1

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ,
СПОРТУ ТА РЕАБІЛІТАЦІЇ
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ,
СЛОВЕСНОСТІ ТА КУЛЬТУРИ

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА (ДИПЛОМНА) РОБОТА

на тему:

Поступ української економічної журналістики
як передумова залучення іноземного капіталу

добувача вищої освіти ІІ рівня, ІІ курсу, групи ЖМ-22-1,
пеціальності (061– Журналістика),
світня програма (“Економічна журналістика”)


(підпис)

Калити Артема Володимировича
(прізвище, ім’я, по батькові)

Іауковий керівник _____
(підпис)

Гиріна Тетяна Сергіївна
д.н.соц.ком., проф.
(ПІП,, науковий ступінь, вчене звання)

Керівник освітньо-професійної програми _____
(підпис)

Зикун Наталія Іванівна
д.н.соц.ком., проф.
(ПІП,, науковий ступінь, вчене звання)

Іопущено до захисту за рішенням кафедри _____

ротокол від «16» 01 2024 № 7

авідувач кафедри _____
(підпис)

Гиріна Тетяна Сергіївна
д.н.соц.ком., проф.
(ПІП,, науковий ступінь, вчене звання)

Ірпінь – 2024

Реєстрація №15 19.01.2024 _____
(дата) (підпис відповідальної особи)

Результати перевірки до захисту 19.01.24 _____
(до захисту, на доопрацювання) (дата) (підпис)

Результат захисту 5 (98) 15.02.2024 _____
(оцінка) (дата) (підпис)

Голова комісії: _____ Куликов А.В.
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії: _____ Зикун Н.І.
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ Гиріна Т.С.
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ Брадов В.В.
(підпис) (ініціали, прізвище)

БЛАНК

БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ
ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ (ДИПЛОМНОЇ) РОБОТИ

Об'єкти контролю	Діапазон оцінки в балах		Фактична кількість балів	Примітки	Дата, П.І.П.: керівника, голови комісії членів комісії, секретаря, (підписи)
ОЦІНЮВАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ КЕРІВНИКОМ ТА РЕЦЕНЗЕНТОМ					Тиф'я
Зміст випускної роботи якість теоретичного матеріалу, його зв'язок з практичним, вміння представляти матеріал в логічній послідовності, наявність висновків та пропозицій)	від 0 до 30		29		
2.Дотримання вимог щодо оформлення	від 0 до 10		9		
3.Вчасне виконання роботи на всіх етапах у встановлені кафедрою терміни	від 0 до 5	5	5		
Рецензент	від 0 до 5	5	5		
РАЗОМ БАЛІВ*	від 0 до 50	48	48		
ОЦІНЮВАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХИСТУ					Тиф'я
.Доповідь	від 0 до 10		10		
2. Роздатковий матеріал	від 0 до 5		5		
3. Знання теоретичного та практичного матеріалу, вміння відповідати на запитання	від 0 до 25		25		
5. Апробація (участь у конференціях)	від 0 до 10		10		
РАЗОМ БАЛІВ	від 0 до 50	50	50		
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ	від 0 до 100	98	98		

ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЕКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.П.: голови, членів комісії, секретаря, (підпис)
98	A	5	15.02.2024	Тиф'я

ПРАВИЛА ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНОК ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ ЕКТС

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	5 (відмінно)
80-89	B	4 (добре)
70-79	C	
60-69	D	3 (задовільно)
50-59	E	
35-49	EX	2 (незадовільно)

Факультет соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації
Кафедра соціальних комунікацій, словесності та культури
Спеціальність 061 – Журналістика
Освітня програма "Економічна журналістика"

Затверджую
Завідувач кафедри
_____Гиріна Т.С.
«___»_____2024

Завдання на випускну кваліфікаційну (дипломну) роботу

здобувачу вищої освіти

Калиті Артему Володимировичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи
Поступ української економічної журналістики як передумова залучення іноземного капіталув

Затверджена наказом ректора від «14» грудня 2022 №1287.

2. Строк здачі закінченої роботи 15 грудня 2023 року

3. Цільова установка
Метою випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи є осмислення поступу української економічної журналістики як передумови формування інформаційного підґрунтя та супроводу залучення іноземного капіталу до повоєнного відновлення та відбудови України

Об'єкт дослідження – економічна журналістика в структурі соціальнокомунікаційної діяльності України на національному та міжнародному рівні.
Предмет дослідження – інформаційно-організаційний потенціал економічної журналістики як складової формування привабливого для іноземного капіталу іміджу нашої держави з метою залучення коштів до відбудови та відновлення України

Емпіричну базу дослідження становлять становлять підсумки проведеного автором соціологічного дослідження (анкетування: заочне, індивідуальне) постраждалих від війни з росією жителів київщини із використанням сервісу "Google Forms" (термін проведення: 17.12.2023–24.12.2023; n = 15)

4. Вихідні дані до роботи – вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел, додатки

5. Перелік графічного матеріалу 6 рисунків

6. Зміст випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОСМИСЛЕННЯ РОЛІ ЕКОНОМІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНОМУ ПРОЦЕСІ В УКРАЇНІ

1.1. Огляд наукових досліджень та методологічна база дослідження

1.2. Роль журналістики у повоєнному відновленні України

РОЗДІЛ 2. ВЕКТОРИ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЗОРОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ В ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Імідж України в структурі фінансової привабливості для інвесторів

2.2. Поліфонія фінансових розслідувань на сторожі підвищення прозорості економіки України

РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ РОЛІ ЕКОНОМІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ У ВІДБУДОВІ КИЇВЩИНИ

3.1. Презентація результатів авторського опитування

3.2. Презентаційний ролик благодійної ініціативи ДПУ #SaveIrpinUniversity

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

7. Календарний план виконання роботи

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	Вибір теми	до 10.12.2022	08.12.2022
2	Опрацювання літературних джерел, складання плану випускної	до 01.01.2023	09.01.2023

	кваліфікаційної (дипломної) роботи		
3	Узгодження плану випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	до 01.02.2023	20.01.2023
4	Підготовка першого розділу випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	до 01.04.2023	15.13.2023
5	Підготовка другого розділу випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	до 01.06.2023	06.06.2023
6	Підготовка третього розділу випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	до 01.10.2023	13.09.2023
7	Підготовка вступу, висновків та подання завершеної випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи керівнику	до 01.11.2023	03.11.2023
8	Доопрацювання випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи із урахуванням зауважень керівника	до 01.12.2023	01.12.2023
9	Подання закінченої випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи, перевірка на плагіат та отримання відгуку керівника	до 15.12.2023	13.12.2023
10	Передзахист випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	20.12.2023	15.12.2023

8. Дата видачі завдання «10» грудня 2022 року

9. Керівник випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи _____ (підпис) Гиріна Т.С. (прізвище, ініціали)

10. Керівник освітньо-професійної програми _____ (підпис) Зикун Н.І. (прізвище, ініціали)

11. Завдання до виконання отримав здобувач вищої освіти _____ (підпис) Калита А.В. (прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Поступ української економічної журналістики
як передумова залучення іноземного капіталу
(назва випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи)

Метою випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи є осмислення поступу української економічної журналістики як передумови формування інформаційного підґрунтя та супроводу залучення іноземного капіталу до повоєнного відновлення та відбудови України.

Для досягнення поставленої мети визначено наступні завдання: визначити роль журналістики у повоєнному відновленні України; охарактеризувати мідж України в структурі фінансової привабливості для інвесторів; дослідити поліфонію фінансових розслідувань на сторожі підвищення прозорості економіки України; узагальнити оцінку постраждалих від війни в Україні жителів київщини ролі економічної журналістики у відновленні та відбудові регіону; розробити інформаційно-мотиваційний відеоролик звернений до міжнародної спільноти з метою залучення до благодійної ініціативи відновлення ДПУ “#SaveIrpinUniversity”.

Предметом дослідження є інформаційно-організаційний потенціал економічної журналістики як складової формування привабливого для іноземного капіталу іміджу нашої держави з метою залучення коштів до відбудови та відновлення України.

Об’єктом дослідження економічна журналістика в структурі соціальнокомунікаційної діяльності України на національному та міжнародному рівні.

Емпіричну базу дослідження становлять підсумки проведеного автором соціологічного дослідження (анкетування: заочне, індивідуальне) постраждалих від війни з росією жителів київщини із використанням сервісу “Google Forms” (термін проведення: 17.12.2023–24.12.2023; n = 15).

За результатами дослідження сформульовані висновки реалізованої наукової розвідки, емпірично осмислено роль економічної жуорналістики у відбудові київщини та підготовано презентаційний ролик благодійної ініціативи ДПУ “#SaveIrpinUniversity”.

Випускна кваліфікаційна (дипломна) робота містить 60 сторінок, список використаних джерел з 73 найменування, 2 додатки.

Ключові слова: боротьба з корупцією, економічна журналістика, журналістські компетенції, журналістські розслідування, імідж України, іноземний капітал, медіа-інструменти, медіасупровід відбудови України, повоєнна відбудова,

Рік виконання випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи 2022–2023.

Рік захисту роботи – 2024.

ANNOTATION

The progress of Ukrainian economic journalism
as a prerequisite for attracting foreign capital
(name of final qualification (diploma) work

The purpose of the final qualification (diploma) work is to understand the progress of Ukrainian economic journalism as a prerequisite for the formation of an informational basis and support for attracting foreign capital to the post-war recovery and reconstruction of Ukraine.

To achieve the goal, the following tasks have been defined: to determine the role of journalism in the post-war reconstruction of Ukraine; characterize the medium of Ukraine in the structure of financial attractiveness for investors; to investigate the polyphony of financial investigations in order to increase the transparency of Ukraine's economy; to summarize the assessment of the residents of Kyiv Oblast affected by the war in Ukraine of the role of economic journalism in the recovery and reconstruction of the region; to develop an informational and motivational video aimed at the international community with the aim of involving them in the charitable initiative to restore the DPU "#SaveIrpinUniversity".

The subject of the study is the informational and organizational potential of economic journalism as a component of forming an attractive image of our country for foreign capital in order to attract funds for the reconstruction and restoration of Ukraine.

The object of research is economic journalism in the structure of social communication activities of Ukraine at the national and international level.

The empirical basis of the research is the results of a sociological survey conducted by the author (survey: extramural, individual) of residents of Kyiv Oblast affected by the war with Russia using the Google Forms service (date: 12/17/2023–12/24/2023; n = 15).

Based on the results of the research, the conclusions of the implemented scientific intelligence were formulated, the role of economic journalism in the reconstruction of Kyiv region was empirically understood, and a presentation video of the charitable initiative of the State University of Ukraine "#SaveIrpinUniversity" was prepared.

Graduation qualification (diploma) work contains 60 pages, a list of used sources with 73 names, 2 appendices.

Keywords: fight against corruption, economic journalism, journalistic competences, journalistic investigations, image of Ukraine, foreign capital, media tools, media coverage of the reconstruction of Ukraine, post-war reconstruction,

The year of completion of the final qualification (diploma) work is 2022–2023.

The year of job protection is 2024.

ЗМІСТ

ВСТУП ……... 10

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОСМИСЛЕННЯ РОЛІ ЕКОНОМІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНОМУ ПРОЦЕСІ В УКРАЇНІ 15 ……..

1.1. Огляд наукових досліджень та методологічна база дослідження 15 ……..

1.2. Роль журналістики у повоєнному відновленні України 19 …….……

РОЗДІЛ 2. ВЕКТОРИ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЗОРОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ В ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ …… 28

2.1. Імідж України в структурі фінансової привабливості для інвесторів ….. 28

2.2. Поліфонія фінансових розслідувань на сторожі підвищення прозорості економіки України …… 38

РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ РОЛІ ЕКОНОМІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ У ВІДБУДОВІ КИЇВЩИНИ 48 ……

3.1. Презентація результатів авторського опитування …….. 48

3.2. Презентаційний ролик благодійної ініціативи ДПУ #SaveIrpinUniversity 56

ВИСНОВКИ …….. 60

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ……..…..……..... 65

ДОДАТКИ ……. 74

ВСТУП

Актуальність дослідження поступу української економічної журналістики як передумови залучення іноземного капіталу в епоху глобальної взаємопов’язаності, коли інформація передається з безпрецедентною швидкістю, неможливо переоцінити. Економічний медіаландшафт України перебуває на критичному етапі, оскільки нація бореться з наслідками безпрецедентних економічних викликів, роль журналістики стає дедалі важливішою. Інвестори, як українські, так і іноземні, покладаються на точну, своєчасну та ґрунтовну інформацію для прийняття зважених рішень. Економічна журналістика слугує лінзою, через яку світ дивиться на український економічний наратив, впливаючи на сприйняття, яке, у свою чергу, формує інвестиційні моделі.

Прагнення України до економічного зростання та розвитку тісно пов'язане з її здатністю залучати іноземний капітал. Міжнародна спільнота уважно стежить за економічними показниками, урядовою політикою та загальним бізнес-середовищем, перш ніж здійснювати інвестиції. Економічна журналістика є не просто механізмом інформування, але й стратегічним гравцем в економічній екосистемі. Здатність доносити складні економічні концепції до різноманітної аудиторії робить її мостом між економічними зацікавленими сторонами та широкою громадськістю. Надійний і прогресивний ландшафт економічної журналістики сприяє прозорості, зміцнює довіру та сприяє більш тонкому розумінню економічних реалій.

Дипломна робота закладає основу для поглибленого дослідження симбіотичного зв’язку між українською економічною журналістикою та залученням іноземного капіталу. У дослідженні будуть розглянуті конкретні аспекти у розрізі висвітлення економічної політики в ЗМК, загального впливу журналістської практики на довіру інвесторів, та її ролі у відновленні та повоєнному відновленні України.

Стан і ступінь розробки проблеми в спеціальній літературі. Залучення іноземного капіталу як фактору забезпечення економічного зростання країни вивчали Т. Малишівський та В. Стефінін. Дослідники констатують, що нині економіка України є сировинною, з низьким рівнем складності, а підходи до формування економічної привабливості пропонують запозичити в Ізраїлю [29, С. 34–41]. Загрози та перспективи залучення іноземних інвестицій у діяльність територіальних громад України проаналізували Г. Єфимова та М. Павлова [14, с. 74–85]. М. Конар, Н. Кушнір провели оцінку чинників зовніньоекономічних зв'язків українського бізнесу [27, с. 70–74]. І. Ангелько розкрила тему економічних загроз, економічних викликів та можливостей українського підприємництва в умовах війни [3, с. 27–34].

З метою відстеження побічних ефектів війни та пов'язаних із нею санкцій, що вплинули на стан економіки в Україні, інших країнах європейського регіону, зокрема, країнах із підвищеною вразливістю чи ризиком кризи вплив війни в Україні на світову економіку дослідили К. Вашист, О. Азімова та Л. Хантер [8, с. 6–16]. Роль журналістів у забезпеченні права громадян на вільний доступ до суспільно важливої інформації в умовах війни осмислили Н. Карпчук та Ю. Макар [24, с. 191–204]. Економічні та екзистенційні виклики, що постають перед журналістикою обґрунтували К. Фішер та П. Сора [56].

Журналістику як нову захоплюючу дослідницьку територію, яка допомагає громадськості зрозуміти, чому так часто сукупність суспільних економічних знань розходиться з переконаннями авторитетних економістів розглядає доктор філософії із університетського коледжу Лондона (Великобританія) Т. Мата [59–60]. Осмислення аудіовізуального контенту культурної журналістики воєнного часу у контексті національної ідентичності розкрито А. Лісневською та Р. Новиковою [28, с. 131–138]. Осмислення комунікаційного потенціалу журналістики рішень в перехідний період трансформації традиційних медіа в Україні присвячене дослідження А. Житникової [15, с. 60–67]. В контексті журналістики даних аспекти візуалізації даних виклали Д. Солодовник, І. Гаврилюк, І. Сипченко [71, с.102–116]. Поліфонія можливостей економічної

журналістики в структурі журналістики даних розкрив А. Аррезе [51]. Механізми позитивного впливу журналістських матеріалів на економічну тематику на стабілізацію та посилення національних економік виклав індійський дослідник із Університету науки та технологій Гуру Джамбхешвар М. Даял [53], а Х Мюллер розмірковував над якістю глобальної економічної журналістики [61].

Журналістські розслідування у контексті економічної журналістики є потужним напрямком дослідницької роботи, зокрема представленої у публікаціях дослідниці із Міжнародного класичного університету імені Пилипа Орлика В. Стєкольщикової [39, с. 288–299], М. Садівничої [37], у розрізі українського телебачення О. Гарматій [10], Б. Іваницької, І. Пилипишиної [17, с. 71–74], Л. Василик [7, с. 42–46], у розрізі традиційної періодики О. Кирилової, К. Шевцової [25], проблематики розслідувань А. Оприско, О. Гарматій [33, с. 142–147]., основ сторітелінгу, як невід'ємної складової позиціонування журналістських текстів в економічній розслідувальній журналістиці О. Грудки [12]. Практиці журналістських рослідувань в Україні після початку повномастіного вторгнення росії в Україну присвячені праці М. Василенка [6, с. 33–44] та М. Христокіна, І. Зайцевої [44, с. 48–55].

Метою випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи є осмислення поступу української економічної журналістики як передумови формування інформаційного підґрунтя та супроводу залучення іноземного капіталу до повоєнного відновлення та відбудови України.

Для досягнення поставленої мети поставлено наступні *завдання*:

– визначити роль журналістики у повоєнному відновленні України;

– охарактеризувати роботу журналістів з конструювання іміджу України в структурі фінансової привабливості для інвесторів;

– дослідити поліфонію фінансових розслідувань на сторожі підвищення прозорості економіки України;

– узагальнити оцінку постраждалих від війни в Україні жителів київщини ролі економічної журналістики у відновленні та відбудові регіону;

– розробити інформаційно-мотиваційний відеоролик звернений до міжнародної спільноти з метою залучення до благодійної ініціативи відновлення ДПУ “#SaveIrpinUniversity”.

Об’єкт дослідження – економічна журналістика в структурі соціальнокомунікаційної діяльності України на національному та міжнародному рівні.

Предмет дослідження – інформаційно-організаційний потенціал економічної журналістики як складової формування привабливого для іноземного капіталу іміджу нашої держави з метою залучення коштів до відбудови та відновлення України.

Емпіричну базу дослідження становлять підсумки проведеного автором соціологічного дослідження (анкетування: заочне, індивідуальне) постраждалих від війни з росією жителів київщини із використанням сервісу “Google Forms” (термін проведення: 17.12.2023–24.12.2023; n = 15).

Методологічний апарат дослідження Під час дослідження використано такі методи: узагальнення наукового досвіду, дедукція, індукція, орієнтовно-аналітичний підхід – з метою осмислення теоретичних аспектів економічної журналістики, соціального конструювання та медійності інвестиційного клімату в Україні; аналіз і синтез – для визначення типів комунікаційних мереж та особливостей їх застосування в процесі відновлення та повоєнної відбудови київщини; абстрагування, групування, порівняння та системний підхід – для дослідження складових формування іміджу української економіки в системі соціальних комунікацій та характеристики поточного стану й перспектив поступу галузі економіки та комунікаційної сфери; логічне й теоретичне узагальнення, моніторинг, елементи порівняльно-історичного методу – для аналізу зарубіжних моделей повоєнної відбудови, залучення інвестицій в країну, ролі медіа в підвищенні фінансової стабільності та довіри до національної економіки, її прозорості та соціальної орієнтованості; соціологічне дослідження методом анкетування жителів Київської області, майно яких постраждало внаслідок повномасштабного вторгнення росії в Україну (n=15, проведеного

17.12.2023–24.12.2023р., з використанням сервісу “Google Forms”); моделювання рекламного звернення студентської молоді м. Ірпінь до міжнародної спільноти та донорів щодо підтримки відбудови Державного податкового університету, а конкретно ініціативи випускника ВУЗу, засновника українського бренду “ANOESES” К. Саввопуло із масштабного збору коштів на відбудову 28 авдиторій Центрального корпусу університету.

Науково-практична значимість одержаних результатів полягає у розширенні наукового дискурсу підсумками власного емпіричного дослідження, розробці інформаційно-мотиваційного ролика з привернення уваги українсько та зарубіжної спільноти до відбудови ДПУ “#SaveIrpinUniversity”.

Особистий внесок здобувача полягає у підготовці трьох розділів дослідження, проведенні опитування постраждалих від війни з росією жителів київської області (15 респондентів), розробці інформаційно-мотиваційного ролика в рамках ініціативи з відбудови Державного податкового університету “#SaveIrpinUniversity”.

Апробація результатів роботи: основні результати дослідження викладені в публікаціях збірників матеріалів міжнародних науково-практичних конференцій [20,с. 124–129; 21, с. 166–171], а також були виголошені в ході науково-комунікативних заходів [18–19; 22–23], що засвідчено у додатках А–Е (Див. Додаток А–Е).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОСМИСЛЕННЯ РОЛІ ЕКОНОМІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНОМУ ПРОЦЕСІ В УКРАЇНІ

1.1. Огляд наукових досліджень та методологічна база дослідження

Осмислення теоретичного підґрунтя до дослідження поступу української економічної журналістики як передумови залучення іноземного капіталу лежить у площині міжгалузевих досліджень науковців зі сфери економіки, соціальних комунікацій, психології, поведінкових наук. Саме тому отримані емпіричні результати дослідження завдяки комплексному вивчення робіт із різних галузей зробить розвідку предметною та націленою на конкретний результат.

Залучення іноземного капіталу як фактору забезпечення економічного зростання країни вивчали Т. Малишівський та В. Стефінін. Дослідники констатують, що нині економіка України є сировинною, з низьким рівнем складності, тому не здатна продукувати високі рівні доходів суспільства. Щоб не залишатися бідною та відсталою вона потребує реформування і одним зі шляхів є залучення прямих іноземних інвестиційних ресурсів в економіку України. Підходи до формування економічної привабливості дослідники пропонують запозичити в Ізраїлю [29, с. 34–41]. В окремому дослідженні авторами запропоновано підходи до формування привабливої інвестиційної політики на місцевому рівні у комплексі “інструментів прямого впливу (фінансових) та з опосередкованих, які в свою чергу визначають рівень інституційної спроможності громади щодо залучення інвестицій. До інструментів прямого впливу віднесли податкові інструменти, утворення цільових фондів, спільне фінансування інвестиційної діяльності, проведення конкурсів із забезпеченням фінансування переможців, створення спеціальних вільних економічних зон тощо. До інструментів опосередкованого впливу належать: налагодження

системи комунікацій з інвесторами; формування та поширення інвестиційних пропозицій громади; розробка та поширення промоційних матеріалів для інвестора (інвестиційний паспорт, гід для інвестора тощо) та інші" [29, с. 34–41]. Загрози та перспективи залучення іноземних інвестицій у діяльність територіальних громад України проаналізували Г. Єфимова та М. Павлова [14, с. 74–85]. М. Конар, Н. Кушнір провели оцінку чинників зовніньоекономічних зв'язків українського бізнесу [27, с. 70–74]. Перспективи розвитку фінансової інклюзії І. Абрамова вбачає у створенні дієвих механізмів захисту прав споживачів фінансових послуг, розвитку платіжної інфраструктури та цифрових технологій у фінансовій сфері, умов для підвищення фінансової грамотності населення та його інформованості про послуги банківських, небанківських фінансово-кредитних установ [1, с. 294–300]. І. Ангелько розкрила тему економічних загроз, економічних викликів та можливостей українського підприємництва в умовах війни [3, с. 27–34].

З метою відстеження побічних ефектів війни та пов'язаних із нею санкцій, що вплинули на стан економіки в Україні, інших країнах європейського регіону, зокрема, країнах із підвищеною вразливістю чи ризиком кризи вплив війни в Україні на світову економіку дослідили К. Вашист, О. Азімова та Л. Хантер [8, с. 6–16]. Роль журналістів у забезпеченні права громадян на вільний доступ до суспільно важливої інформації в умовах війни осмислили Н. Карпчук та Ю. Макар. В дослідженні наголошено на важливості інформування громадськості про хід військової кампанії, оскільки це забезпечує емоційну та волонтерську підтримку армії та військових, політичних та економічних рішень з боку цивільного населення [24, с. 191–204]. Економічні та екзистенційні виклики, що постають перед журналістикою обґрунтували К. Фішер та П. Сора [56]

Журналістику як нову захоплюючу дослідницьку територію, яка допомагає громадськості зрозуміти, чому так часто сукупність суспільних економічних знань розходиться з переконаннями авторитетних економістів розглядає доктор філософії із університетського коледжу Лондона (Великобританія) Т. Мата [59].

В іншій публікації присвяченій радикальній економічці як журналістиці у контексті походження доларів та роздумів автор наголошує, що радикальна економіка внесла інновації в комунікацію економічних ідей, породжуючи нові ідіоми та формати друку для втручання в кола прогресивного активізму. Попри приклади із попередніх століть сучасність диктує продовження розгляду у вимірі цифрових медіа [60].

Осмислення стану, умов функціонування векторів розвитку журналістики загалом та її економічного сегменту зокрема присвячені наукові праці українських та зарубіжних дослідників. Серед них осмислення аудіовізуального контенту культурної журналістики воєнного часу у контексті національної ідентичності, про що говорять у свій публікації А. Лісневська та Р. Новикова [28, с. 131–138]. Осмислення комунікаційного потенціалу журналістики рішень в перехідний період трансформації традиційних медіа в Україні присвячене дослідження А. Житникової [15, с. 60–67]. В контексті журналістики даних аспекти візуалізації даних виклали Д. Солодовник, І. Гаврилюк, І. Сипченко [71, с. 102–116]. Поліфонія можливостей економічної журналістики в структурі журналістики даних розкрив А. Аррезе. Автор створеджує, що “логіка журналістики даних була рушійною силою журналістики з самого її початку, особливо у випадку економічної журналістики. Економічна журналістика історично інтегрувала п’ять основних аспектів журналістики даних: робота з даними та базами даних; розробка концептуальної інфраструктури для аналізу даних і контенту; регулярне використання засобів візуалізації; застосування нових технологій для висвітлення особливостей економічних даних; та інтеграція різних професійних профілів у редакціях” [51]. Механізми позитивного впливу журналістських матеріалів на економічну тематику на стабілізацію та посилення національних економік виклав індійський дослідник із Університету науки та технологій Гуру Джамбхешвар М. Даял [53], а Х Мюллер розмірковував над якістю глобальної економічної журналістики [61]. Способи впливу різних обставин та журналістських традицій на практику ділової журналістики в трьох основних підгалузях : економічних новин, ділових новин

та фінансових новин виклав професор Університету Наварри (Іспанія) А. Аррезе [50].

Журналістські розслідування у контексті економічної журналістики є потужним напрямком дослідникої роботи, зокрема представленої у публікаціях дослідниці із Міжнародного класичного університету імені Пилипа Орлика В. Стєкольщикової [39, с. 288–299], М. Садівничої [37], у розрізі українського телебачення О. Гарматій [10], Б. Іваницької, І. Пилипишиної [17, с. 71–74], Л. Василик [7, с. 42–46], у розрізі традиційної періодики О. Кирилової, К. Шевцової [25], проблематики розслідувань А. Оприско, О. Гарматій [33, с. 142–147], основ сторітелінгу, як невід'ємної складової позиціонування журналістських текстів в економічній розслідувальній журналістиці О. Грудки [12]. Практиці журналістських рослідувань в Україні після початку повномастіного вторгення росії в Україну присвячені праці М. Василенка [6, с. 33–44] та М. Христокіна, І. Зайцевої [44, с. 48–55].

Окремим сегментом позиціонування України на міжнародній арені є іміджева складова, яка в тому числі конвертуватиметься в посилення позицій на фінансово-економічних ринках. До ключових чинників, які впливають на імідж українських компаній при виході на міжнародні ринки Л. Квасова, Л. Курбацька та М. Боловін віднесли культурні, економічні та політичні фактори, які використовують українські компанії для створення та покращення іміджу за кордоном. Ці елементи є перспективними складовими маркетингових, брендингових і комунікаційних стратегій позиціонування власного позиціонування [57, с. 39–44].

Таким чином наукове підґрунтя осмислення поступу української економічної журналістики у контексті залучення іноземного капіталу складається із комплексу українських та зарубіжних досліджень, які охоплюють різну тематику, та представляють поліфонію напрямків, без яких змістовне та предметне дослідження буде неможливим.

Під час дослідження використано такі методи: узагальнення наукового досвіду, дедукція, індукція, орієнтовно-аналітичний підхід – з метою осмислення

теоретичних аспектів економічної журналістики, соціального конструювання та медійності інвестиційного клімату в Україні; аналіз і синтез – для визначення типів комунікаційних мереж та особливостей їх застосування в процесі відновлення та повоєнної відбудови київщини; абстрагування, групування, порівняння та системний підхід – для дослідження складових формування іміджу української економіки в системі соціальних комунікацій та характеристики поточного стану й перспектив поступу галузі економіки та комунікаційної сфери; логічне й теоретичне узагальнення, моніторинг, елементи порівняльно-історичного методу – для аналізу зарубіжних моделей повоєнної відбудови, залучення інвестицій в країну, ролі медіа в підвищенні фінансової стабільності та довіри до національної економіки, її прозорості та соціальної орієнтованості; соціологічне дослідження методом анкетування жителів Київської області, майно яких постраждало внаслідок повномасштабного вторгнення росії в Україну (n=16, проведеного 04–10.12.2023 р., з використанням сервісу “Google Forms”); моделювання рекламного звернення студентської молоді м. Ірпінь до міжнародної спільноти та донорів щодо підтримки відбудови Державного податкового університету, а конкретно ініціативи випускника ВУЗу, засновника українського бренду “ANOESES” К. Саввопуло із масштабного збору коштів на відбудову 28 авдиторій Центрального корпусу університету.

Таким чином теоретико-методологічна база дослідження віддзеркалює дослідницький задум, та обумовлює отримання достовірних, науково обґрунтованих актуальних результатів.

1.2. Роль журналістики у повоєнному відновленні України

Кінець 2023 р. видався складним емоційно, інформаційно та психологічно для українців, які майже два роки у війні. Та попри все продовжується робота з

напрацювання алгоритмів повоєнного життя, зокрема ролі журналістики в повоєнній відбудові України. При цьому вже зараз зрозуміло, що у повоєнний період журналісти матимуть дуже багато роботи не лише в контексті інформування, але й комунікаційної підтримки та супроводу відновлювальних процесів за рахунок закордонного фінансування, комунікації з міжнародними партнерами та фондами. У фаховому середовищі вже зараз обговорюються моделі та механізми створення мережі інформаційної інфраструктури здатної на високому рівні забезпечити інформаційний супровід та підтримку процес віднослення.

Одним із профільних заходів із обговорення можливості журналістики у балансуванні між статусом незаангажованого медіаканалу та повноцінного гравця інформаційного ринку в контексті відновлення країни; в організації діяльнісної команди у складі локальних засобів масової комунікації, із залучення небайдужих громадян, представників владних органів та активістів із різних сфер, які зазнали втручання та збитків до відбудови як деокупованих територій, так і понівечених війною міст та сіл, природи та економіки; поєднанні журналістської діяльності та активізму стала проведена на платформі “Donbas Media Forum 2023” [46] дискусія організована “Детектор Медіа”.

Крім традиційних для сучасного журналіста функцій “сторожового собаки” у повоєнний період додадуться посередницькі між владними структурами різних рівнів і громадськістю, між іноземними донорами та волонтерськими групами, антикорупційними органами та представниками громадських об’єднань. За словами О. Остапи, очільника локального медіа “Thebuchacity” [73] та голову громадської організації “Буча найкраще місто” “через те, що відбулось у Бучі під час окупації, вона стала суперпопулярним містом. Спочатку до нас почали завозити допомогу місцеві українські волонтери та підприємства, потім підтягнулися іноземні благодійники й інвестори. Буча потрапила до обласних і державних програм із відновлення. І перший місяць-два було важко розібратися, що відбувається у цій сфері. Тоді ніхто особливо не думав, звідки беруться гроші та на що їх витрачають” [47]. Медіаменеджер та громадський активіст, які з

перших днів повномасштабного вторгнення включився у волонтерську роботу згадує, що очолюване ним цифрове медіа було одним з небагатьох джерел інформацій та комунікації під час окупації Бучі ще до її звільнення. Після деокупації робота медійників продовжилася, на зміну темам виживання прийшли теми відновлення, інформування про пункти видачі гуманітарної допомоги, гарячих обідів, пунктів зарядження гаджетів та доступу до зв'язку, контакти благодійників, які допоможуть забити вибиті вікна фанерою чи залатати ах від вітру та дощу, пошуку зниклих без вісти людей, тварин та ін. Інформували також про можливості допомоги міжнародних організацій, контактували з ними та з'ясовували, яку допомогу вони можуть надати. Справжнім тригером називає О. Остапа конкретний випадок, який змусив всі медіа бучанського району київської області глибше зануритися в тематику відновлення рідного регіону.

"Вулиця Вокзальна, на якій у Бучі розбили ворожу колону, що йшла захоплювати Київ, – одна з найдовших вулиць у місті та ділиться на три частини. Перша – це та, яку ви, скоріш за все, бачили на фото зі зруйнованою технікою. Друга частина – центральна. І третя тягнеться від Варшавської траси до Гостомеля. Першу частину взявся відновлювати Фонд Баффета, на знак подяки якому нашу Привокзальну площу перейменували на площу Баффета. Третя частина, яка йде до Гостомеля, належить обласній раді, і там досі важко проїхати, оскільки за її ремонт ще ніхто не брався" [47] – розповів О. Остапа. Справа в тому, що середню частину через кілька місяців швидко відновили повністю, попри те, що вона була практично ціла "І перші ж фотографії нового асфальту на тлі розбитих будинків викликали великий резонанс у Бучі. Люди не розуміли: як так – там, де був і без того нормальний, нещодавно покладений асфальт, знову зробили ремонт?" [47].

За його словами міська влада аргументувала це начебто тим, що ці гроші були закладені в бюджет для планового ремонту ще до початку повномасштабного вторгнення. Однак громадськість та журналістське середовище із скепсисом сприйняла таку аргументацію, що вилилося в значну кількість підготованих сюжетів та текстових розслідувань, у яких в тонкощах

розглядали аргументацію різних сторін. “Thebuchacity” “почало співпрацювати з активістами, які займаються процесами відновлення на всіх стадіях: від планування – до фінансування та реалізації проєктів. А також з екоактивістами, які першими створили громадську раду при міській владі, щоб контролювати використання коштів, що надходять на розв’язання екологічних проблем, які виникли внаслідок окупації. І ми зараз працюємо над тим, щоб у нас з’явилася подібна громадська рада з відновлення будівель” [47].

Це лише один із фактів подібного попереднього зловживання, які виникають, в тому числі, через недостатньо злагоджену комунікацію влади з громадою. В цьому контексті важливо, щоб на зустріч йшли обидві сторони і журналісти теж усвідомлювали, що вони не знають всього і не є фахівцями з усіх питань, тому продовжували навчатися, відвідували тренінги та були готовими до визнання власних помилок. Результатом такого професійного росту журналістів на згаданій платформі можемо вважати журналістське розслідування про відновлення будинків в регіоні [48].

Таким чином можна зробити висновок, що локальні медіа потребують рати участь в програмах відновлення своїх громад, тому що вони, буквально, дихають одним повітрям з місцевими жителями, ходять одними й тими ж вулицями, бачать понівечені будинки і обурюються неправомірним відділенням коштів на відновлення дороги, яке ще могло б почекати. Національні медіа таких конкретних проблем не помітили б, крім того місцеві медіа мають можливість спілкуватися з місцевими жителями на місцях: під час громадських обговорень, зустрічей на ринках чи в бібліотеках. Системне живе спілкування дозволяє розуміти проблеми громади. Як наслідок журналіст стає включеним не лише в процеси відновлення, але й є зацікавленим як житель цього міста, тому хоче не лише висвітлити, але й діяльнісно змінити ситуацію на краще, вплинути та позитивне вирішення проблеми.

Природньо, що навколо таких медіа формується категорія відданих користувачів, громадських, екологічних активістів, економістів, які готові долучатися до аналізу профільної інформації, які готові вкладатися свій час та

сили в те, щоб життя навколо стало кращим, щоб влада дійсно була підзвітною, а громадськість могла більше довіряти їй, але в тому числі і локальному медіа, оскільки воно не замовчує гостру тематику, розкриває суть подій чи вчинків, які мають наслідок для всієї громади. Таким чином, за підтримки громадськоісті локальні медіа можуть впливати на ухвалення рішень місцевою владою, а в загальному на процеси відбудови та повоєнного відновлення.

На думку заступниці директора ІСАР "Єднання" Н. Климової війна змінила роль медіа в суспільстві, адже медійники нині не наглядачі за дотриманням демократичних принципів у суспільстві, виробниками мультимедійного контенту та інформаторами, вони формують пласт соціального бізнесу в Україні "Сьогодні дуже важко стало провести обмежувальну лінію, по один бік якої власне медіа, а по інший – активісти, громадські організації, волонтери та небайдужі жителі громади. Тому ласкаво просимо вас у громадський сектор! Тут є велика інфраструктура підтримки для вас, багато навчання, багато донорів, які можуть посилити важу спроможність. У секторі є чимало гравців, які готові вам допомогти й вас підтримати" [47].

Безумовно медіа, які долучають до реалізації соціальних ініціатив, підтримують благодійні фонди, громадські організації, реалізують чи долучаються до благодійних ініціатив заслуговують на повагу. Активістам дійсно потрібна підтримка, увага медіа і, як наслідок, повага громадськості принаймні для того, щоб волонтерський рух ставав мейнтримним, його чисельність та якість збільшувалася, що знову ж таки, стимулюватиме більші зусилля активістів і акумулювання закордонної підтримки на відновлення України.

З такою оцінкою діяльності регіональних медіа погоджується і журналістка проєкту "Схеми" В. Єгошина. Вона констатує, що проєкт до якого вона дотична реалізовує розслідування присвячені корупції на найвищих щаблях влади, при цьому усвідомлює, що корупційні діяння мають місце на всіх рівнях державного управління і потрібно дивитися прискіпливо на ці процеси. Викривати їх мають саме регіональні медіа, які ближче бачать, глибше розбираються та рефлексують

на проблеми місцевого рівня. На її думку попри те, що “відбувається децентралізація грошових потоків, але у більшості випадків шляхи все одно ведуть до Києва” [47]. До прикладу, коли “Схеми” розслідували “витратити на відновлення доріг після початку повномасштабного вторгнення, була більшою, ніж та, що була спрямована на дороги в Одеській, Миколаївській, Сумській і Харківській областях – тобто регіонах, які більше постраждали від війни” [47]. Попри те, що питання розподілу фінансування стосувалося регіонів, журналісти, все ж вийли на Офіс президента та Ю. Голика особисто, який виконував координаційні функції “Великого будівництва, про що йшлося у розслідуванні “Велика відбудова. Керівник Дніпропетровщини платить бюджетні мільярди своїй супутниці – розслідування” [38].

Представники різних медіа сходяться на тому, що в українському суспільстві гострий запит на журналістські розслідування не лише як маркер демократичного суспільства, але й як безальтернативної нульової толерантності до корупції на всіх щаблях влади. Подібний запит є і закордоном щодо України, адже на нашу країну зведені прискіпливі погляди громадянських суспільств всіх демократичних країн світу, серед них і інвесторів, які по закінченню війни отримають в Україні перспективний майданчик для розбудови власного бізнесу, а для цього має бути сприятливим внутрішній економічний клімат, щоб вкладені ресурси могли прозоро працювати на благо нашій державі. “Якщо у першій половині 2023 року під час поїздок у європейські країни я (авт. – В. Єгошина) розповідала про розслідування воєнних злочинів Росії, то у другій половині – про корупцію та стан боротьби з нею в Україні” [47]. Відповідати на такі запитання справжньому патріоту та громадянину країни, безумовно, неприємно, а ще неприємніше усвідомлювати, що байдужість і жага наживи може зруйнувати шанс нашої держави та відновлення та поступ. З іншого боку подібні гострі запитання та відкриті відповіді, після яких міжнародна спільнота пересвідчується, що ми визнаємо корупційну проблему та настирно працюємо, аби викрити та унеможливити її повторення змушує перейнятися симпатією та емпатією до українців, нашого характеру та волі. На ділі саме журналісти часто

контактуючи із закордонними колегами, спікерами доносять до них думку про те що можна не хвилюватися і сміливо виділяти кошти на відбудову, адже крім правоохоронних органів журналісти пильно стежитимуть за їхнім розподілом, освоєнням та якістю виконаних робіт.

Безумовно для цього потрібно підготувати належну кількість фахових журналістів розслідувачів з економічної тематики, які не лише володітимуть фаховим інструментарем із доступу до та обробки інформації, але й вмітимуть аналізувати значні бази даних, ідентифікувати зв'язки між ними, працювати в команді не лише в середні країни, але й з потужними міжнародними консорціумами розслідувачів та забепечуватимуть якісні, верифіковані результати гострих соціальних розслідувань. Саме вони, безумовно, стануть одним із потужних сигналів для міжнародних інвесторів, щодо відповідальності, демократичності та свідомості України в контексті розпорядження залучених для відбудови ресурсів. На цьому фоні журналістські розслідування набувають популярності та впливу. Їхня аудиторія як всередині держави так і за її межами, адже є свідченням того, що Україна спроможна потурбуватися про себе, дати собі раду після відновлення та відбудови.

Ці процеси відбуваються на фоні постійної масштабної, багатовекторної інформаційної загрози з боку агресора, який не лише щоночі запускає ракети по українським будинкам, але й спрямовує потужні сили інформаційного впливу як на українців, так і на представників інших країн. Тому окремим вектором є робота із протидії ворожим інформаційним інтервенціям. Ми маємо бути готовими, що закити про неправомірну витрату коштів отриманих на відбудови лунатимуть з росії в будь якому випадку, але ми маємо бути суб'єктними, а наше слово має важити більше, ніж брехня поширювана ворогом, тоді і лише тоді вона втрать свою силу та викликатиме більше осуду і насмішки щодо адресанта комунікації.

Окремим вектором інформаційної діяльності у повоєнний період буде інтеграція деокупованих теориторій, особливо тих, хто прожив в окупації від 2014 р. На цих територіях фактично треба буде не відновлювати, а наново

створювати український інформаційний простір. Такий досвід Україна отримала на деокупованих територіях Херсонської та Харківської області, які, при тому, були в окупації відносно не довго. Спочатку там відновлювали радіомовлення, потім з'являвся інтернет, далі мобільний зв'язок, і на сам кінець телебачення [47].

Українська журналістика на деокупованих територіях має бути затребувано у населення, а для цього починати інформаційне входження на ті території потрібно м'яко і ще під час окупації, щоб поступово сформулювалося довіра і потреба. До основних принципів повернення українських медіа експерти називають такі:

– "максимально перекрити вплив російської пропаганди (заглушати сигнал трансляції, видавати судові заборони, блокувати ворожі онлайн-ресурси тощо);

– відповідати на питання місцевих жителів, не приховувати проблем;

– говорити про те, що важливо й корисно;

– залучати фахівців з конфліктології [45];

– підтримувати друковані видання, оскільки доступ до електронних засобів масової інформації може бути ускладнений через руйнування інфраструктури;

– говорити правду;

– працювати за журналістськими стандартами, дотримуючись Кодексу етики українського журналіста" [2].

Таким чином роль журналістики у повоєнному відновленні України лежить у площині реінтеграції окупованих територій, зокрема, які перебували в окупації від 2014 р., продовженні боротьби в інформаційній війні, яка, попри завершення гарячої фази війни, безумовно, триватиме не лише в Україні, але й продовжуватиметься на глобальній арені через інформаційні впливи ворога на суспільства різних держав; через проведення якісних журналістських розслідувань задля підвищення рівня прозорості національної економіки та довіри до неї у закордонних партнерів; через комунікацію на міжнародному рівні з організаціями, донорами у контексті налагоджування міждержавних зв'язків.

Тому, на завершення, це дослідження підкреслює ключову роль, яку відіграє

українська економічна журналістика в багатогранних викликах, з якими стикається нація, особливо після конфлікту, який почався в 2014 році. Післявоєнний сценарій вимагає комплексного підходу, і економічна журналістика виникає як стрижень для кількох критичних аспектів відновлення та розвитку України.

По-перше, реінтеграція окупованих територій є складним і делікатним викликом. Зусилля журналістів мають бути зосереджені на сприянні тонкому розумінню історичних, культурних та економічних чинників, сприяючи діалогу та примиренню. Завдяки точним і неупередженим репортажам економічні журналісти можуть сприяти більш інформованому публічному дискурсу, сприяючи створенню середовища, сприятливого для примирення та реінтеграції.

Крім того, інформаційна війна, яка залишається потужною силою та вимагає постійної журналістської участі. Українська економічна журналістика може слугувати противагою дезінформації, надаючи точний, добре досліджений аналіз, який розвіює міфи та пропагує правду. Це має вирішальне значення не лише для внутрішньої аудиторії, але й для протидії зовнішнім впливам, які прагнуть маніпулювати наративами на глобальній арені.

Акцент на якісних журналістських розслідуваннях для підвищення прозорості національної економіки має першорядне значення. Заглиблюючись у критичні економічні питання, журналісти можуть викривати корупцію, сприяти підзвітності та прозорості бізнес-середовища, яке приваблює іноземний капітал. Прозорість є не лише необхідною умовою для іноземних інвестицій, але й основою для відновлення довіри між вітчизняними зацікавленими сторонами.

Крім того, неможливо переоцінити важливість міжнародного спілкування. Економічні журналісти можуть відігравати важливу роль у встановленні та зміцненні міждержавних відносин, виступаючи посередниками інформації. Завдяки ефективній комунікації вони можуть підкреслити економічний потенціал України, продемонструвати інвестиційні можливості та співпрацювати з міжнародними організаціями та донорами, щоб отримати підтримку для ініціатив розвитку країни.

По суті, прогрес української економічної журналістики тісно пов’язаний із ширшими цілями повоєнної відбудови. Це каталізатор реінтеграції, оплот проти

дезінформації, промоутер прозорості та міст до міжнародної співпраці. Поки Україна бореться з майбутніми викликами, журналістська спільнота має продовжувати розвиватися, адаптуючись до мінливого ландшафту, дотримуючись принципів точності, чесності та відданості суспільним інтересам. Завдяки цим зусиллям українська економічна журналістика справді може стати рушійною силою в залученні іноземного капіталу та просуванні нації до сталого розвитку та майбутнього.

РОЗДІЛ 2. ВЕКТОРИ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЗОРОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ В ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Імідж України в структурі фінансової привабливості для інвесторів

Імідж країни є ключовим фактором, що впливає на рішення іноземних інвесторів, а у випадку України він має особливе значення в контексті фінансової привабливості. В останні десять років Україна живе в умовах складних геополітичних викликів, починаючи від анексії Криму в 2014 р. та війну, яка триває майже два роки. Ці події неминуче вплинули на міжнародне сприйняття України. Економічна журналістика, завдяки своїй здатності надавати контекст і аналіз, відіграє вирішальну роль у формуванні наративу навколо цих проблем. Представляючи всеохоплюючу картину, економічні журналісти володіють інструментарем сприяння розвіювання хибних уявлень і формуванню точнішого розуміння реальної ситуації в Україні.

На рішення інвесторів часто сильно впливає уявлення про економічну та політичну стабільність країни, і Україна не є винятком. Імідж нації, створений за допомогою наративів ЗМК, публічного дискурсу та міжнародних відносин, відіграє ключову роль у формуванні довіри інвесторів. Економічні журналісти володіють унікальною владою в цьому відношенні, слугуючи архітекторами наративу, який або зміцнює, або кидає виклик переважаючим уявленням. Війна в Україні викликає побоювання та пересторогу інвесторів, тому завдання інвесторів зорієнтуватися в цьому складному історичному контексті та детально й точно відобразити поточну ситуацію в країні. Проводячи глибокий аналіз і контекстуалізуючи події, журналісти можуть сприяти розвіюванню хибних уявлень і формування більш реалістичнішого розуміння економічного ландшафту України [66, с. 548–560].

Подібне сприйняття – комплекс тонкої взаємодії наративів, стереотипів і репрезентації ЗМК. Економічні журналісти відіграють вирішальну роль у зміні цих наративів, щоб представити Україну як динамічну та стійку націю, яка виходить за межі історичних викликів. Завдяки ретельним репортажам журналісти можуть висвітлити позитивні кроки, досягнуті в економічних реформах, диверсифікації галузей і появі динамічної підприємницької екосистеми. Протидія негативним стереотипам є ключовим аспектом ролі журналіста. Розбираючи та кидаючи виклик домінуючим міфам про Україну, економічні журналісти можуть сприяти зміні сприйняття країни як ризикованого або нестабільного інвестиційного напрямку. Вони можуть підкреслити економічний потенціал, який існує, незважаючи на геополітичні виклики, демонструючи успішний бізнес, інноваційні стартапи та безліч можливостей, що чекають на інвесторів [31, с. 164–175].

Крім того, економічні журналісти можуть виступати в якості інтерпретаторів економічних даних, надаючи контекст і аналіз, що виходить за рамки простої статистики. Це має вирішальне значення для формування наративу про економічні показники України. Наприклад, якщо країна переживає тимчасовий економічний спад, журналісти можуть контекстуалізувати його в рамках ширшої траєкторії реформ, запевняючи інвесторів, що проблеми, які є наслідками війни не підривають довгостроковий потенціал країни [34, с. 55–61]. В епоху інформаційного перевантаження роль економічних журналістів як фільтрів та інтерпретаторів посилюється. Вони не лише повідомляють факти, але й забезпечують основу, за допомогою якої інвестори інтерпретують ці факти. Журналістські наративи, які підкреслюють стійкість економіки України, її відданість реформам і потенціалу людського капіталу, сприяють формуванню позитивного сприйняття. Прозорість і підзвітність є важливими елементами формування такого сприйняття [30, с. 41–55]. Економічні журналісти, притягаючи до відповідальності бізнес та державні установи у журналістських розслідуваннях, сприяють створенню іміджу України як країни, яка серйозно ставиться до викорінення корупції та сприяння благодатному бізнес-середовищу,

заснованому на чесності. Ця прихильність до прозорості стає наріжним каменем у розбудові довіри, вирішальним фактором для інвесторів, які шукають впевненості на незнайомих ринках [16, с. 63–67].

Неможливо переоцінити силу сприйняття залучення іноземних інвестицій, і економічні журналісти в Україні відіграють ключову роль у орієнтуванні та впливі на цей складний ландшафт. Завдяки своїм репортажам, аналізу та відданості правді вони мають потенціал змінити наративи, врівноважити стереотипи та представити Україну, яка не лише долає історичні виклики, але й стає привабливим місцем для міжнародних інвесторів. Їх роль виходить за рамки інформування, а стратегічний внесок в економічне відродження та глобальне процвітання нації, яка прагне до поступу та сталого розвитку [66, с. 548–560].

У сфері залучення іноземного капіталу прозорість і довіра є ключовими стрижнями, які підтримують довіру інвесторів і роблять значний внесок у фінансову привабливість країни. Економічні журналісти в Україні відіграють ключову роль у сприянні прозорості та зміцненні довіри через свої розслідувальні репортажі, перевірку фінансової практики та зобов’язання притягувати до відповідальності як державні, так і приватні установи.

Відносини між прозорістю та довірою симбіотичні. Прозорість у контексті економічної журналістики передбачає розкриття інформації про внутрішню роботу бізнесу, державну політику та фінансові операції. Коли економічні журналісти активно шукають і поширюють інформацію, пов’язану з корпоративним управлінням, розкриттям фінансової інформації та дотриманням нормативних вимог, вони сприяють створенню прозорого бізнес-середовища. Ця прозорість, у свою чергу, служить основою, на якій будується довіра. Журналістські розслідування випадків корупції, фінансових порушень або етичних порушень у бізнес-секторі є життєво важливими для сприяння [58, с. 54–70]. Розкриваючи такі проблеми, економічні журналісти діють як сторожові пси, сигналізуючи інвесторам про прагнення викорінити корупцію та забезпечити етичне функціонування підприємств. Це викриття не лише притягує правопорушників до відповідальності, але й надсилає потужне повідомлення про

те, що прозорість є невід'ємним аспектом економічного ландшафту [31, с. 164–175].

Довіра, встановлена через прозорість, стає цінною валютою у світі міжнародних фінансів. Іноземні інвестори з більшою ймовірністю вкладуть капітал у країну, де вони впевнені в цілісності фінансових систем, нормативно-правової бази та ділової практики. Економічні журналісти завдяки своєму невпинному прагненню правди та відданості точному звіту сприяють зміцненню цієї довіри. Коли журналісти висвітлюють випадки відсутності прозорості, це є закликом до дій для політиків і бізнес-лідерів усунути недоліки та посилити механізми підзвітності. Крім того, економічні журналісти діють як інформатори, яка допомагають інвесторам приймати зважені рішення. Їхня роль у інтерпретації складних економічних зв'язків, поясненні нормативно-правової бази та забезпеченні розуміння ринкових тенденцій є надзвичайно важливою. Таке прозоре поширення інформації дає інвесторам знання, необхідні для орієнтування на українському ринку, пом'якшуючи ризики та покращуючи загальне сприйняття інвестиційного клімату [66, с. 548–560].

Міжнародні інвестори часто покладаються на оцінки й аналізи третіх сторін, коли розглядають інвестиційні можливості в інших країнах. Економічні журналісти, створюючи добре досліджені звіти, аналіз ринку та огляди окремих галузей, сприяють створенню бази знань, якій можуть довіряти іноземні інвестори [16, с. 63–67]. Цей інформаційний міст допомагає подолати прірву між незнайомістю та впевненістю, роблячи український ринок доступнішим та привабливішим для світової аудиторії. Крім того, прагнення до прозорості виходить за межі внутрішньої тематики. Економічні журналісти можуть активно співпрацювати з міжнародними ЗМІ, надаючи точну та своєчасну інформацію про економічний ландшафт України. Цей проактивний підхід покращує імідж країни на світовій арені, посилюючи повідомлення про те, що Україна прагне відкритості та вітає міжнародне співробітництво [31, с. 164–175]. Таким чином прорість і довіра є основою сприятливого інвестиційного клімату. Економічні журналісти в Україні завдяки своїй дослідницькій майстерності, відданості

підзвітності та ролі розповсюджувачів інформації відіграють важливу роль у створенні та підтримці цього фундаменту. Оскільки Україна прагне залучити іноземний капітал для економічного розвитку, зусилля економічних журналістів у сприянні прозорості та довірі є не лише позитивними, але й необхідними для сприяння стійкому, надійному та глобально конкурентному економічному середовищу. Їхня робота виходить за рамки інформування, натомість стає каталізатором для формування наративу нації, яка відкрита для бізнесу, віддана етичним практикам і готова до сталого зростання.

У складній системі залучення іноземного капіталу одна з ключових ролей, яку відіграє економічна журналістика в Україні, полягає в її здатності демонструвати можливості. Окрім інформування про виклики та невдачі, економічні журналісти виступають як амбасадори економічного потенціалу країни, стимулюючи як місцевих, так і міжнародних інвесторів до інвестиційних активностей щодо України. Економічні журналісти служать інформаторами, які створюють повідомлення, що виходять за рамки простого окреслення економічних проблем. Завдяки поглибленому аналізу, тематичним статтям та інтерв'ю з лідерами галузі журналісти мають змогу висвітлювати історії успіху, демонструвати інноваційні бізнес-моделі та розповідати про сектори зі значним потенціалом зростання [58, с. 54–70]. Надаючи детальне та позитивне зображення цих історій успіху, економічні журналісти сприяють створенню збалансованішого та привабливішого образу економічного ландшафту України. Крім того вони відіграють вирішальну роль у виявленні та аналізі нових тенденцій і можливостей інноваційних секторів економіки. Незалежно від того, чи йдеться про розвиток нової галузі, впровадження інноваційних технологій чи реалізацію прогресивної економічної політики, журналісти діють як презентари, привертаючи увагу до сфер, які представляють зрілі можливості для інвестицій. Цей проактивний підхід не лише інформує потенційних інвесторів, але й надихає місцевих підприємців, сприяючи диверсифікації та динамізму економіки[58, с. 54–70]. Економічні журналісти можуть критично оцінювати політичні ініціативи, нормативні рамки та стимули, спрямовані на залучення іноземних

інвестицій. Подаючи глибокі коментарі та аналіз, інформують інвесторів про заходи, які застосовуються для полегшення їх входу на ринок, запевняючи їх у сприятливому та сприятливому бізнес-середовищі.

Окрім традиційних ЗМК, економічні журналісти використовують цифрові платформи, щоб охопити глобальну аудиторію. Завдяки захоплюючому мультимедійному вмісту, включаючи відео, подкасти та інтерактивні функції, можна забезпечити динамічний і запродуктивний анонс для потенційних інвесторів [5, с. 44–49]. Ці платформи пропонують можливість продемонструвати не лише економічні дані та статистику, а й людські історії, що стоять за успішним бізнесом, відображаючи дух підприємництва, який визначає економічний ландшафт України [16, с. 63–67]. Міжнародна співпраця є ще одним аспектом демонстрації можливостей, адже галузева журналістика може сприяти зв’язкам між місцевим і глобальним бізнесом, висвітлюючи спільні ініціатива та успішний досвід кооперації. Це не лише може стимулювати іноземні інвестиції, але й позиціонує українські компанії як цінних партнерів на світовому ринку.

Комплексний аналіз ринку як передумова залучення іноземного капіталу можливе за наслідками вивчення сильних та слабких сторін, можливостей та загроз в різних секторах, адже журналісти пропонують інвесторам цінну інформацію для прийняття зважених рішень. Ці аналізи не лише скеровують інвесторів, але й сприяють точнішому сприйняттю інвестиційного клімату, розвіюючи хибні уявлення та висвітлюючи нюанси та різноманітні доступні можливості. Демонстрація цих перспектив виходить за рамки традиційних економічних секторів і охоплює стійкі та соціально відповідальні практики. Економічні журналісти можуть висвітлити бізнес, який надає пріоритет екологічним, соціальним та управлінським (ESG) міркуванням, відповідаючи світовій тенденції відповідального інвестування. Демонструючи ці ініціативи, медійники сприяють залученню інвесторів, які віддають перевагу сталому розвитку та відповідальному веденню бізнесу [58, с. 54–70].

У прагненні залучити іноземний капітал економічна журналістика в Україні

відіграє ключову роль у сприянні міжнародній взаємодії. Взаємопов'язаний характер глобальної економіки вимагає активних зусиль для донесення до міжнародної спільноти економічного ландшафту України, можливостей і реформ. Економічні журналісти сприяють міжнародній взаємодії, створюючи міст між українським ринком і потенційними іноземними інвесторами у контексті: стратегічних комунікацій, участі у глобальних форумах, співпраці з іноземними кореспондентами, просування інвестиційних можливостей, адвокації економічних реформ, висвітлення міжнародних історій успіху в Україні, взаємодії з міжнародними організаціями.

Економічні журналісти служать стратегічними комунікаторами, перекладаючи складну економічну інформацію в доступні наративи для міжнародної аудиторії. За допомогою статей, звітів та інтерв'ю вони розповідають про економічну політику України, нормативне середовище та можливості для бізнесу [16, с. 63–67]. Ця стратегічна комунікація спрямована не лише на потенційних інвесторів, але й на міжнародних зацікавлених партнерів, політиків та організації, зацікавлені в економічному розвитку нашої держави. Подаючи точну та актуальну інформацію, економічні журналісти сприяють розвіюванню хибних уявлень і сприяють тонкому розумінню економічного потенціалу України [36, с. 190–193].

Міжнародні економічні форуми та конференції служать майданчиками для демонстрації економічних перспектив країни та залучення іноземних інвестицій. Економічні журналісти відіграють вирішальну роль у представленні України на цих глобальних форумах. Беручи участь у дискусіях, розповідаючи про ключові ідеї та беручи інтерв'ю у впливових постатей, журналісти сприяють підвищенню авторитету України на міжнародній арені. Ця активна участь не лише інформує світову спільноту про економічні прагнення України, але й сприяє створенню контактів для потенційних інвесторів [31, с. 164–175].

Співпраця з іноземними кореспондентами є важливим аспектом міжнародної взаємодії. Економічні журналісти в Україні можуть налагоджувати партнерські відносини з міжнародними ЗМК, надаючи їм ідеї, аналізи та

ексклюзивні історії. Ця співпраця гарантує, що точні та різноманітні погляди на економічний ландшафт України досягнуть глобальної аудиторії. Сприяючи цьому обміну інформацією, економічні журналісти сприяють створенню більш повного та збалансованого інформування, яке виходить за межі національних кордонів [58, с. 54–70].

Економічні журналісти виступають промоутерами інвестиційних можливостей на міжнародній арені. За допомогою цільових звітів про конкретні сектори, історії успіху та урядові ініціативи вони підкреслюють різноманітний інвестиційний потенціал в Україні. Ця акція виходить за рамки традиційних засобів масової інформації та включає використання цифрових платформ, соціальних мереж та інших онлайн-каналів для охоплення глобальної аудиторії. Ефективно повідомляючи про привабливість українського ринку, журналісти сприяють позиціонуванню країни як життєздатного місця для іноземного капіталу [30, с. 41–55].

Міжнародні інвестори часто уважно стежать за прихильністю країни до економічних реформ як ключовим фактором у своїх інвестиційних рішеннях. Економічні журналісти в Україні за допомогою своїх репортажів, аналізу та коментарів можуть відстоювати та підкреслювати позитивний вплив поточних економічних реформ. Демонструючи відданість владі створенню сприятливого бізнес-середовища, журналісти сприяють зміцненню довіри між міжнародними інвесторами та демонструють, що Україна активно працює над створенням міцнішої та дружньої до інвесторів економічної екосистеми [5, с. 44–49].

Економічні журналісти можуть відіграти вирішальну роль у висвітленні історій успіху міжнародних компаній, які процвітають на українському ринку. Демонструючи ці кейси, журналісти не лише привертають увагу до потенційних вигод від інвестування в Україну, але й надають цінну інформацію іншим міжнародним компаніям, які розглядають вихід на ринок. Ці історії успіху сприяють зміцненню впевненості в стійкості та адаптивності українського бізнес-середовища.

Міжнародні організації, такі як Міжнародний валютний фонд (МВФ),

Світовий банк і різноманітні торгові асоціації, відіграють значну роль у формуванні глобальної економічної політики [5, с. 44–49]. Економічні журналісти в Україні можуть активно співпрацювати з цими організаціями, надаючи їм ідеї, аналізи та погляди на економічну ситуацію в країні. Така участь покращує впізнаваність України в міжнародних економічних колах і зміцнює відданість країни співпраці та прозорості. Залучення міжнародних інвестицій – це багатогранна робота, яка потребує узгоджених зусиль економічних журналістів, щоб комунікувати, відстоювати та демонструвати економічний потенціал України на світовій арені [16, с. 63–67].

Таким чином основними складовими фінансового іміджу України для міжнародних партнерів можемо визначити: геополітичну невизначеність, сприйняття корупції, правову та регуляторну складність, неефективну судову систему, коливання курсу валют, інфраструктурні виклики, обмежений доступ до фінансування, політичну нестабільність, економічну залежність від певних секторів, прогалини в кваліфікації робочої сили.

Геополітичну невизначеність обумовлює війна в Україні, яка триває десять років та сприяє геополітичній нестабільності, викликаючи занепокоєння серед інвесторів щодо загальної безпеки та передбачуваності українського ринку. Україна історично стикалася з викликами, пов’язаними з корупцією, і, незважаючи на поточні зусилля щодо реформ, сприйняття корупції в державному та приватному секторах залишається. Це підриває довіру до цілісності ділової практики та викликає занепокоєння щодо захисту інвестицій. Орієнтуючись в українському бізнес-середовищі, інвестори часто стикаються з бюрократичними перешкодами та складною нормативною базою [5, с. 44–49]. Непослідовні тлумачення законодавства та відсутність прозорості в регулятивних процесах можуть стримувати іноземних інвесторів, які прагнуть мати спрощений і передбачуваний бізнес-ландшафт. Неефективна судова система в Україні стає причиною занепокоєння щодо ефективності та збереження приватно власності та прозорості ведення бізнесу в нашій країні зарубіжними інвесторами. Затримки та невизначеність у судових розглядах

сприяють формуванню упевненості про неналежний захист прав власності та виконання контрактів. Коливання курсу гривні становить ризик для іноземних інвесторів, оскільки вони можуть вплинути на вартість інвестицій і створити невизначеність у фінансовому плануванні, стримуючи потенційних інвесторів, які прагнуть стабільних і передбачуваних економічних умов. Зруйнована та порушені інфраструктура, особливо транспортна та енергетична, створює проблеми для підприємств, які працюють в Україні. Проблеми в інфраструктурі можуть збільшити операційні витрати та перешкоджати ефективному переміщенню товарів і послуг. Незважаючи на спроби покращити фінансовий сектор, доступ до фінансування залишається проблемою для багатьох підприємств в Україні. Обмежена доступність кредитів і високі відсоткові ставки можуть перешкоджати планам зростання та розширення як місцевих, так і іноземних підприємств. Ще однією складовою, яка впливає на фінансовий імідж України є політична турбулентність, яка супроводжує нашу країну на всіх етапах формування демократії в країні та можуть обумовлювати невизначеність в бізнес-середовищі. Інвестори можуть побоюватися довгострокових зобов'язань в умовах, де політична стабільність вважається нестабільною [41, с. 203–217].

Економіка України історично залежала від певних секторів, таких як сільське господарство та важка промисловість. Відсутність диверсифікації викликає занепокоєння щодо сприйнятливості до зовнішніх економічних потрясінь і обмежує привабливість ринку для інвесторів, які шукають різноманітні можливості. Незважаючи на добре освічене, працьовите населення, існує занепокоєння щодо відповідності кваліфікації робочої сили для задоволення потреб глобальної економіки, що швидко розвивається. Очевидна прогалина в певних технічних і управлінських навичках може бути стримуючим фактором для інвесторів, які шукають висококваліфіковану та адаптовану робочу силу [30, с. 41–55].

Імідж України є невід'ємною складовою її фінансової привабливості для інвесторів [16, с. 63–67]. Економічна журналістика, завдяки своїй здатності формувати наративи, сприяти прозорості та демонструвати можливості, відіграє

ключову роль у впливі на цей імідж. Оскільки Україна прагне залучити іноземний капітал для економічного зростання та розвитку, позитивне та точне зображення в засобах масової інформації стає не лише бажаним активом, але й важливою передумовою успіху в конкурентному глобальному інвестиційному середовищі.

2.2. Поліфонія фінансових розслідувань на сторожі підвищення прозорості економіки України

Журналістки-розслідувачі стверджують, що об’єкти їхнього дослідження, які незаконно збагатилися могли б стати одними з найкращих у світі підприємців. У них було те, що потрібно: винахідливість, креативність, швидке мислення, мотивація, здатність спілкуватися та керувати, а також очевидна, хоча й дивовижна тяга до ризику. Багато з них могли б бути нарівні з І. Маском у законному бізнес-світі підкорювати всесвіт, але замість цього вони обрали злочин, а навички зробили їх одними з найнебезпечніших і найтоксичніших людей на планеті. Правопорушники мислять масштабно, при цьому реалізовують прості бізнес-плани: “більше жертв – більше грошей”. Таку стратегію полегшує той факт, що більшість високопоставлених злочинців діють безкарно в континентальному чи навіть глобальному масштабі, де у них немає природних ворогів, оскільки правоохоронні органи, як правило, обмежені національними кордонами та національними інтересами.

Через ускладнення, пов’язані з транснаціональними злочинними підприємствами, боротьба з організованою злочинністю здебільшого покладена на журналістів та активістів, які можуть спілкуватися через кордони та працювати в інтересах суспільства. Але новинні організації, які бажають протистояти одній із найпотужніших загроз на планеті, обмежені в кількості та, як правило, мають брак ресурсів. Журналісти ж розслідувачі з появою

транскордонної співпраці зрозуміли, що злочинність у багатьох відношеннях є товаром і вона дотримується загальних моделей, що полегшує її ідентифікацію та викриття, тому якщо конкретна схема працює в одній країні, то її природньо намагатимуться поширити і на інші частини світу. Щоб ефективно слідкувати за грошима та перешкоджати злочинцям вести бізнес у звичному режимі, необхідно розуміти кримінальну схему та її елементи.

Журналісти-розслідувачі повинні розуміти свого супротивника, щоб досягати мети та розкривати його незаконну діяльність. З цією метою варто осмислити вектори основних інструментів, які використовують злочинці для крадіжки, приховування та інвестування своїх грошей, а також найпродуктивніші інструменти та ідеї для їхнього виявлення та викриття.

Злочинці, мають у своєму розпорядженні регіональну та глобальну інфраструктуру, яка постійно розбудовується та підтримується. Подібна сітка в журналістиці називається “злочинністю сфери послуг” і включає в себе безліч юристів, банкірів, бухгалтерів, агентів зі створення компаній, хакерів, компаній з управління репутацією та багатьох інших, які заробляють гроші, сприяючи злочинам і допомагаючи злочинцям інвестувати свої нечесно здобуті гроші. Основними ознаками грошового злочину є компанії офшорного типу, проксі (неідентифіковані, частково ідентифіковані та повністю ідентифіковані проксі-сервери, банки, фальшиві контракти та рахунки-фактури та ін.) [68].

Офшорні розслідування є одним з часто застосовуваних досліджень в галузі журналістики та охоплюють діяльність профільної фінансової індустрії та прихованих компаній, які дозволяють злочинцям таємно викрадати та переміщувати великі суми грошей між юрисдикціями. Такі проекти, як “Offshore Crime, Inc” [65], “Panama Papers” [49] та інші, привернули увагу до цієї індустрії незаконного відмивання грошей, а подальша велика співпраця, як-от поточний проект “OCCRP OpenLux” [63], підкреслила, що багато країн, які не мають виходу до моря, наприклад Люксембург, забезпечують або забезпечували такий самий рівень секретності, як більш традиційні офшорні місця. Розуміння того, як злочинці структурують свій бізнес, і виявлення помилок, які вони зробили або

були змушені зробити, мають вирішальне значення під час розслідування організованої злочинності та корупції на міжнародному рівні і в тому числі участі в них українських бізнесменів

Організована злочинність ховається і за іншими особами – довіреними особами (проксі). Це зроблено заради того, щоб офшорні компанії могли забезпечити необхідну таємницю для своїх операцій. Під час нашої розслідувальної роботи існує три основні типи проксі-серверів: неідентифіковані частково ідентифіковані та повністю ідентифіковані проксі-сервери. Неідентифіковані проксі-сервери – це люди, особи яких були викрадені (іноді через масштабну крадіжку інформації в Інтернет-провайдерів) і які не підозрюють, що їхнє ім’я використовується для створення компанії чи відкриття банківського рахунку. Напівідентифіковані довірені особи надають свої документи, що засвідчують особу, в обмін на невеликі суми грошей, але не знають про справжній масштаб злочинності бізнесу чи операцій, пов’язаних з їхнім іменем. Співучасники, як випливає з назви, повністю усвідомлюють злочинні схеми, які вони підбурюють, і отримують частину прибутку. Знаючи, який тип довіреної особи бере участь у злочинній схемі, можна визначити, яких кроків має вжити журналіст, який проводить розслідування, намагаючись її викрити [68]. Серед подібних осіб в українському політикумі можна назвати Т. Козака, якого медасередовище називало проксі власником групи медіакомпаній “телеканалів В. Медведчука”

Незважаючи на недавнє зростання інноваційних продуктів у фінансовому секторі, таких як криптовалюти, банки залишаються важливою частиною світових фінансових систем. Вони є природною мішенню для організованих злочинних угруповань, які намагаються проникнути в банківський сектор і скористатися ним різними способами. Як і у випадку з довіреними особами, деякі банки є повними співучасниками, деякі не знають, а деякі, здається, не готові та, можливо, не бажають зупинити злочинні кошти, що проходять через їхні рахунки.

Банківська система складається з безлічі малих, середніх і великих банків та

їхніх дочірніх компаній. Важливо зазначити, що невеликі банки можуть приєднатися до глобальної фінансової системи, лише якщо вони відкриють так звані кореспондентські банківські рахунки у великих банках, що забезпечує доступ до світових банківських переказів. Об'єктами дослідження українських журналістів розслідувачів неодноразово ставали багато малих і навіть середніх банків, якими повністю або частково володіли та керували злочинці, але в більшості своїй вони досі покладаються на найбільші банки світу для надсилання та отримання величезних сум брудних грошей. Розумні злочинці давно зрозуміли, що, подібно до того, як правоохоронні органи часто стикаються з юрисдикційними обмеженнями, також бракує співпраці між банками, а системи фінансового комплаєнсу спрямовані на виявлення окремих або невеликих партій підозрілих операцій. Дослідження того як банки можуть не виявити відмивання грошей у великих обсягах під назвою "FinCENFiles" було реалізовано наприкінці двадцятих років XXI ст. Бюро фінансових розслідувань спільно з міжнароним консорціумом журналістів-розслідувачів. В рамках проєкту було проаналізована бульше 200000 транзакцій на суму 2 трлн доларів за період з 1999 по 2017 рр. в кількох глобальних фінансових установах. Документи вказують, що хоча і банки, і федеральний уряд США володіють органами фінансового моніторингу, вони мало що зробили для припинення злочинної діяльності, як, наприклад, відмивання грошей. Ця інформація стосується фінансових організацій понад 170 країн, які відіграли роль у відмиванні грошей та інших махінаціях. Журналісти у всьому світі критикували як банки, так і уряд США, зокрема BBC заявило, що інцидент свідчить про те, що "рупніші банки світу дозволили зловмисникам переміщати грязні гроші по всьому світу" [13], BuzzFeed News стверджує, що поточні файли "представляють безпрецедентний погляд на глобальну фінансову корупцію, на банки, які її підтримують, і державні органи, які спостерігають за її розквітом" [55]. Серед українців у звітах фігурують підприємці та політики: Р. Ахметов, П. Порошенко, Ю. Іванющенко, І. Коломойський, Д. Фірташ та А. Клюєв. Учасники таких схем використовували це на свою користь, розподіляючи великі обсяги грошей між

численними банками та банківськими рахунками, щоб жоден банк не мав чіткої картини своїх масових операцій з відмивання грошей.

Для реалізації поширених схем відмивання грошей правопорушники використовують підроблені документи, фальшиві контракти та рахунки-фактури, які додаються до банківської операції як виправдання. Ці фіктивні рахунки-фактури засвідчують на папері, але насправді ніякої реальної торгівлі не відбувається, навіть коли гроші перераховують між банківськими рахунками. Ця незаконна практика називається "відмиванням грошей у торгівлі", і вона може становити найбільшу частку цього виду фінансових злочинів у всьому світі. Очевидно, що банківський спеціаліст не може перевірити вміст кожного транспортного контейнера, пов'язаного з фінансовою операцією – на це організована злочинність і розраховує.

В інших випадках фальшиві документи, додані до банківських операцій, засвідчують фіктивні кредити та послуги з тими самими результатами. Секрет ефективного відмивання грошей полягає в тому, що ці чотири компоненти пропонуються як повний пакет злочинним групам і корумпованим політикам. Насправді індустрія кримінальних послуг навіть видає посібники з шахрайства – набори інструкцій щодо того, як розгортати компанії, банківські рахунки, проксі-сервери та підроблені рахунки-фактури, не викликаючи перевірки банківських регуляторів або правоохоронних органів. Один із цих посібників з відмивання грошей, рекламованих банком у Латвії та викритих незалежним консорціумом журналістів, радив робити клієнтам: "Умови доставки, зазначені в контракті або рахунку-фактурі, повинні бути реалістичними: коли ви вказуєте товар, ви повинні думати, як він буде "відправлений" (вага вантажу, обсяги, адреса заводу-виробника, вид транспорту: дорогою, залізницею або кораблем.) У разі "відвантаження" товарів дуже великого об'єму чи розміру, будь ласка, вкажіть фабрику поблизу залізниці чи порту" [68].

На галузевому сленгу цей процес журналісти називають ці готові системи відмивання грошей "laundromats" ("пральнями"). Вони діють як універсальні фінансові інструменти та зазвичай створюються банком або іншою фінансовою

компанією з метою допомогти клієнтам відмивати доходи, отримані злочинним шляхом, приховувати право власності на активи, розкрадати кошти компаній, ухилятися від податків і валютних обмежень або перевести гроші в офшори. Цей термін увійшов у загальний вжиток після журналістського розслідування "Російська пральня" [72].

"Пральня" – це фінансовий еквівалент мережевого браузера "TOR", який забезпечує користувачам повну анонімність в Інтернеті. Вони дозволяють людям розподіляти відмиті гроші між різними банками, щоб, подібно до TOR, зберігатия таємницю, оскільки жодна установа не має повної картини того, що відбувається.

Пральні складаються з компаній, розкиданих по всьому світу, які виглядають незалежними, але насправді контролюються однією стороною – зазвичай банком. Процес відмивання починається, коли клієнт переказує гроші на вузол у мережі, часто використовуючи підроблені документи, які показують, що товар чи послуга купуються чи продаються. Звідти гроші розподіляються на інші вузли, супроводжуються більш фальшивими документами. Згодом гроші відправляються в офшорну компанію або в інше місце за вибором клієнта (мінус комісія для операторів пральні). Право власності та походження грошей втрачається через запаморочливу кількість транзакцій, що робить їх майже неможливими для відстеження навіть правоохоронними органами [64].

Яскравий приклад того, як пральні можуть уникати контролю з боку деяких з найбільших банків у світі, очевидний у витоку внутрішнього документа "Deutsche Bank", в якому детально описано, як банку не вдалося виявити російську пральню, яка маніпулювала його глобальною фінансовою інфраструктурою. Є багато прикладів того, як організована злочинність маніпулює фінансовими системами світу. Хоча нижче наведено три приклади з трьох різних географічних регіонів, схема повторюється та включає всі або меншу частину елементів змови російської пральні, наведеної вище.

Організовані злочинні групи можуть бути досить досвідченими, коли викрадають, переховують і інвестують свої гроші. Але одна річ, яку вони не

можуть контролювати, це час. І з кожним днем журналісти, активісти та інші дослідники накопичують все більше транснаціонального досвіду розслідувань, у той час як уряди в усьому світі впроваджують більше правил щодо прозорості, власності компаній і власності і Україна в цьому контексті не виняток.

Тож для розслідування подібних злочинів журналіста потрібна підтримка: банківської та судової документації, судові протоколи та особливо комерційні судові процеси, записи власності, національні та міжнародні реєстри компаній, імпорт-експорт баз даних,

Доступ до банківських документів є Святим Граалем під час розслідування фінансування організованої злочинності, але банківські документи важко отримати, оскільки вони є конфіденційними та приватними. Журналісти не завжди можуть розраховувати на витоки інформації та інформаторів у банках і фінансових регуляторах, щоб передати записи. Але є ще один спосіб отримати банківські довідки. Ці типи документів часто додаються до кримінальних судових справ проти організованої злочинності або навіть до господарських, цивільних судових процесів. Все залежить від юрисдикції, наприклад США є плідним джерелом глобальних банківських записів, які стають загальнодоступними через службу публічного доступу до електронних записів суду (PACER) [67].

Витік звітів про підозрілу діяльність (SAR) від фінансових установ, подібних до тих, що були отримані в результаті розслідування FinCENFiles, також може запропонувати зазирнути у світ банківської таємниці. Витоки тільки зростатимуть у якості та кількості, і якщо використовувати їх у поєднанні з судовими протоколами, вони можуть бути надзвичайно цінними для журналістів-розслідувачів та громадськості, якій вони служать [69].

Судові протоколи та особливо комерційні судові процеси між двома кримінальними сторонами також дуже корисні для слідчих, оскільки злочинцям доводиться прати свій брудний одяг публічно, як і справи про розлучення.

Правопорушники люблять володіти речами, і в той час як розкішний автомобіль, годинник чи інші привабливі предмети є обов’язковими для

багатьох, неправомірно здобуті прибутки, отримані організованою злочинністю, часто інвестуються в нерухомість, як-от розкішні особняки або величезні сільськогосподарські підприємства, ліси, сільськогосподарські угіддя. Журналісти-розслідувачі повинні зосередитися на документах про власність, щоб розкрити інвестиції та масштаби відмивання грошей. У більшості країн документи на власність є публічними та вказують поточного власника, попередніх власників, а також деякі фінансові деталі, як-от вартість покупки та податки [68].

Національні та міжнародні реєстри компаній можуть надавати інформацію не лише про акціонерів та членів правління, але в багатьох випадках також містять фінансові дані компанії. У рідкісних випадках ці записи також розкривають банківські операції, записи про власність і навіть детальну інформацію або інформацію про бенефіціарну власність щодо офшорних компаній, які можуть бути акціонерами. Досить часто ми отримуємо інформацію про бенефіціарного власника через реєстри компаній або власності в місцях, куди ці компанії інвестують свої незаконні кошти. Крім того, треба мати на увазі, що не вся інформація оцифрована та індексована в базах даних, тому поїздка або телефонний дзвінок до реєстру може дати доступ до набагато більшої кількості даних, ніж ті, що доступні в Інтернеті. Важливим етапом у викритті відмивання грошей на високому рівні є виявлення бенефіціарних власників банків тому треба намагайтеся з’ясувати, хто ними володіє конкретними банками чи установами. Це особливо важливо для новостворених малих і середніх банків [52].

Часто для журналістських розслідувань а галузі фінансової діяльності з метою відстеження операцій імпорту та експорту використовуються такі бази даних, як “ImportGenius” або “Panjiva”. Однак їхнє використання досить дороге і може становити кілька сотень доларів на рік. Втім, це може дозволити виявляти відмивання грошей у вражаючих масштабах, зокрема для підтвердження, чи брали участь компанії, пов’язані з пральнями, також в інших фальшивих комерційних операціях. Важливо, що у багатьох країнах щорічні імпортно-

експортні операції доступні через національні закони про свободу інформації, тоді як сайт“ Comtrade ООН” пропонує корисні дані про світову торгівлю, де можна визначити моделі імпорту та експорту [54].

В OCCRP створили глобальний архів дослідницьких матеріалів для журналістських розслідувань під назвою “Aleph”. В цьому індековано інформацію про компанії, майно, банківські рахунки, судові справи, витоки та багато інших об’єктів. Але індексація – це лише початок, оскільки архів дозволяє журналістам зрозуміти дані та виявити кримінальні моделі, які є критично важливими для початку значимого розслідування в суспільних інтересах. Журналісти також можуть зберігати списки зацікавлених осіб у Aleph, таким чином система постійно пов’язуватице ці прізвища з іншими розслідуваннями, що також може допомогти у налагодженні міжнародної співпраці, автоматизує робочий процес та допомагає запустити свіжі та корисні репортажі-розслідування [62].

Таким чином за останні кілька десятиліть транснаціональна організована злочинність була на багато кроків попереду правоохоронних органів, журналістів-розслідувачів та активістів. Ситуація почала повільно змінюватися, коли журналісти почали об’єднувати свої сили за кордоном, але злочинці все ще користуються перевагою завдяки величезним ресурсам у своєму розпорядженні та тому, що вони першими засвоюють нові технології, які дозволяють їм бути на крок попереду правоохоронних органів. Однією групою, яку часто забувають, є так звані кримінальні інвестори-ангели, люди, які фінансують інших злочинців, тому що віддача від інвестицій висока, а злочинність дає більше можливостей для людей, які звикли до такого способу життя. Журналісти-розслідувачі повинні краще розуміти фінансову екосистему, побудовану навколо злочинності, де індустрія кримінальних послуг процвітає та розробляє нові методи відмивання грошей і прихованого інвестування [70].

Щоб не відставати від технологій, що розвиваються організованою злочинністю, організації журналістських розслідувань повинні витрачати час і гроші на розуміння криптовалют, блокчейну, невзаємозамінних токенів (NFT) та

будь-яких інших нових інструментів, які торгові злочинці використали для своїх бізнес-моделей.

Тож словосполучення “слідкуй за грошима” в цифровому світі правильніше читати як “слідкуй за кодом” (в алгоритмі), хоча попри безкінечну кількість транзакцій на фінальному етапі вони набувають фізичного вираження, тому стають видимим для журналістів та правоохоронців. Також вони стають видимими для світової громадськості, і у випадку, якщо стосуються України чи пов’язаних з нею організацій гучно та болісно резонують не лише всередині суспільства, а й закордоном, в країнах платники податків яких частину своїх грошей віддають на підтримку України. Безумовно, перемогти корупцію повністю досі не вдалося жодній країні, утім завдання журналістів-розслідувачів продемонструвати нульову толерантність суспільства до подібних зловживань, підвищити рівень довіри до нашої держави та змінити тренд представлення її в інформаційних стрічках від корупційних скандалів, до процесів сталого розвитку, зрілості та безальтернативного підтримання демократичних цінностей у суспільстві.

РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ РОЛІ ЕКОНОМІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ У ВІДБУДОВІ КИЇВЩИНИ

3.1. Презентація результатів авторського опитування

Промовлене слово спроможне зцілити чи ранити, образити чи підтримати, а звернене про допомогу слово почуте багатьма може виконати найзаповітнішу мрію. Найбільша мрія українців – мир, за який щосекундно боремося на полі бою, а за ним, на другій лінії, в містах і селах українці борються за збереження звичного укладу життя, яке окупант нещадно руйнує бомбами та ракетами. Журналісти в цій боротьбі пліч-о-пліч із суспільством: інформують, підтримують, викривають, не дають впасти духом чи залишитися на одинці з болем та страхом. Разом з тим, працюючи із колегами з інших країн, виходячи на міжнародний рівень чи комунікуючи з представниками закордонних делегацій, пропонуючи свої матеріали для широкого доступу у всесвітній мережі слово медійників чує світ. Комунікативні стратегії привернення уваги до потреб українців не лише у контексті ведення війни, але й повоєнного відновлення та відбудови складний комплекс заходів, робота журналістів в якому посідає чільне місце.

Деокупація київської області, як насідок виявлення і можливість оцінки збитків, які завдали окупанти регіону, може слугувати прототипом до осягнення шкоди та алгоритмів відбудови всієї країни, тому оцінка ролі та місця журналістів в процесі залучення іноземного капіталу є цінним сегментом інформаційної роботи, який має бути масштабовано на всю Україну.

Делегації поважних гостей, які відвідали київщину за останній рік, без сумніву, не порівнюваний з попередніми роками та десятиліттями. Через об’єктиви відеокамер людство побачило жахіття війни та наочно пересвідчилися, що ворога не зупиняють не лише будівлі, але й людські життя. Жахіття війни

показували журналісти з перших днів війни, далі почали демонструвати завдану школу, розповідати про родини українців, які зазнали втрат як фізичних так і матеріальних. Серед постраждалих значна частина жителів Ірпеня, Бучі, Гостомеля, Макарова, назви населених пунктів, які світові медіа зробили уособленням кривди, страждань та горя, що його зараз переживають українці. Практично все населення цих місць змушене було покинути свої домівки під час окупації, значна частина з них люди, життя яких вже зруйнувала війна у 2014 р., тоді вони залишаючи все нажите змушені були тікати і невеличкі містечка під столицею за ці роки стали для них новим домом. Після повернення багато з них, а також інших місцевих мешканців оцінили трати та, як справжні господарі своєї землі, почали відновлювлювальні роботи. Власноруч, за допомогою сусідів, влади, іноземних благодійників за рік вдалося відновити дуже багато, втім попереду роки відбудови.

З **метою** встановлення ролі та значення роботи засобів масової комунікації в підтримці та допомозі постраждалим від війни українцям, потенціалу до налагодження міжнародної комунікації, в тому числі і для залучення коштів до відбудови та повоєнного відновлення України на прикладі київщини було проведено емпіричне дослідження.

З використанням соціологічного **методу** опитування шляхом анкетування жителів м. Ірпінь, м. Буча, м. Гостомель (Київська обл.), майно яких зазнало часткового та повного знищення та розкрадання унаслідок вторгнення росії в Україну після 24 лютого 2022 р., у період 17–24 грудня 2023 р. з використанням програмного забезпечення для адміністрування опитувань “Google Forms” опитано 15 респондентів. Практично орієнтована специфіка реалізованого емпіричного дослідження обумовила використання наступного методологічного апарату у комплексі методу підрахунків, для отримання конкретних числових результатів, якісного та кількісного аналізу, для осмислення відповіді на закриті та відкриті запитання, останні дозволили унаочнити гіпотезу автора про недостатнє залучення медіаспільноти до привернення уваги до необхідності відновлення зруйнованого житла; методи частотного та дисперсійного аналізу –

для систематизації даних, отриманих під час анкетування. Метод вторинного аналізу даних, абстрагування для дослідження складових медіасупроводу процесу повоєнного відновлення, абстрагування та синтезу для описання типів комунікаційних можливостей ЗМК для відновлення в Україні.

На етапі висунення гіпотези автором висунено припущення про недооцінювання українцями ролі та інформаційних потенцій ЗМК в процесі залучення іноземного капіталу до відновлення пошкодженого чи зруйнованого майна українців на прикладі міст київщини. З цією метою сформульовано запитання анкети, які дозволили отримати продуктивні, емпірично вимірювані висновки.

Попри складну ситуацію на місцях, інформаційну картину дня респондентів складають національні медіа (61,5% респондентів), міським медіа віддають перевагу лише 38,5% опитаних, ще 30,8% слідкують за міжнародною інформаційно-політичною картиною. Прогнозовано в період активних бойових дій на київщині у 2022 р. евакуювалися 92,3% опитаних проти 7,7%, які залишалися вдома до фактичної деокупації. У квітні 2022 р. мер м. Буча в ефірі телемарафону констатував, що населення в місті залишилося 3700 осіб проти 30000 у довоєнний період. Лише “12% населення залишилося в Бучі після початку війни росії проти України [42]. Співставна ситуація спостерігалася і в інших містах. Весь час, коли містяни перебували в евакуації прискіпливо стежили за повідомленнями з фактичного поля бою та в кожному сюжеті впізнаючи знайомі вулиці боялися побачити зруйнованим власне житло чи вбитися знайомих, про долю яких було не відомо. З медіа дізнавалися новини 53,8% респондентів, ще стільки ж намагалися контактувати з місцевими, які попри все залишалися вдома та повідомляли з перших вуст про ситуацію, які змінювалася щохвилинно (Рис. 3.1.).

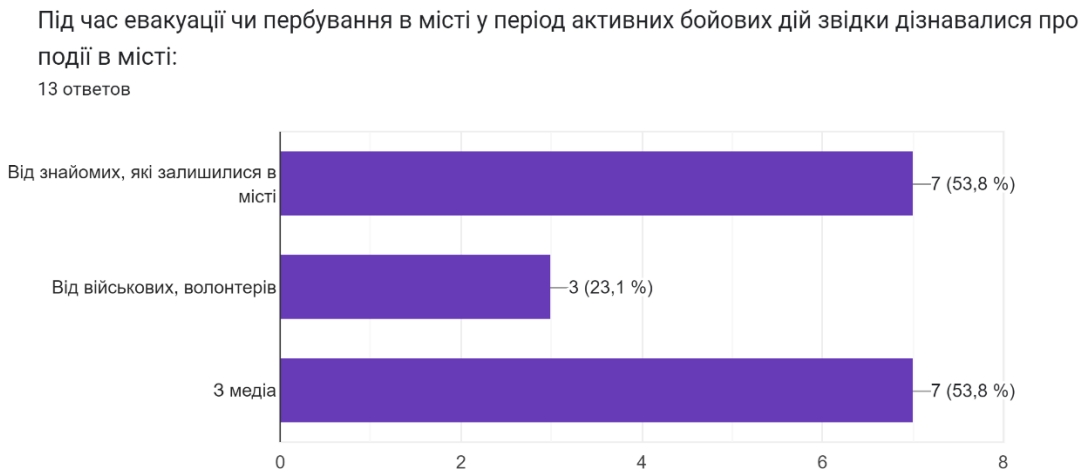


Рис.3.1. Канали отримання інформації евакуйованих з київщини під час активних бойових дій у регіоні [32].

Серед найпопулярніших інформаційних ресурсів – телемарафон “Єдині новини”, телеканали “ITV”, “НТВ”, “Суспільне”, “Прямий канал”, сайти “Детектор-медіа”, “УкрНет”, популярні телеграм-канали “Блискавка”, “Труха”, а також місцеві платформи “ІрпіньDaily”, “Це Ірпінь, Гріша”, “THEBUCHACITY”. Наведений перелік є невичерпним, проте тенденційним для формування уявлення про зміст інформаційної картини бучанців виключно на початок повномасштабного вторгнення.

Нині за фінансуванням процесу відбудови рідних міст респонденти слідкують в медіа та наочно, проходячи повз відновлюваних будинків (Рис. 3.2.). Таких локацій на київщині достатньо, адже “це одна з найбільш постраждалих внаслідок російської агресії областей… У регіоні російські загарбники знищили та пошкодили близько 26 тисяч об’єктів, з яких повністю зруйновані майже 5 тисяч приватних будинків та близько 170 багатоповерхівок… В обласній військовій адміністрації зазначають, що тільки у Бучанському районі було пошкоджено повністю та частково понад 18 тис. об'єктів, з яких понад 16 тис. – житло” [35].



Рис.3.2. Зацікавленість респондентів у тематиці відновлення київщини [32]

Втім констатують, що для повного відновлення може знадобитися від п'яти до двадцяти років [32], при цьому погоджуються, що все може змінитися після завершення війни, адже в країну буде безпечно інвестувати не побоюючись нових руйнувань.

Визначальним критерієм до відбору учасників дослідження було руйнування майна жителів київщини. У одного "постраждав дах від уламків", у іншого "уламками мін побило вікна, двері, стіни. Від вибуху одна стіна відійшла від основного каркасу. Росіяни ламали речі, багато вкрали", "побиті вікна і дах", "зруйнована веранда, вибито вісім склопакетів", "постраждав автомобіль та нерухоме майно", "знищено гараж та авто", пошкоджено фасад, двері, вікна, побиті вікна чи "знищено повністю все" [32]. Свідомо наводимо вичерпний перелік завданої шкоди респондентам, адже за кожним з них життєва історія та доля родити, для якої її дім, фортеця, яку будували все життя зазнали руйнувань. Попри це за допомогою міжнародних партнерів звертаються не охоче (69,2% не зверталися), оскільки переконані, що нині є люди, які потребують її більше, тому намагаються максимально лагодити житло власноруч. До медіа за інформаційною підтримкою не зверталися, адже вірять, що "багато проплачених медіа", "можуть відстоювати інтереси зацікавленого бізнесу", "тридцять років я живу в Україні і бачу як не дивлячись на війну депутати як крали гроші так і крадуть", "місцевим клеркам глибоко байдуже" [32]. Таке ставлення переважно до органів управління та адміністрування медіаканалів, при цьому журналістам із застереженнями, але переважно довіряють (46,2%), ще 30,8% піддають критиці

сказане, 15,4% не довіряють, втім слухають і зовсім не довіряють 7,7% респондентів (Рис. 3.3.).

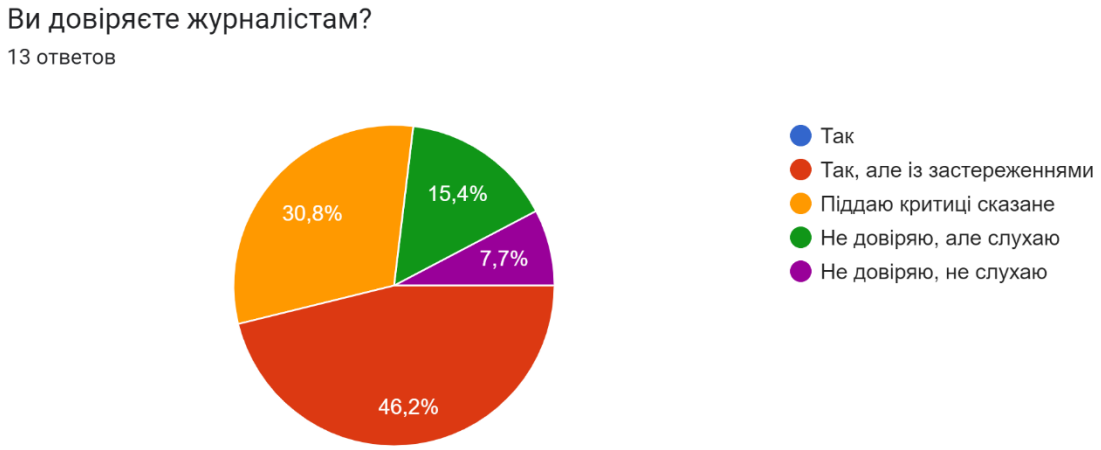


Рис.3.3. Рівень довіри жителів київщини журналістам [32].

Економічною тематикою в медіа цікавляться систематично (46,2%), коли впадає в око конкретний матеріал (23,1%) чи час від часу (15,4%). Респонденти констатують невіддільність економічної тематики та явищ дійсності від їхнього конкретного життя, тому з різним рівнем усвідомлення чи скепсису контактують із подібним медіазмістом. Та попри все вірять, що українська журналістика може вплинути своєю роботою на залучення міжнародної допомоги до відновлення київщини (76,9%) (Рис. 3.4.).

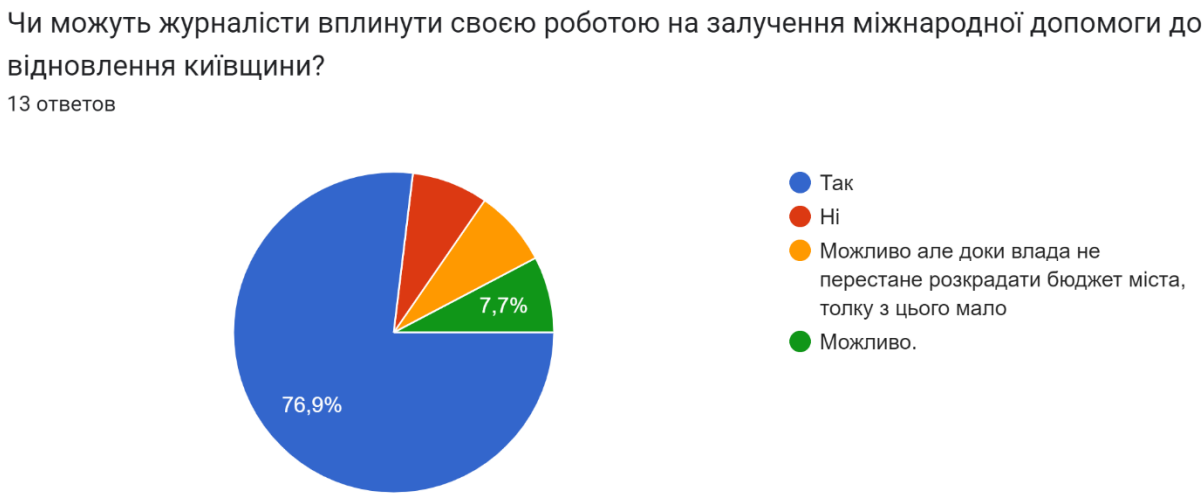


Рис.3.4. Ставлення респондентів до можливості журналістів сприяти залученню коштів міжнародних інвесторів до відновлення київщини [32]

Наразі найбільшою перепоною до повноцінного відновлення міст Київської області, на думку респондентів, є недостатня прозорість до розподілу та освоєння фінансових ресурсів наданих зарубіжними донорами, на чому наголошують 69,2% опитаних. Примітно, що війна, яка продовжується вже два роки таким аргументом є лише для 30,8% опитаних. Відновлювати ж майно варто за будь яких умов (38,5%) та як тільки таке дозволяють безпекові умови (46,2%). Про відновлення лише після завершення війни говорив лише один опитаний.

На негативному міжнародному іміджі України як перепоні до залучення коштів зарубіжних інвесторів у відбудову України наголошував один респондент, абсолютна більшість з них оцінює наше сприйняття закордонними партнерами та донорами як сприятливий (46,2%) (Рис. 3.5.)



Рис.3.5. Оцінка респондентами сприятливості поточного міжнародного іміджу України у процесі залучення коштів зарубіжних інвесторів до відбудови київщини [32]

Цінними є рефлексії зібрані у відповідь на відкрите запитання анкети щодо оцінки поточного іміджу України у світі, який респонденти визначають як “незламну, стійку, непереможну”, “корупційну”, “далеку від ідеалу”, “незалежну”, “згуровану”, “різноманітну”, яка викликає “жалість на фоні із скептичним ставленням через неприємний шлейф періодичних корупційних

скандалів; найкорумпованіша країна Європи", "Імідж України не дуже веселковий, адже люди закордоном не заглиблюються в нашу ситуацію, в них давно не було війн та розрухи, їм зрозуміти українців важко, наче ми перебільшуємо. Нерозділення росії та України в плані традицій, територіальної приналежності, ставлення людей до уряду та політичних намірів". Негативно, на думку респондентів, впливає на сприйняття іміджу України і поведінка деяких наших співгромадян, таким чином: "доволі спірне питання, оскільки українці що втікали у різні країни їздять там елітних автівках купують нерухомість, ну звісно ж отримують ще допомогу від цих країн. А люди там бачать Mercedes-Benz 2021 р. випуску на київських номерах і в них виникає питання походження таких коштів у біженців. І чому вони тут ще й допомогу отримують?", "Імідж героїчний, хоч в деяких частин населення можуть бути вагання у доцільності і ефективності допомоги" [32]. Та попри все в нашій країні "героїчна, сміліва, відчайдушна Нація воїнів героїв" [32].

Загальний оптимізм українців, представлених в межах дослідження 15 респондентами різного віку (категорії "19–35" – 6 респондентів, "36–59" – 4 респонденти, "60+" – 5 респондентів) безальтернативний, адже всі упевнені, що Україна переможе у війні (Рис. 3.6.).

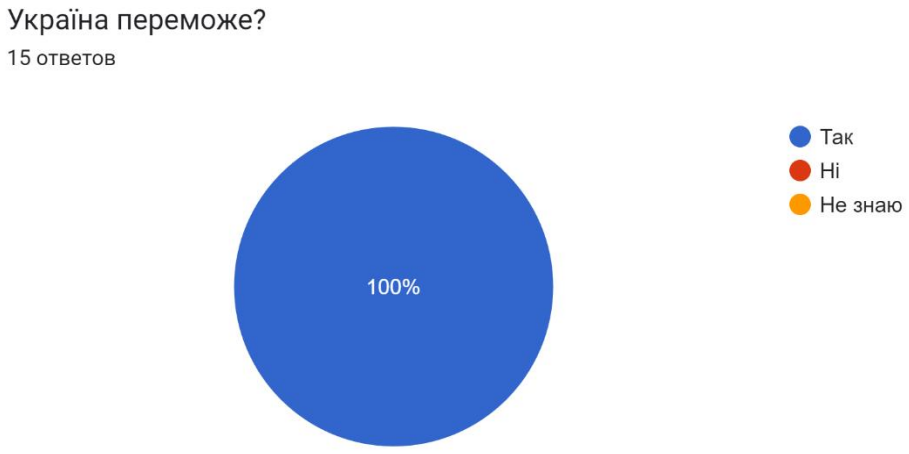


Рис.3.5. Впевненість жителів київщини у перемозі України у війні у грудні 2023 р. [32]

Попри виклики та проблеми з якими стикаються не лише жителі київщини,

але й усієї України безальтернативною є віра в перемогу вищих сил добра та справедливості. Ще однією спільною характеристикою українців є вроджена господарність та відповідальність за свій добробут. Тож в очікуванні допомоги та зарубіжної підтримки для громади в межах своїх сил роблять все можливе, аби подолати наслідки ворожого вторгнення та повернутися до звичного життя. Медіа в цьому контексті є супутником та помічником, при цьому не замісником власної активності, які зможуть вирішити питання без докладання зусиль кожного громадянина. Без численна кількість реалізованих гуртових соціальних програм, мільярдні збори, які щороку закривають українці своїми силами [11] є свідченням зрілості нації, її свідомості та відповідальності як перед світовою спільнотою, так і всередині своєї Батьківщини.

3.2. Презентаційний ролик благодійної ініціативи ДПУ #SaveIrpinUniversity

Одним із об’єктів, який потребує відновленні на київщині є Державний податковий університет, який зазнав значних руйнувань в перші дні війни. “Під час російської окупації Ірпеня 2022 року Державний податковий університет зазнав значних пошкоджень. Під час війни в корпусах закладу проживали цивільні мешканці міста. 4 березня університет зазнав перших руйнацій: окупанти обстрілювали його з мінометів, знаючи що там укриваються цивільні – було не менше 6 влучань із подальшим загорянням. Найбільших руйнувань університет зазнав у 30-х числах березня перед відходом ворожих військ: було понищено адмінбудівлю, аудиторії соціально-гуманітарного факультету, гуртожитки, спортивний комплекс та медичний центр. Загалом університет постраждав не менш ніж на 50%” [4].

Після деокупації університет звернувся до випускників із проханням про допомогу, внаслідок чого було започатковано низку благодійних ініціатив, серед

яких #SaveIrpinUniversity [26]. Влітку 2023 р. засновник українського бренду “ANOESES” К. Саввопуло “ініціював масштабний збір коштів на відбудову 28 авдиторій Центрального корпусу Податкового університету” [43]. На кінець листопада “вдалося зібрати 461 655 грн. З них 433 779 грн витрачено на реновацію 6-ти аудиторій 6-го поверху. Ремонтні роботи у 7-й аудиторії на цьому ж поверсі тривають. Попереду – реновація ще 3-х приміщень на 6-му поверсі. Необхідна сума для їхнього відновлення становить близько 150 000 грн” [9].

В рамках проведеного дослідження здобувачі спеціальності “Журналістика” в Державному податковому університеті включаються до інформаційного супроводу ініціативи і підготували відеороботу звернену до зарубіжних інвесторів із закликом про підтримку та допомогу. Матеріал розміщено на офіційній сторінці спеціальності українською мовою із субтитрами англійською із текстом:

“Ірпінь місто письменників, художників, а ще молоді та студентів.

Ми, студенти Державного податкового пишаємося своїм незламним університетом, а ще віримо у його мирне майбутнє.

Наш випускник, засновник українського бренду «ANOESES» Костянтин Саввопуло ініціював масштабний збір коштів на відбудову 28 авдиторій Центрального корпусу Податкового університету.

Долучайтеся до нашого збору.

Відбудуємо ДПУ разом! 💚

#SaveIrpinUniversity” [40].

Конкретним прикладом в рамках пропонованого дослідження наочно продемонстровано, що внесок у відбудову, велику спільну справу здатен зробити кожен українець: донатом, своєю працею, допомогою оточуючому ми здатні зробити світ навколо нас стійкішим. А закордонні партнери будуть схильніші допомагати нам коли наочно бачитимуть, що українські бізнесмени вкладають кошти в Україну, а не виводять їх звідси, українці допомагають одне одному, інвестують в країну, працюють задля перемоги на щоденній основі, підтримують

місцевого виробника, створюють якісні продукти та надають послуги які користуються всередині країни та мають попит за її межами.

Прогрес української економічної журналістики є важливим каталізатором для залучення іноземного капіталу та сприяння сталому зростанню. Поглиблений аналіз, проведений в рамках дослідження, підкреслює ключову роль ЗМК у формуванні сприйняття та впливі на інвестиційні рішення. Як свідчить кейс-стаді, активне залучення громадян України до різних форм благодіцності – чи то через пожертви, сумлінну роботу чи підтримку місцевого бізнесу – все це становить потужний наратив, який резонує в серцях та інвестиційних портфелях іноземних партнерів.

Взаємозв'язок між економічною журналістикою та іноземним капіталом стає дедалі очевиднішим, якщо розглянути позитивний вплив відображення об'єднаної та стійкої України. Інвестиції українських бізнесменів у власну країну є переконливим сигналом для міжнародних інвесторів, які з більшою ймовірністю зроблять внесок і підтримають Україну, коли стануть свідками узгоджених зусиль її громадян для побудови міцної економіки зсередини. Це не тільки вселяє впевненість у стабільність економічного ландшафту, але й підкреслює дух співпраці, який панує серед українців.

Вагомий вплив економічна журналістика має і на формування позитивного іміджу промисловості та бізнесу України. Точна та прозора звітність не лише зміцнює довіру, але є наріжним каменем для залучення іноземного капіталу. Вкрай важливо, щоб економічні журналісти й надалі дотримувалися принципів чесності, об'єктивності та повноти у своїх репортажах. Цим вони сприяють створенню сприятливого інвестиційного клімату, де іноземні інвестори можуть приймати обґрунтовані рішення на основі достовірної інформації. Симбіотичний зв'язок між економічною журналістикою та залученням іноземного капіталу підкреслює необхідність постійної співпраці між ЗМК, бізнесом та державними установами. Ініціативи, які сприяють прозорості, висвітлюють історії успіху та демонструють стійкість українського народу, можуть разом посилити позитивний наратив, представлений світовій аудиторії. У міру того, як нація

просувається до економічного відновлення та сталого розвитку, відповідальність журналістів стає відчутнішою у керуванні дискурсом і впливі на міжнародне сприйняття.

Прогрес української економічної журналістики є не просто відображенням економічної діяльності, а рушійною силою, яка формує наратив, впливає на сприйняття та, зрештою, приваблює іноземний капітал. Синергія між інформованою журналістикою та іноземними інвестиціями є динамічним процесом, який потребує постійних зусиль різних зацікавлених сторін. Оскільки українці колективно працюють над процвітанням, вплив яскравої та прозорої економічної журналістики неможливо переоцінити, оскільки вона є свідченням прагнення нації до самовдосконалення, співпраці та створення сталого майбутнього, яке спонукає іноземних партнерів об’єднати зусилля для побудови процвітаючої та стійкої України.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження вирішено поставлені завдання й досягнуто мети, а саме осмислено поступ української економічної журналістики як передумови формування інформаційного підґрунтя та супроводу залучення іноземного капіталу до повоєнного відновлення та відбудови України. Одержані результати надають змогу сформулювати такі висновки.

1. Роль журналістики у повоєнному відновленні України лежить у площині реінтеграції окупованих територій, зокрема, які перебували в окупації від 2014 р., продовженні боротьби в інформаційній війні, яка, попри завершення гарячої фази війни, безумовно, триватиме не лише в Україні, але й продовжуватиметься на глобальній арені через інформаційні впливи ворога на суспільства різних держав; через проведення якісних журналістських розслідувань задля підвищення рівня прозорості національної економіки та довіри до неї у закордонних партнерів; через комунікацію на міжнародному рівні з організаціями, донорами у контексті налагоджування міждержавних зв’язків та ін.

2. Основними складовими фінансового іміджу України для міжнародних партнерів є: геополітична невизначеність, сприйняття корупції, правова та регуляторна складність, неефективна судова система, коливання курсу валют, інфраструктурні виклики, обмежений доступ до фінансування, політична нестабільність, економічна залежність від певних секторів, прогалини в кваліфікації робочої сили. Робота журналістів з конструкювання іміджу України в структурі фінансової привабливості для інвесторів завдяки глибоким коментарям та аналізу, інформунню інвесторів про заходи, які застосовуються для полегшення їх входу на ринок, запевнянні у сприятливому та сприйнятливому бізнес-кліматі всередині країни сприяє міжнародній взаємодії, створює міст між українським ринком і потенційними іноземними. Можливості такох взаємодії лежать у площині: стратегічних комунікацій, участі у глобальних

форумах, співпраці з іноземними кореспондентами, просуванні інвестиційних можливостей, адвокації економічних реформ, висвітленні міжнародних історій успіху в Україні, взаємодії з міжнародними організаціями. Економічна журналістика, завдяки своїй здатності формувати наративи, сприяти прозорості та демонструвати можливості, відіграє ключову роль у впливі на цей імідж. Оскільки Україна прагне залучити іноземний капітал для економічного зростання та розвитку, позитивне та точне зображення в засобах масової інформації стає не лише бажаним активом, але й важливою передумовою успіху в конкурентному глобальному інвестиційному середовищі.

3. Поліфонія фінансових розслідувань на сторожі підвищення прозорості економіки України забезпечується дослідницькою увагою до вивчення банківської та судової документації, судових протоколів та особливо комерційних судових процесів, записів власності, національних та міжнародних реєстрів компаній, баз даних з імпорту-експорту, декларацій посадовців, відкритих реєстрів, “злочинної сфери послуг” (юристів, банкірів, бухгалтерів, агентів зі створення компаній, хакерів, компаній з управління репутацією та багатьох інших, які заробляють гроші, сприяючи злочинам і допомагаючи злочинцям інвестувати свої нечесно здобуті гроші. Основними ознаками грошового злочину є компанії офшорного типу, проксі (неідентифіковані, частково ідентифіковані та повністю ідентифіковані проксі-сервери, банки, фальшиві контракти та рахунки-фактури та ін. та ін. Щоб не відставати від технологій, що розвиваються організованою злочинністю, організації журналістських розслідувань повинні витрачати час і гроші на розуміння криптовалют, блокчейну, невзаємозамінних токенів (NFT) та будь-яких інших нових інструментів, які торгові злочинці вже використовують для своїх бізнес-моделей.

4. Оцінка постраждалих від війни в Україні жителів київщини здійснена за результатами проведеного опитування методом анкетування жителів м. Ірпінь, м. Буча та м. Гостомель (Київська обл.), майно яких зазнало часткового та повного знищення та розкрадання унаслідок вторгнення росії в Україну після 24

лютого 2022 р. 17–24 грудня 2023 р. з використанням програмного забезпечення для адміністрування опитувань “Google Forms” опитано 15 респондентів. Отримання достовірних результатів обумовлено використанням методологічного апарату у комплексі методу підрахунків, якісного та кількісного аналізу, вторинного аналізу даних, абстрагування та синтезу для описання типів комунікаційних можливостей ЗМК для відновлення в Україні.

Встановлено, що 92,3% респондентів евакуювалися під час активних бойових дій в регіоні. В це час новини вони дізнавалися з медіа (53,8%) та намагалися контактувати з місцевими, які попри все залишалися вдома (53,8%). Серед найпопулярніших інформаційних ресурсів – телемарафон “Єдині новини”, телеканали “ITV”, “НТВ”, “Суспільне”, “Прямий канал”, сайти “Детектор-медіа”, “УкрНет”, популярні телеграм-канали “Блискавка”, “Труха”, а також місцеві платформи “ІрпіньDaily”, “Це Ірпінь, Гріша”, “THEBUCHACITY”. Нині за відбудовою київщини слідкують (76,9%), втім оцінюють термін її відновлення від 5 до 20 років.

Визначальним критерієм до відбору учасників дослідження було руйнування майна жителів київщини. У одного “постраждав дах від уламків”, у іншого “уламками мін побило вікна, двері, стіни. Від вибуху одна стіна відійшла від основного каркасу. Росіяни ламали речі, багато вкрали”, “побиті вікна і дах”, “зруйнована веранда, вибито вісім склопакетів”, “постраждав автомобіль та нерухоме майно”, “знищено гараж та авто”, пошкоджено фасад, двері, вікна, побиті вікна чи “знищено повністю все”. Свідомо наводимо вичерпний перелік завданої шкоди респондентам, адже за кожним з них життєва історія та доля родити, для якої її дім, фортеця, яку будували все життя зазнали руйнувань. Попри це за допомогою міжнародних партнерів звертаються не охоче (69,2% не зверталися), як і до медіа.

Економічною тематикою в медіа цікавляться систематично (46,2%), коли впадає в око конкретний матеріал (23,1%) чи час від часу (15,4%), а найбільшою перепоною до повноцінного відновлення міст Київської області вважають недостатню прозорість до розподілу та освоєння фінансових ресурсів наданих

зарубіжними донорами (69,2%). Примітно, що війна, яка продовжується вже два роки таким аргументом є лише для 30,8% опитаних. Відновлювати ж майно варто за будь яких умов (38,5%) та як тільки таке дозволяють безпекові умови (46,2%). Про відновлення лише після завершення війни говорив лише один опитаний.

Поточний імідж України у світі характеризують як: “незламну, стійку, непереможну”, “корупційну”, “далеку від ідеалу”, “незалежну”, “згуровану”, “різноманітну”, яка викликає “жалість на фоні із скептичним ставленням через неприємний шлейф періодичних корупційних скандалів; найкорумпованішу країна Європи”, “Імідж України не дуже веселковий, адже люди закордоном не заглиблюються в нашу ситуацію, в них давно не було війн та розрухи, їм зрозуміти українців важко, наче ми перебільшуємо. Нерозділення росії та України в плані традицій, територіальної приналежності, ставлення людей до уряду та політичних намірів”. Негативно, на думку респондентів, впливає на сприйняття іміджу України і поведінка деяких наших співгромадян: “ українці що втікали у різні країни їздять там елітних автівках купують нерухомість, ну звісно ж отримують ще допомогу від цих країн. А люди там бачать Mercedes-Benz 2021 р. випуску на київських номерах і в них виникає питання походження таких коштів у біженців. І чому вони тут ще й допомогу отримують?”, “Імідж героїчний, хоч в деяких частин населення можуть бути вагання у доцільності і ефективності допомоги”. Та попри все в нашій країні “героїчна, сміліва, відчайдушна Нація воїнів героїв”.

Загальний оптимізм українців, представлених в межах дослідження 15 респондентами різного віку (категорії “19–35” – 6 респондентів, “36–59” – 4 респонденти, “60+” – 5 респондентів) безальтернативний, адже всі упевнені, що Україна переможе у війні.

Тож в очікуванні допомоги та зарубіжної підтримки для громади в межах своїх сил роблять все можливе, аби подолати наслідки ворожого вторгнення та повернутися до звичного життя. Медіа в цьому контексті є супутником та помічником, при цьому не замісником власної активності, які зможуть вирішити

питання без докладання зусиль кожного громадянина. Без численна кількість реалізованих гуртових соціальних програм, мільярдні збори, які щороку закривають українці своїми силами є свідченням зрілості нації, її свідомості та відповідальності як перед світовою спільнотою, так і всередині своєї Батьківщини.

5. Одним із об'єктів, який потребує відновленні на київщині є Державний податковий університет, який зазнав значних руйнувань в перші дні війни. Під час російської окупації Ірпеня 2022 року Державний податковий університет зазнав значних пошкоджень. У 30-х числах березня перед відходом ворожих військ було понищено адмінбудівлю, аудиторії соціально-гуманітарного факультету, гуртожитки, спортивний комплекс та медичний центр. Загалом університет постраждав не менш ніж на 50%". Після деокупації університет звернувся до випускників із проханням про допомогу, внаслідок чого було започатковано низку благодійних ініціатив, серед яких #SaveIrpinUniversity. Влітку 2023 р. засновник українського бренду "ANOESES" К. Саввопуло "ініціював масштабний збір коштів на відбудову 28 авдиторій Центрального корпусу Податкового університету". На кінець листопада "вдалося зібрати 461 655 грн. З них 433 779 грн витрачено на реновацію 6-ти аудиторій 6-го поверху. В рамках проведеного дослідження здобувачі спеціальності "Журналістика" в Державному податковому університеті включаються до інформаційного супроводу ініціативи і підготували відеороботу звернену до зарубіжних інвесторів із закликом про підтримку та допомогу. Матеріал розміщено на офіційній сторінці спеціальності українською мовою із субтитрами англійською.

Конкретним прикладом в рамках пропонованого дослідження наочно продемонстровано, що внесок у відбудову, велику спільну справу здатен зробити кожен українець: донатом, своєю працею, допомогою оточуючому ми здатні зробити світ навколо нас стійкішим. А закордонні партнери будуть схильніші допомагати нам коли наочно бачитимуть, що українські бізнесмени вкладають кошти в Україну, а не виводять їх звідси, українці допомагають одне одному, інвестують в країну, працюють задля перемоги на щоденній основі, підтримують

місцевого виробника, створюють якісні продукти та надають послуги які користуються всередині країни та мають попит за її межами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамова І. Стан і пріоритети фінансової інклюзії в Україні Бізнес Інформ. 2020 №10. С. 294–300.

2. Адамович Н. «Не можна просто сказати – тепер ми прийшли вас рятувати»: як повернути українську журналістику на деокуповані території. Детектор Медіа. 2023. URL.: https://detector.media/infospace/article/212178/2023-06-07-ne-mozhna-prosto-skazaty-teper-my-pryyshly-vas-ryatuvaty-yak-povernuty-ukrainsku-zhurnalistyku-na-deokupovani-terytorii/.

3. Ангелько І. Українське підприємництво в умовах війни: економічні виклики, загрози та можливості. Економіка та управління національним господарством. 2023. №9 (25). С. 27–34.

4. Безпечне навчання під час війни: Державний податковий університет облаштував шосте укриття. Київщина 24/7. 2023. URL.: https://kyivschina24.com/news/bezpechne-navchannya-pid-chas-vijny-derzhavnyj-podatkovyj-universytet-oblashtuvav-shoste-ukryttya/.

5. Важинський В., Погорецький М., Топорецька З. Оцінка ключових ринків для інституціональних інвесторов в україні в контексті війни. Baltic Journal of Economic Studies. 2023. №9 (4). С. 44–49.

6. Василенко М. Журналістське розслідування в умовах війни. Розвиток чи занепад? Наукові записки Інституту журналістики. 2023. Том 1 (82), с. 33–44.

7. Василик Л. Є. Журналістські розслідування на телебаченні. Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2011. № 968. С. 42–46.

8. Вашист К., Азімова О., Хантер Л. Вплив війни в Україні на світову економіку: огляд зарубіжних медіа. Образ. 2022. С. 6–16.

9. Відбудова ДПУ триває. Державний податковий університет. 2023. URL.: https://www.facebook.com/statetaxuniversity/posts/pfbid02FNL8dip6nLHkuEE745MMebzjY9MLptbychWhEVKZFqug2qJo1uznz9j7UAmKvstbl.

10. Гарматій О. Журналістське розслідування на українському телебаченні. 2017. URL.: https://www.researchgate.net/publication/341106716_JOURNALISTIC_INVESTIGATION_ON_UKRAINIAN_TELEVISION.

11. Грубрина А. Твоя гривня має значення! Скільки донатять українці у 2023 – результати найбільших фондів. Вікна. 2023. URL.: https://vikna.tv/dlia-tebe/novyny-ukrayiny/skilky-donatyat-ukrayinczi-rezultaty-najbilshyh-fondiv-za-2023/.

12. Грудка О. Робити важливе цікавим. Як сторітелінг допомагає журналістам розслідувачам. MediaSapiens. 2019. URL.: https://cutt.ly/px3B2Ph.

13. Досьє FinCEN. Стався новий витік банківських документів про брудні гроші. BBC Україна. 2020. URL.: https://www.bbc.com/ukrainian/news-54231492.

14. Єфимова Г., Павлова М. Загрози та перспективи залучення іноземних інвестицій у діяльність територіальних громад України. Проблеми економіки. 2023. №1. С. 74–85.

15. Житникова А. Комунікаційний потенціал журналістики рішень в УкраїніДіалог: медіа-студії. 2022. №28. С. 60–67.

16. Заяць О., Рошко С., Івашкович В. Імідж України в глобальному економічному просторі. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2021. №39. Р. 63–67.

17. Іваницька Б., Пилипишина І. Журналістське розслідування на телебаченні: від теорії до практики (творчий захист). Інновації та особливості функціонування ЗМІ України: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2021. – с. 71–74.

18. Калита А. “Запорізькі інституціоналізовані мікромедіа: потенціал самоідентифікації регіону та його інформаційної безпеки” Круглий стіл, Запорізький національний університет, 27–28 листопада 2023 р. Сертифікат 3 год (0,1 кредити).

19. Калита А. Роль української економічної журналістики у формуванні перспектив іноземного інвестування. Міжнародна науково-практична конференція “Інформаційний спротив ворожим засобам мікромедіа в умовах російсько-української війни”, Запоріжжя, ЗНУ, 27-28 листопада 2023 р. Сертифікат.

20. Калита А., Гиріна Т. Залучення глобального капіталу до відновлення України: про що говорять з бізнесом українські економічні медіа. Соціокомунікаційна наука в парадигмі смислових трансформацій: суспільні виклики, тренди освіти і професійної діяльності [Електронне видання] : збірник матеріалів ІІІ Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції (м. Ірпінь, 19 травня 2023р.) / За загальною редакцією д. н. соц. ком. Наталії Зикун, к. п. н. Зої Шарлович, д. н. соц. ком. Тетяни Гиріної. Ірпінь: Державний податковий університет, 2023. 284 с., С. 124–129.

21. Калита А., Гиріна Т., Поступ української економічної журналістики як передумова відбудови Київщини. Соціальні комунікації у становленні та розвитку української державности та громадянського суспільства. Стратегеми, наративи, технології та смисли : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції [відповідальний редактор В. В. Костюк, відповідальні секретарі В. А. Ковпак, М. О. Семенович]. Запоріжжя : ЗНУ, факультет журналістики, 2022. С. 166– 171.

22. Калита А., Гиріна Т.С. Сила наративів: як українська економічна журналістика стимулює залучення іноземного капіталу в державу. Міжнародна науково-практична конференція «Європейські цінності і медійні стандарти: контекст російсько-української війни», Запоріжжя, ЗНУ, 19–20 жовтня 2023 р. Сертифікат.

23. Калита А.В. Потенціал економічної журналістики в нарощуванні магнетизму іноземного капіталу в Україну. Всеукраїнська науково-практична онлайн-конференція з міжнародною участю “Україна і світ: соціально-гуманітарні виміри безпеки та співпраці”. Ірпінь, ДПУ, 24 листопада 2023 р.

24. Карпчук Н., Макар Ю. Практика прикріпленої журналістики в Україні Медіафорум Аналітика Прогнози Управління інформацією. 2023. №. 12 (12), С. 191–204.

25. Кирилова О., Шевцова К. Модифікація журналістського розслідування на прикладі публікацій друкованих ЗМІ. Research gate 2019. URL.: https://www.researchgate.net/publication/327395627_The_Modification_of_Journalistic_Investigation_on_the_Example_of_Printed_Media_Publications.

26. Кожен день – об’єднує! Об'єднує найкращих на різних фронтах! Державний податковий університет. 2023. URL.: https://www.facebook.com/hashtag/saveirpinuniversity.

27. Конар М., Кушнір Н. Оцінка чинників зовнішньоекономічних зв’язків українського бізнесу. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2023. №49. С. 70–74.

28. Лісневська А., Р. Новикова. Аудіовізуальний контент культурної журналістики воєнного часу до питання національної ідентичності. Синопсис: текст, контекст, медіа. 2023. №29(2), с. 131–138.

29. Малишівський Т., Стефанін В. Залучення іноземного капіталу як фактор забезпечення економічного зростання країни. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2020. №5 (145), С. 34–41.

30. Музиченко-Козловська О. Підходи до формування стратегії підвищення інвестиційної привабливості регіону (на прикладі Львівської області України). Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Серія “Проблеми економіки та управління” 2022. Vol. 6, No. 2. С. 41–55.

31. Нікольчук Ю., Лопатовська О. Інвестиційна привабливість України: основні тенденції, проблеми та ключові вектори вирішення. Innovation and Sustainability. 2023. №1. С. 164–175.

32. Опитування “Роль українських журналістів в залученні коштів до відбудови київщини”. GoogleForms. 2023. URL.: https://forms.gle/RaY1TQdKU7Gve6y79.

33. Оприско А., Гарматій О. Проблематика журналістського розслідування у спектрі актуальних подій Проблеми журналістики: вчора, сьогодні, завтра : зб. мат. І Міжнар. наук. онлайн конф. студентів та молодих дослідників. – 2019. – С. 142–147.

34. Плясун О. Імідж-білдинг України: лінгвістичний аспект. FoliaPhilologica. 2021. № 1. С. 55–61.

35. Рішення для відбудови: у Бучі презентували дашборд для моніторингу видатків на відновлення регіону. Рубрика. 2023. URL.: https://rubryka.com/2023/12/23/vydatky-na-vidnovlennya/.

36. Ромців О., Харченко А. Методи російської інформаційної пропаганди та їх вплив на імідж України у світі. Електронне наукове видання "Аналітично-порівняльне правознавство". 2023. №5. С. 190–193.

37. Садівнича М. Соціально-психологічні аспекти авторських матеріалів франчайзингових видань: механізми, функції, способи реалізації. : дис. ... д-ра філософії : 061. Суми, 2022. 228 с.

38. Седлецька Н., Єгошина В., Шабаєв Г., Толстякова К., Велика відбудова. Керівник Дніпропетровщини платить бюджетні мільярди своїй супутниці – розслідування. Радіо Свобода 2022. URL.: https://www.radiosvoboda.org/a/skhemy-velyke-budivnytstvo-dnipropetrovshchyna/32111136.html.

39. Стєкольщикова В. Специфіка та концептуалізація соціально-психологічних основ ефективної градації тематичного різновиду журналістського розслідування. Збірник праць науково-дослідного інституту пресознавства. 2020. Т. 5. С. 288–299.

40. Студенти спеціальності "Журналіста" Державний податковий університет підтримують масштабний збір коштів на відбудову 28 авдиторій Центрального корпусу Податкового університету. Facebook. 2023. https://www.facebook.com/journalismnudfsu/videos/351912667575393.

41. Ткаченко О., Сидоренко О., Мельникова Ю., Миронець Н. Медійний образ України. Огляд лінгвістики та культури. 2021. № 5 (S4). С, 203–217.

42. У Бучі після визволення з 30 тисяч населення залишилося 3700 осіб. Волинські новини 2022. URL.: https://www.volynnews.com/news/all/u-buchi-pislia-vyzvolennia-z-30-tysiach-naselennia-zalyshylosia-3700-osib/.

43. У Державному податковому університеті продовжують відбудовувати пошкоджені корпуси. 2023. ITV. URL.: https://itvua.tv/news/u-derzhavnomu-podatkovomu-universyteti-prodovzhuiut-vidbudovuvaty-poshkodzheni-korpusy/?fbclid=IwAR0glITmBeBN70suAuGVJkak53D6yNG0-fjM08IbuDp4zpgkWUksnzYg92A.

44. Христокін М., Зайцева І. Сучасна практика журналістських розслідувань в Україні в умовах війни. Держава та регіони. Серія: соціальні комунікації. 2023. №2, С. 48–55.

45. Чорна О. Donbas Media Forum: Фокус уваги на поверненні людей, які залишаються на окупованих територіях, до українського інформаційного простору. Детектор Медіа. 2023. URL.: https://detector.media/infospace/article/219218/2023-11-10-donbas-media-forum-fokus-uvagy-na-povernenni-lyudey-yaki-zalyshayutsya-na-okupovanykh-terytoriyakh-do-ukrainskogo-informatsiynogo-prostoru/.

46. Чорна О. У Києві відкрився Donbas Media Forum 2023. Детектор медіа. 2023. URL.: https://detector.media/infospace/article/219214/2023-11-10-u-kyievi-vidkryvsya-donbas-media-forum-2023/.

47. Чорна О. Якою має бути роль журналістів у повоєнній відбудові країни. Дискусія на Donbas Media Forum. Детектор Медіа 2023. URL.: https://detector.media/infospace/article/219373/2023-11-15-yakoyu-maie-buty-rol-zhurnalistiv-u-povoienniy-vidbudovi-krainy-dyskusiya-na-donbas-media-forum/.

48. Шатило В. У Макарові відбудовують ще одну багатоповерхівку. Thebuchacity. 2023. URL.: https://thebuchacity.com/u-makarovi-vidbudovuyut-shhe-odnu-bagatopoverhivku/.

49. An ICIJ Investigation. Exposing the Rogue Offshore Finance Industry. 2023. URL.: https://www.icij.org/investigations/panama-papers/.

50. Arrese A. Vive la Différence? Business Journalism in its Global Uniformity and Variety. The Routledge Companion to Business Journalism. 2023. URL.: https://www.researchgate.net/publication/376348785_Vive_la_Difference_Business_Journalism_in_its_Global_Uniformity_and_Variety.

51. Arrese A. “In the Beginning Were the Data”: Economic Journalism as/and Data. Journalism Studies. 2022. Vol. 23, Iss 4. URL.: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2022.2032803.

52. Cheema U. Holding Big Fish Accountable: How to Uncover Corruption. 2020. URL.: https://gijn.org/stories/holding-the-big-fish-accountable-how-to-uncover-corruption/.

53. Dayal M. Economic journalism changing scenario. 2023. URL.: https://www.researchgate.net/publication/376238549_Economic_journalism_changing_scenario.

54. Diamond L. A 10-Step Program to Fight Kleptocracy Around the World. 2021. URL.: https://gijn.org/stories/a-10-step-program-to-fight-kleptocracy-around-the-world/.

55. Dirty money pours into the world’s most powerful banks. BuzzFeed News 2020. URL.: https://www.buzzfeednews.com/article/jasonleopold/fincen-files-financial-scandal-criminal-networks.

56. Fisher C., Park S. Economic and Existential Challenges Facing Journalism. The SAGE Handbook of the Digital Media Economy. Newcastle upon Tyne. 2022. 212 p.

57. Kvasova L., Kurbatska L. Bolovin N. Features of image formation of ukrainian companies on international markets. Green Blue and Digital Economy Journal. 2023. № 4(3). P. 39–44.

58. Martynovych N., Boichenko E., Dielini M. Rebuilding of Ukraine After War: Special Restoration Regimes and Stimulation of Sustainable Development of Territories. International review for spatial planning and sustainable development A: Planning Strategies and Design Concepts, 2023. Vol 11 No.4. P. 54–70.

59. Mata T. Introducing Journalism into the History of Economics. History of Political Economy. 2023. URL.: https://read.dukeupress.edu/hope/article-abstract/doi/10.1215/00182702-10874974/381595/Introducing-Journalism-into-the-History-of?redirectedFrom=fulltext.

60. Mata T. Radical Economics as Journalism: The Origins of Dollars & Sense. Review of Radical Political Economics. 2019. №50 (4). URL.: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0486613418782349.

61. Müller H. Good, Bad or Ugly: On the Quality of Economic Journalism. Challenging Economic Journalism2023. URL.: https://www.researchgate.net/publication/371773801_Good_Bad_or_Ugly_On_the_Quality_of_Economic_Journalism.

62. OCCRP Aleph. The global archive of research material for investigative reporting. 2023. OCCRP. URL.: https://aleph.occrp.org/.

63. OCCRP OpenLux. 2021. URL.: https://www.occrp.org/en/openlux/.

64. OCCRP's laundromat FAQ. 2020. URL.: https://gijn.org/resource/a-reporters-guide-how-to-investigate-organized-crimes-finances/.

65. Offshore Crime, Inc. 2023. URL.: https://www.occrp.org/ru/home/64-uncategorised/843-offshore-crime-inc.

66. Osadcha N., Zatyshniak V. Assessment of the Regions' Investment Attractiveness for Post-War Recovery: The Case of Ukraine. European Journal of Sustainable Development. 2023. № 12, 4. P. 548–560.

67. Public Access to Court Electronic Records (PACER) service. PACER 2023. URL.: https://pacer.uscourts.gov/.

68. Radu P. How to Investigate Money Laundering. Global Investigative Journalism Network. 2021. URL.: https://gijn.org/resource/a-reporters-guide-how-to-investigate-organized-crimes-finances/.

69. Roque S. How to Track Looted Wealth: Tips for Reporters. 2019. URL.: https://gijn.org/stories/how-to-track-looted-wealth-top-tips-for-reporters/.

70. Sabados K. How to Follow the Money: Tips for Cross-border Investigations. 2020. URL.: https://gijn.org/stories/how-to-follow-the-money-tips-for-cross-border-investigations/.

71. Solodovnyk D., Havryliuk I., Sypchenko I., Ishchenko O., Kyrylenko O. Data journalism visualization in Ukraine and in Europe: a comparative analysis. Amazonia Investiga, 2023. №12(64), P. 102–116.

72. The Russian Laundromat. OCCRP. URL.: https://www.occrp.org/en/russianlaundromat/.

73. Thebuchacity. 2023. URL.: https://detector.media/infospace/article/219373/2023-11-15-yakoyu-maie-buty-rol-zhurnalistiv-u-povoienniy-vidbudovi-krainy-dyskusiya-na-donbas-media-forum/.

ДОДАТКИ

Додаток А

ДОДАТКИ

Додаток А