вони намагаються розгадати імовірні або скриті значення.

Символи можуть допомагати створювати ідентифікацію аудиторії з героями чи ситуаціями, роблячи їх більш доступними та близькими. Використання символів може змінювати сприйняття аудиторією, впливаючи на їхні погляди та думки [20].

Медійний контент, насичений символами та метафорами, може стати більш ефективним у створенні глибших та емоційно насичених образів громадських діячів та політиків.

Реакція глядачів або читачів на медійні образи громадських діячів та політиків є важливим елементом в розумінні впливу медіа. Якщо медійні образи викликають емоційний зв'язок з глядачами чи читачами, реакція може бути сильною. Позитивні емоції, такі як захоплення чи симпатія, можуть стимулювати підтримку, тоді як негативні емоції можуть викликати неприязнь чи протест. Якщо аудиторія ідентифікується з героями чи політиками через образи, реакція може бути більш позитивною. Асоціації, які вони роблять, визначають, наскільки вони сприймають образ.

Реакція може залежати від суспільного контексту та загальної атмосфери в суспільстві. Наприклад, під час виборчої кампанії реакції на політичні образи можуть бути особливо напруженими. Якщо аудиторія вірить у об'єктивність та непередбаченість представлення інформації, реакція може бути більш позитивною. Якщо ж вони відчують приховану або спрямовану більше на одну сторону інформацію, реакція може бути негативною.

Реакція може бути сильно визначеною соціокультурним контекстом. Стереотипи, цінності та норми впливають на те, як сприймаються образи. Рівень медійної грамотності глядачів або читачів може впливати на їхню здатність аналізувати та критично ставитися до медійних образів. Якщо аудиторія споживає інший медійний контент, це може впливати на їхню реакцію. Наприклад, позитивний образ у фільмі може змінити сприйняття героя в новинах. Обговорення та обмін думками в інтернеті та соціальних мережах може суттєво впливати на формування реакції глядачів.

Реакція аудиторії на медійні образи є динамічним та багатограним процесом, що залежить від численних факторів, включаючи особисті переконання, емоційний стан та контекст оточуючого світу.

Соціокультурний контекст визначається сукупністю соціальних та культурних факторів, які впливають на сприйняття інформації в суспільстві. У контексті формування медійних образів громадських діячів та політиків, соціокультурні фактори відіграють важливу роль у створенні, розумінні та прийнятті цих образів. Соціокультурні цінності та норми формують загальний культурний фон, на якому сприймаються медійні образи. Вони визначають, які риси або дії вважаються прийнятними чи неприйнятними.

Етнічний та релігійний контекст може впливати на сприйняття образів, оскільки деякі релігійні чи етнічні групи можуть мати свої уявлення про прийняття чи відхилення певних поведінкових моделей. Історичний досвід суспільства впливає на сприйняття та оцінку подій та особистостей. Певні історичні події можуть надавати особливий сенс та значення певним образам [23].

Соціальний статус та класифікація можуть визначати те, як сприймаються образи. Наприклад, спосіб, яким представники верхнього чи нижнього класу можуть реагувати на певні образи, може відрізнятися. Мовленнєві особливості певного суспільства чи групи можуть визначати, які терміни чи фрази будуть використовуватися для опису героїв чи політиків. Рівень медійної грамотності

впливає на сприйняття медійних образів. Люди з різним рівнем медійної грамотності можуть різним чином сприймати та аналізувати інформацію.

Гендерні стереотипи та ролі можуть визначати, які очікування стосовно поведінки та образів призначені для чоловіків та жінок в конкретному суспільстві. Соціальна активність глядачів чи читачів, така як участь у групах в соціальних мережах чи обговорення на форумах, може впливати на сприйняття та обговорення медійних образів.

Розуміння соціокультурного контексту є важливим для медійних представників, оскільки це допомагає їм створювати контент, який враховує різноманітність та особливості аудиторії.

Взаємодія із спрямованістю в медійних образах вказує на те, як сприймається орієнтація чи напрямок представлення образу в контенті. Це може бути спрямованість на певні цінності, ідеї, або має певний погляд на певні аспекти громадського життя. Медійний образ може бути спрямований на конкретну аудиторію, враховуючи її інтереси, переконання та стилі життя. Це може включати обрання мови, тем та елементів, які привертають увагу конкретного сегменту глядачів.

Медійні образи можуть мати політичну спрямованість, виражаючи певні політичні переконання чи пропагуючи конкретні погляди на події. Це може впливати на сприйняття образу залежно від політичної орієнтації аудиторії. Медійний образ може мати ідейну спрямованість, виражаючи певні ідеї, цінності чи філософію. Це може впливати на те, наскільки образ сприймається аудиторією з схожими чи відмінними ідеями.

Медійні образи можуть бути спрямовані на викликання певних емоцій у глядачів чи читачів. Це може включати в себе використання музики, кольорів, тону голосу та інших елементів, що впливають на емоційну реакцію аудиторії. Медійні образи можуть мати етичну спрямованість, відображаючи конкретні стандарти чи переконання щодо моралі та поведінки. Це може впливати на те, як образ оцінюється глядачами. Естетичний аспект медійних образів може бути

спрямований на досягнення певного візуального враження, стилю чи атмосфери, що впливає на естетичні переваги аудиторії. Медійний образ може бути спрямований на відзначення аспектів гуманітарних питань, які мають важливе соціальне значення, що впливає на свідомість глядачів [30].

Взаємодія із спрямованістю визначає, наскільки ефективно медійний образ доносить своє послання та взаємодіє з аудиторією відповідно до вибраного напрямку чи цілей представлення.

Ці фактори разом визначають, як медіа впливають на створення стереотипів і сприйняття громадських діячів та політиків у суспільстві. Цей взаємозв'язок може бути складним, оскільки вплив стереотипів і медіа на один одного може змінюватися в залежності від різних факторів і контексту.

3.2. Роль медіа у формуванні публічної думки про політичний процес та громадські події

Медіа відіграє ключову роль у формуванні публічної думки про політичний процес та громадські події. Це визначається не лише тим, що представники ЗМІ виступають як посередники між подіями та громадськістю, але й тим, як вони вибирають, аналізують та презентують інформацію.

Журналісти використовують інформаційний фільтр для того, щоб обирати, аналізувати та подавати інформацію про громадських діячів та політиків. Цей процес впливає на створення образу та сприйняття громадських постатей. Журналісти обирають теми, які будуть висвітлюватися, і створюють заголовки, які привертають увагу. Вибір заголовків може впливати на емоційний тон та перше враження від героїв статей. Журналісти обирають конкретні факти та події для включення в статтю. Підбір інформації може бути спрямованим на створення певного образу героя статті [26].

Подача інформації залежить від того, яким контекстом журналісти наділяють події та як вони їх інтерпретують. Це визначає ставлення до героїв та їхніх дій. Вибір словникового запасу, емоційно забарвлена мова чи нейтральний тон можуть впливати на сприйняття образу. Журналісти використовують мовні засоби для створення певного настрою чи враження.

Журналісти можуть залучати експертів та свідків, які підтверджують або спростовують певні аспекти образу героїв. Це може впливати на авторитет та достовірність інформації. Вибір фотографій, ілюстрацій та візуальних елементів також грає важливу роль у створенні образу. Вони можуть підкреслювати певні риси чи враження від героїв статті. Контекст, в якому публікується стаття (наприклад, газета, журнал, інтернет-платформа), також впливає на сприйняття героїв та статті загалом. Використання коментарів, анкет та інтерактивних елементів може залучити аудиторію до участі в створенні образу та формуванні публічної думки.

Інформаційний фільтр є важливим інструментом для журналістів, оскільки він визначає, яким чином буде сприйматися громадська постать та її дії глядачами чи читачами. Журналісти вибирають конкретні факти та події, які будуть включені в матеріал. Важливо, які аспекти життя героя вважаються суттєвими та репрезентативними для його образу. Використання експертних коментарів або аналізу від фахівців може надати глибший розуміння дій громадського діяча чи політика та вплинути на сприйняття його образу.

Подача інформації в історичному контексті дозволяє зрозуміти, які події чи обставини впливають на дії героя. Це може змінювати сприйняття його образу. Оцінка політичного середовища та взаємодії з іншими політичними фігурами визначає образ політика. Подача дій в політичному контексті впливає на розуміння глядачів чи читачів. Врахування соціокультурних особливостей та реалій допомагає уникнути створення спотвореного образу та робить його більш придатним для розуміння аудиторії. Висвітлення дій у етичному вимірі може визначати, як сприймаються дії героя громадськістю та читачами.

Вибір тону, яким представляються інформаційні матеріали, визначає емоційний настрій образу. Журналісти можуть підкреслити певні якості чи риси, вибираючи відповідний стиль [31]. Журналісти можуть свідомо використовувати емоційні аспекти для створення симпатії чи антипатії до героя. Вибір слів, їхнє емоційне забарвлення може впливати на емоційну реакцію аудиторії. Рівень деталей та глибина аналізу можуть розкривати дії та рішення героя більш докладно, або, навпаки, створювати загальний образ, не звертаючи уваги на конкретні деталі. Вибір реакції на дії героя - критика чи контрпропаганда - може визначати ставлення журналістів до нього та впливати на формування образу.

Аналіз та контекст важливі для забезпечення об'єктивності та повноти образу громадських діячів та політиків у медіа. Осмислене використання цих елементів дозволяє журналістам створювати інформаційні матеріали, які відображають реальність та надають аудиторії можливість усвідомленого розуміння подій.

Журналісти можуть привертати увагу до стандартних ролей громадських діячів та політиків, таких як лідери, опозиціонери, реформатори тощо. Це спрощує сприйняття, але може втратити індивідуальність особистості. Схильність виділяти героїв та злодіїв може створювати яскравий образ, але одночасно спрощує складність справ та дій особистостей.

Журналісти можуть привертати увагу до призначених героям ролей, ігноруючи можливі протиріччя та амбівалентність їхньої особистості. Журналісти можуть акцентувати увагу на певних етнічних або гендерних рисах, створюючи стереотипи та обмежуючи повноту образу. Вказівка на політичну орієнтацію часто детермінує сприйняття дій та поглядів героя, при цьому може зводити особистість до конкретного політичного лагера.

Фокус на ідеологічних поглядах може ускладнювати аналіз дій героя та сприймати їх через призму певних уявлень. Журналісти можуть намагатися сформувати образ героя через використання міфів та алегорій, створюючи

оповідь, яка відповідає певним стереотипам. Зосередження на деяких аспектах особистості героя для привертання уваги аудиторії може призводити до спрощення та узагальнення його образу. Використання афективних елементів (переживання, емоційні сцени) може впливати на емоційну реакцію аудиторії та формування її вражень [4].

Створення публікаційних стереотипів може визначати сприйняття героїв громадських дій та політиків. Усвідомлене використання цих елементів дозволяє журналістам впливати на увагу та реакцію глядачів чи читачів, але вимагає обережності, оскільки може призводити до спрощення та викривлення реальності.

Журналісти враховують очікування та настрої своєї аудиторії при створенні образу. Взаємодія з глядачами чи читачами дозволяє враховувати їхні інтереси та погляди. Журналісти можуть створювати образ героя як публічної постаті, впливаючи на створення міфів та легенд про нього, що формує загальний враження.

За допомогою інтерв'ю та діалогу журналісти можуть дозволити герою самому визначати свою образність, сприяючи взаєморозумінню та висловленню особистих поглядів. Врахування різноманітності поглядів та думок у громадськості дозволяє журналістам формувати образ таким чином, щоб враховувати плюралізм відносин та думок. Журналісти мають враховувати комунікаційні стратегії, щоб забезпечити прозорість та відкритість взаємодії з глядачами чи читачами.

Створення образу з врахуванням громадського вигляду дозволяє взяти до уваги відгуки та реакції глядачів чи читачів. Забезпечення громадськості відкритим доступом до інформації про героя допомагає формувати більш об'єктивний образ. Журналісти можуть використовувати емоційні елементи для зближення аудиторії з героєм та створення образу, який викликає емпатію. Взаємодія з PR-службою героя дозволяє журналістам отримувати

відфільтровану інформацію, але вимагає критичного підходу до подачі матеріалів.

Взаємодія з громадськістю є ключовим елементом у створенні образу громадських діячів та політиків. Осмислене врахування поглядів та відгуків глядачів чи читачів допомагає журналістам формувати об'єктивний та розгорнутий образ особистості [9].

Журналісти повинні дбати про прозорість у представленні інформації про громадських діячів та політиків, щоб створити відкритий образ, враховуючи доступ громадськості до різноманітних джерел інформації. Створення образу, який акцентує відкритість та готовність до взаємодії з громадськістю, може покращити сприйняття героя.

Журналісти повинні пояснювати рішення та дії героя для громадськості, надаючи контекст та аргументи. Журналісти враховують комунікаційні стратегії героя, а також його готовність взаємодіяти з громадськістю.

Надання доступу до внутрішніх процесів та механізмів прийняття рішень героя допомагає громадськості зрозуміти логіку та мотивацію його дій. Журналісти можуть акцентувати увагу на відкритих дискусіях та діалозі героя з різними групами громадськості. Показ роботи медійного героя, його команди та співпраці з журналістами може збільшити відкритість. Герой, який визнає свої помилки та прагне їх виправити, може заслуговувати на більше довіри громадськості. Створення образу, що акцентує об'єктивність та розглядає різні точки зору, підвищує довіру громадськості.

Гласність та відкритість є ключовими властивостями у створенні образу громадських діячів та політиків. Це визначає взаємодію з громадськістю та формує загальне враження про особистість [17].

Розуміння цих аспектів допомагає визначити, як медія впливають на формування публічної думки та сприйняття громадських подій.

3.2. Висвітлювання і створення образу під час виступу В. О. Зеленського на Генасамблеї ООН

Президент України Володимир Зеленський вперше з початку повномасштабної війни наживо виступив на засіданні Генасамблеї ООН у Нью-Йорку. Основною темою промови глави держави стали наслідки цинічного вторгнення Росії в Україну. Зеленський закликав світ до єдності перед обличчям агресора, наголосивши, що кожна війна зараз може стати останньою.

Президент порушив питання ядерного роззброєння Росії, викрадення нею дітей з окупованих територій, а також блокування українського зерна країнами ЄС.

Глава держави заявив, що поки ядерна зброя лишається на своїх місцях, масове знищення набирає обертів.

«Росія перетворює на зброю багато інших речей, і ці речі використовуються не лише проти нашої країни, але й проти всіх ваших країн. Існує чимало конвенцій, які обмежують володіння та розповсюдження зброї, але не існує реальних обмежень на використання продовольства, енергії та інших речей як зброї», – сказав Зеленський.

Росія заслуговує на роззброєння і зараз: терористи не мають права володіти ядерною зброєю.

Зеленський заявив, що частини території Молдови та Грузії залишаються окупованими Росією, а Сирія перетворена на руїни. «Якби не Росія, хімічна зброя ніколи не була б там застосована. РФ майже поглинула Білорусь, загрожує Казахстану та країнам Балтії», – наголосив Зеленський.

Глава держави додав, що Україна робить усе для того, аби після російської агресії ніхто у світі не наважився напасти на жодну країну. «Перетворення на зброю має бути стримане. Воєнні злочини мають бути покарані. Депортовані люди мають повернутися додому. А окупант має повернутися на власну територію», – підсумував Зеленський.

В. Зеленський мав чітку промову, поділену на розділи і пункти. В Зеленський під час виступу поставив себе суворо, жорстко, чітко розуміючи

про що веде промову і яку мету хоче досягнути – змусити світ звернути більшу увагу на війну в Україні і військові злочини, створені РФ.

Українські ЗМК досить стримано відреагували і висвітили цю подію. Сайт офісу президента подію висвітив стримано і сухо, надавши тільки текст і відеозапис виступу президента.

Для аналізу візьмемо кілька українських і зарубіжних ЗМК з різними формами власності: державні (ІА «Укрінформ», ІА «Суспільне», сайт ООН) та комерційні (ІА «Главком», зарубіжний новинний портал «Аль-Джазіра», американський канал CNN).

Аналіз матеріалів даних ЗМК проводимо за такими критеріями:

- обсяг новинного матеріалу щодо події.
- точність щодо висвітлення змісту виступу Володимира Зеленського під час Генасамблеї ООН у новинному матеріалі,
- наявність емоційного забарвлення у новинному матеріалі.

Українське державне інформаційне агентство «Укрінформ» висвітлює виступ глави України стримано і без додавання власних думок, роздумів чи коментарів, окрім «Сьогодні людство має діяти в повній солідарності, щоб урятувати життя».

Журналісти передали текст виступу президента України в повному об'ємі та змістовності, поділивши на частини, кожна з яких виділена абзацами, що дозволяє читачу не пропустити певних деталей виступу.

На нашу думку, коментар, який знаходиться на початку тексту («Сьогодні людство має діяти в повній солідарності, щоб урятувати життя») надає читачу певного настрою сприйняття тексту і показує масштаб проблеми і те, що вона важлива для людства, а не тільки для народу України. Саме такий коментар налаштовує читача на те емоційне забарвлення, у якому був В.Зеленський під час виступу на Генасамблеї ООН.

На нашу думку, автор матеріалу, опублікованого ІА «Укрінформ», приділив кожному пункту виступу увагу в повному обсязі, адже дотримувався того плану і хронології, що надавав президент України під час виступу.

Автор матеріалу, опублікованого ІА «Укрінформ», виділив кожен новий розділ виступу В. Зеленського іншим шрифтом, а весь текст промови розділив фото-матеріалами події, що полегшує сприйняття тексту читачем.

На нашу думку, журналістам- авторам матеріалу вдалося передати той образ В. Зеленського, який був представлений на виступі самим президентом.

Державне інформаційне агентство «Суспільне» подало інформацію щодо виступу Зеленського на Генасамблеї ООН із додаванням більших деталей і атмосфери заходу. Щодо відповідності тексту матеріалу і оригіналу слід зазначити, що «Суспільне» використало більше непрямой мови, додавання художніх засобів у тексті і більше художнього оформлення тексту у вигляді виділення шрифтами головних ідей виступу, що є більш комфортним для сприйняття читачу, але об'єм промови значно скоротився за рахунок непрямой мови. Але за рахунок такого підходу написання матеріалу варто наголосити на створенні більш м'якого образу В. Зеленського, ніж створив сам президент України під час виступу.

Комерційне інформаційне агентство «Главком» виступ президента України описує із додаванням великої кількості художніх засобів і описом додаткових деталей, що описують атмосферу заходу і створюють жорсткіший і суворіший образ Зеленського.

Автор матеріалу, опублікованого ІА «Главком» також використовує прийом не прямої мови в тексті, але цим самим не приховує частину змісту від читача, а навпаки загострює настрій під час читання матеріалу. Автор дотримується хронології виступу В. Зеленського, але при цьому виділяючи і акцентуючи увагу на виразах президента України, що стосуються опонентів. Наприклад, фраза «Злу не можна довіряти. Запитайте Пригожина, чи варто довіряти обіцянкам Путіна» підкреслює сміливість В. Зеленського і підіймає його авторитет у читача, створюючи більш впевнений образ.

Журналіст ІА «Главком» приділяє увагу кожному пункту виступу президента України і зазначає це у тексті.

Міжнародна компанія «Аль-Джазіра» висвітлення виступу В. Зеленського починає з опису самого президента України і атмосфери заходу, що дозволяє читачу сформувати певний образ вже на початку інформаційного матеріалу. Далі автор подає інформаційний матеріал згідно хронології виступу В. Зеленського з передачею цитат і виразів президента України, виділяючи гіперпосиланнями теми, які слугували інформаційними приводами для інших матеріалів. Інформаційні приводи, які виділено гіперпосиланнями, підібрані таким чином, щоб закріпити образ президента України, створений у матеріалі.

Офіційний сайт ООН описує виступ В. Зеленського, дотримуючись нейтральної позиції. Автор, дотримуючись хронології виступу, використовує не пряму мову, що значно зменшує текст в об'ємі та нейтралізує образ президента України, але при цьому надає відео повного виступу В. Зеленського, що дозволяє аудиторії самій сформувати образ В. Зеленського. Автор матеріалу значно скоротив текст виступу президента України, акцентувавши увагу лише на певних аспектах і розділах виступу, що вплинуло на зміст і сприйняття тексту аудиторією. На нашу думку, такий підхід написання інформаційних матеріалів вплинув на створення образу В. Зеленського від жорсткого і суворого до більше нейтрального і м'якого.

CNN при висвітленні виступу В. Зеленського уникає деталей виступу і використовує лише непряму мову, що значно впливає на сприйняття інформації читачем і формування образу спікера. Автор використовує не пряму мову при описі виступу В. Зеленського, дотримуючись хронології, але вириває більшу частину важливих деталей, що змінює образ В. Зеленського у сприйнятті читачем. Дуже скороченим і стислим описом події, на нашу думку, автор зіграв не на користь створення суворого і міцного образу спікера.

У висновках слід зазначити, що кожен із досліджених ЗМК використав критерії, які аналізувалися в певному об'ємі, що мало свій вплив на створення образу героя інформаційного матеріалу.

Дивлячись оригінальний виступ президента України В. Зеленського на Генасамблеї ООН ми отримуємо образ сильного, суворого лідера із чіткою позицією. До такого висновку ми дійшли, проаналізувавши оригінальний виступ президента України. Аналіз виступу ми провели за такими критеріями:

- текст промови має чітку структуру і поділений на розділи;
- промова В. Зеленського чітка без зайвих пауз і вставок;
- поведінка під час промови впевнена, погляд направлений на аудиторію, постійна комунікація з аудиторією, виражена у звертаннях протягом промови.

ІА «Укрінформ» та ІА «Главком» максимально дотрималися хронології в описі виступу, емоційного забарвлення та уваги до деталей, що допомогла цим ЗМК зберегти образ В. Зеленського таким, яким ми бачимо у відео з виступу.

Інформаційний портал «Аль-Джазіра» також дотримується хронології виступу і акцентування уваги на деталях. Матеріал даного ЗМК також «зіграв» на виділені гіперпосиланнями певних тем, які стосуються тих, що були задіяні у виступі В. Зеленського, для підсилення уваги і образу спікера.

Інформаційний матеріал ІА «Суспільне» зберігає хронологію виступу В. Зеленського, але за рахунок використання не прямої мови втрачає частину деталей промови, які пом'якшують образ президента України.

Інформаційні матеріали ООН та CNN зображають подію, використовуючи лише не пряму мову, втрачаючи при цьому важливу частину деталей, таким чином стираючи і нейтралізуючи образ В. Зеленського на виступі.

Підсумовуючи сказане, робимо висновок, що максимальна кількість деталей слугують для передачі і створення потрібного образу, а використання прямої мови обертає читача до головного героя події.

Важливо зазначити, що ЗМК, матеріали яких було проаналізовані, відповідають таким етичним стандартам, як достовірність інформації, проте не пряму мову, можна вважати опосередковано суб'єктивізмом, адже не пряма мова- це взяті із усього об'єму тексту певні абзаци і надані читачам. Таким чином кожен читач може сприймати інформацію зі свого боку.

ВИСНОВКИ

У рамках дослідження було розглянуто роль журналістів у створенні образу громадських діячів та політиків через медіа. Було встановлено, що журналісти відіграють важливу роль у формуванні громадської думки про цих осіб. Вони вибирають, які події та факти висвітлювати, і яким чином їх подавати. Це впливає на те, якими громадські діячі та політики сприймаються суспільством.

У дослідженні було використано теоретичні та емпіричні методи. Було проаналізовано наукові праці з теорії журналістики, політичної комунікації та масової комунікації. Також було проведено контент-аналіз новинних матеріалів про громадських діячів та політиків.

У результаті дослідження було виявлено, що журналісти використовують різні прийоми для створення позитивного або негативного образу громадських діячів та політиків. Журналісти можуть висвітлювати лише ті події та факти, які свідчать про позитивні або негативні риси громадського діяча або політика. Журналісти можуть використовувати мови, які підкреслюють позитивні або негативні риси громадського діяча або політика. Журналісти можуть цитувати лише ті джерела, які свідчать про позитивні або негативні риси громадського діяча або політика.

Дослідження показало, що журналісти можуть використовувати свою професійну позицію для просування певних ідей та цінностей. Це може призвести до того, що громадська думка про громадських діячів та політиків буде формуватися під впливом журналістських матеріалів.

Журналісти повинні бути об'єктивними у своєму висвітленні подій. Вони повинні уникати використання прийомів, які можуть призвести до створення спотвореного образу громадських діячів та політиків. Вони повинні бути відповідальними за те, як вони використовують свою професійну позицію. Вони повинні усвідомлювати, що їхні матеріали можуть впливати на громадську думку.

Громадські діячі та політики повинні бути обережними у своїх висловлюваннях та діях. Вони повинні розуміти, що все, що вони роблять, може бути висвітлено в медіа. Журналісти повинні дотримуватися професійних стандартів журналістики. Ці стандарти включають в себе такі принципи, як об'єктивність, неупередженість та баланс. Журналісти повинні використовувати різні джерела інформації. Це допоможе їм отримати більш повну картину подій.

Вони повинні бути готові визнати свої помилки та внести необхідні корективи. Журналісти повинні усвідомлювати, що їхні матеріали можуть впливати на громадську думку. Вони повинні бути обережними у тому, як вони використовують свою владу. Журналісти повинні бути готові до того, що їхня професійна діяльність буде піддаватися критиці. Вони повинні бути готові відстоювати свої матеріали та обґрунтовувати свої рішення.

Громадські діячі та політики повинні розуміти, що все, що вони роблять, може бути висвітлено в медіа. Вони повинні бути обережними у своїх висловлюваннях та діях. Громадські діячі та політики повинні бути готові до критики в медіа. Вони повинні бути готові відстоювати свої позиції та обґрунтовувати свої рішення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко С. М. Теоретико-методологічні засади дослідження національної самосвідомості українського народу. URL: https://www.filosof.com.ua/Jornel/M_45/Vojko.htm.
2. Пасічник В.М. Національна ідея у контексті журналістських відносин. Львів: СПОЛОМ, 2020. 225 с.
3. Карлова В. В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07kvvunc.htm>.
4. Стадник В. В. Роль засобів масової інформації у формуванні та реалізації національної ідеї в українському суспільстві. Вісник Національної академії оборони України. 2010. № 6 (19). С. 29–33.
5. Бахтеев Борис. Пропаганда перемагає. URL: <https://detector.media/infospace/article/135052/2018-02-26-rosiiska-propagandaperemagaе>.
6. Білоус О. М. Інформаційна модель сучасної аналітичної преси. Наукові записки Інституту журналістики. Том 17. Київ, 2004. С. 87–90.
7. Білоус О. М. Типологія газетної періодики. Наукові записки Інституту журналістики. Київ, 2005. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2005>
8. Боднар І., Міжнародна інформація: навчально-метод. посібник для самоств. вивчення курсу. / І. Боднар. 2-ге вид., стереотип. Львів : Новий Світ-2000, 2006. 216 с.
9. Бондаренко Ю.С. Альтернативна преса (особливості функціонування, редакційна політика, місце в національній системі медіа): дис...канд.наук із соц. комм. Суми, 2017.
10. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки : навчальний посібник / за заг. ред. В. О. Жадька. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. 356 с.

11. Голуб О.П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. Київ : ТОВ “Софія-А”, 2016. 184 с.
12. Гресько О.В. Міжнародна журналістика: Навчальнометодичний посібник. Київ : Грамота, 2009. 112 с.
13. Гриценко О.М., Шкляр В.І. Основи теорії міжнародної журналістики. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2002. 304 с.
14. Даниленко С.І. Міжнародна журналістика. Репортерське спілкування. Практикум. Київ : ІМВ, 2002. 248 с.
15. Данилевич А. Інформаційний імідж і образ України у друкованих ЗМІ: на межі понять. Медіапростір, 2017. Випуск 10. С. 85–91.
16. Жиленко І. Р. Медійні процеси XVII–XVIII століть: навчальний посібник Суми : СумДУ, 2021. 189 с.
17. Білоус А.В. Сучасний стан медіа-індустрії України. Часопис картографії. 2013. Вип. 7. С. 163–174.
18. Бутиріна М.В. Механізм стереотипотворення у мас-медіа. Актуальні питання масової комунікації. 2008. Вип. 9. С. 16–20.
19. Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навч. посіб.: стандарти якості журналіст. практики. Київ: Акад. Укр. Преси, 2004. 262 с.
20. Василенко К.М. Політична інтернет-журналістика в Україні; проблеми становлення. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2011. Вип. 102, (ч.1). С. 284–289.
21. Воронова М.Ю. Політична журналістика як особливий різновид професійної діяльності. Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 50, січ. - берез. С. 197–201.
22. Григорова З.В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі - ієрархія інформаційного простору. Технологія і техніка друкарства. 2017. Вип. 3 (57). С. 93–100.

23. Дуцик Д.Р. Політична журналістика. Київ: Києво-Могилянська Академія, 2005. 140 с.
24. Зражевська Н.І. Метаповіді та медійний образ політика в мас-медіа. Наукові записки Інституту журналістики. 2014. Т. 56, лип. - верес. С. 78–82.
25. Іванчук К.В. Соціальні медіа як ЗМІ. Мовні і концептуальні картини світу. 2013. Вип. 46, ч. 2. С. 16–23.
26. Кирилова О.В. Імерсивна журналістика: чинники ефективного. Communications and communicative technologies. 2019. Вип. 19. С. 48–55.
27. Лизанчук В. Журналістика чи комунікативістика?. Дзеркало тижня. 2017. 11–17 листоп. С. 13.
28. Литвинова М.К. Політична журналістика в Україні в Україні: деякі аспекти теорії і практик. Наукові записки Інституту журналістики. 2003. Т. 11. С. 26–30.
29. Літвінчук І.С. Медіапростір у кризових ситуаціях: роль і відповідальність журналістики та медіа. Антиколоніальний дискурс у сучасному науково-медійному просторі України як передумова реінтеграції криму. 2023.
30. Максимчук О.В., Бондар С.С. Роль мас-медіа у формуванні політичних міфів. Актуальні проблеми політики. 2020. № 65. С. 49–54.
31. Матвійчук О.О. Роль соціальних медіа у політичному PR. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2009. Вип. 84, ч. 1. С. 83–87.
32. Мороз О.О. Роль медіа-освіти у формуванні культурної ідентичності людини: thesis. 2012.
33. Олтаржевський Д.О. Роль і місце корпоративних медіа в сучасній системі ЗМІ. Наукові записки Інституту журналістики. 2009. Т. 34, січ. - берез. С.15–19.
34. Потятиник Б.В. Інтернет-журналістика: навч. посіб. Львів: ПАІС, 2010. 246 с.

35. Приступенко Т.О. Право і журналістика. Вісник київського національного університету імені Тараса Шевченка. журналістика. 2000. Вип. 8. С. 49–52.
36. Тарасюк В.М. Інформаційна політика сучасних медіа. Держава і право. Серія "Політичні науки". 2016. Вип. 71. С. 154–168.
37. Чічановський А.А. Журналістика як політична діяльність. Вісник київського національного університету імені Тараса Шевченка. журналістика. 2005. Вип. 13. С. 5–10.
38. Шаповал Ю.Г. Телевізійна журналістика: навч. посіб. Рівне, 2008. 112 с.
39. Шкляр В. Мас-медіа в новому столітті. Україна дипломатична. 2003. Вип. 3. С.761–770.



реклама

Сьогодні людство має діяти в повній солідарності, щоб урятувати життя

Укрінформ наводить повний текст виступу Президента України Володимира Зеленського під час

Додаток 1. Інформаційний матеріал ІА «УКРІНФОРМ»

СУСПІЛЬНЕ НОВИНИ НОВИНИ ВІЙНА ТОП РЕГІОНІВ ВІДЕО ІСТОРІЇ РОЗСЛІДУВАННЯ ЗЛОЧИНИ РФ

Президент України Володимир Зеленський виступив на Генасамблеї ООН, 19 вересня 2023 рік. Фото: ОП

Президент Володимир Зеленський 19 вересня виступив на Генеральній Асамблеї Організації Об'єднаних Націй.

Глава держави розпочав промову із привітання всіх, хто виступає за спільні зусилля й пообіцяв, що, "будучи дійсно єдиним, світ можемо гарантувати справедливий мир для всіх націй".

"Ця зала бачила багато воєн, але не як активний захисник від агресії. У багатьох випадках тут найгучнішим був страх перед війною, останньою війною — війною, після якої більше ніхто не збиратиметься в залі Генасамблей. Третя світова війна розглядалася як ядерна війна. Конфлікт між державами на шляху до ядерної зброї. Інші війни здавалися менш страшними порівняно з загрозою так званих «великих держав», які розстрілюють свої ядерні запаси", — сказав Зеленський.

Президент зазначив, що "XX століття навчило світ утримуватися від використання зброї масового знищення — не розгортати, не

Додаток 2. Інформаційний матеріал ІА «СУСПІЛЬНЕ»

Виступ Зеленського на Генасамблеї ООН, нова допомога від Литви та Латвії: головне за ніч

Діана Гасюк

20 вересня, 2023, 07:29 glavcom.ua



Виступ Зеленського на Генасамблеї ООН

Президент України Володимир Зеленський **виступив на Генеральній асамблеї ООН у Нью-Йорку**. У промові він нагадав про блокування Росією українських портів і, як наслідок, продовольчу кризу, ядерний шантаж Москви та російську агресію в інших країнах. Зеленський запропонував країнам об'єднати зусилля для реалізації української «формули миру».

«Главком» пропонує до ознайомлення **повний текст виступу** українського президента.

Додаток 3. Інформаційний матеріал ІА «ГЛАВКОМ»



News | Russia-Ukraine war

Full text: Zelenskyy's speech to the UN General Assembly

The Ukrainian president used his 15 minute slot to warn UN members of the dangers of not standing up to aggression.



Додаток 4. Інформаційний матеріал комерційного інформаційного порталу «Аль-Джазіра»



United Nations | General Assembly | General Debate

EN SEARCH

Statement summary

VOLODYMYR ZELENKYY, President of Ukraine, noting that unity can prevent wars, said: "This Hall has seen many wars, but not as an active defender against aggression." While the next world war is seen as a nuclear war – a conflict between States "on the highway to nukes" – he recalled that Ukraine gave up its nuclear arsenal. Recalling that the Russian Federation became the "keeper" of nuclear weapons, he added: "The history shows that it was Russia who deserved nuclear disarmament. Terrorists have no right to hold nuclear weapons." He further turned to Moscow's weaponization of food, recalling that since the war, ports in the Black Sea and the Sea of Azov have been blocked. Expressing appreciation to those States that supported the "Grain from Ukraine" programme, he added: "United we made weapons turn back into food again." Also pointing to the creation of a temporary sea export corridor from Ukrainian ports, he said it is alarming to see how "some of our friends in Europe play out solidarity in a political theatre". While they may seem to play their own role, they are helping to "set the stage" for Moscow, he emphasized.

He went on to say that the Kremlin has weaponized oil and gas to weaken leaders of other countries, adding that Moscow is now weaponizing nuclear energy. "Look what Russia did to our Zaporizhzhia power plant – shelled it, occupied it and now blackmails others with radiation leaks," he stated, while recognizing that the global security architecture offers no response or protection against such threats. "There is no accountability for radiation blackmailers so far", he added. Turning to the abduction of children, aimed at putting pressure on families and societies, he said that kidnapping and deportation have never been a part of Government policies before. Reporting that Kyiv has evidence of hundreds of thousands of children kidnapped by Moscow in the occupied territories and later deported, he emphasized: "We are trying to get children back home, but time goes by. What will happen to them? These children are taught to hate

Full statement

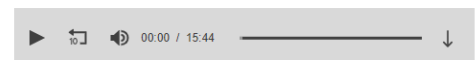
Read the full statement, in PDF format.

Statement in English

Audio

Listen to and download the full statement in mp3 format.

Select the language English CHOOSE AUDIO LANGUAGE



Photo

Додаток 5. Інформаційний матеріал сайту ООН.



Mike Segar/Reuters

Zelensky addresses the UN General Assembly in New York City on Sept 19.

(CNN) — Ukrainian President Volodymyr Zelensky urged a global front against Russian aggression in a dramatic speech delivered Tuesday during [the UN General Assembly](#) — his first in-person address to the global body since Russia’s 2022 invasion.

“The goal of the present war against Ukraine is to turn our lands, our people, our resources into a weapon against you, against the international rules based order,” Zelensky said. “Many seats in the General Assembly hall may become empty if Russia succeeds with its treachery and aggression.”

Hailed with vigorous applause when he took the stage, Zelensky used his 15 minutes to accuse Russian leaders of terrorism and genocide, citing in particular the removal of Ukrainian children from the country.

Ukraine has long accused Russia of [forcibly deporting Ukrainian children](#) from occupied areas — allegations which form the basis of an international war crimes arrest warrant against Russian President Vladimir Putin.

Some Russian officials have admitted the practice, publicly boasting about their efforts to bring children to Russia, place them in Russian families and, in some cases, give them Russian passports.



Додаток 6. Інформаційний матеріал комерційного телеканалу CNN.