Держава та регіони

ISSN 2219-8741

Серія: Соціальні комунікації
2024, № 1 (57)

Науково-виробничий рецензований журнал виходить щоквартально

Головний редактор:
Бессараб А. О., д. н. із соц. ком., професор

Редакційна колегія:

Соціологія

Зоська Я. В., д. соц. н., професор (заступник головного редактора)
Гордієнко Н. М., д. соц. н., професор
Позднякова-Кирбят'єва Е. Г., д. соц. н., професор
Кодацька Н. О., к. соц. н., доцент

Соціальні комунікації

Пономаренко Л. Г., д. н. із соц. ком., професор (заступник головного редактора)
Богуславський О. В., д. н. із соц. ком., професор
Гиріна Т. С., д. н. із соц. ком., професор
Дяченко М. Д., к. н. із соц. ком., д. пед. н., професор
Женченко М. І., д. н. із соц. ком., доцент
Зелінська Н. В., д. філол. н., професор
Зикун Н. І., д. н. із соц. ком., професор
Ковпак В. А., д. н. із соц. ком., доцент
Лизанчук В. В., д. філол. н., професор
Пенчук І. Л., д. н. із соц. ком., професор
Поплавська Н. М., д. філол. н., професор
Теремко В. І., д. н. із соц. ком., доцент
Фінклер Ю. Е., д. філол. н., професор
Холод О. М., д. філол. н., професор
Шевченко О. В., д. н. із соц. ком., професор
Хітрова Т. В., к. філол. н., професор
Бондаренко І. С., к. філол. н., доцент
Досенко А. К., к. н. із соц. ком., доцент
Кіца М. О., к. н. із соц. ком., доцент
Козиряцька С. А., к. н. із соц. ком., доцент
Мудра І. М., к. н. із соц. ком., доцент
Полєжаєв Ю. Г., к. н. із соц. ком., доцент

Іноземні члени редакційної колегії:

О. Синовець, д. філос. в галузі соціології (Республіка Польща)
Б. Плішка, д. філос. в галузі політології (Республіка Польща)
Рагімлі Руслан Гілал огли, к. і. н., доцент (Азербайджан)

Рецензенти:

Баранецька А. Д., Бондаренко І. С., Волинець Г. М., Гиріна Т. С., Досенко А. К., Зикун Н. І., Кіца М. О., Ковпак В. А., Кодацька Н. О., Микитів Г. В., Мудра І. М., Пенчук І. Л., Пономаренко Л. Г., Трегуб А. М., Хітрова Т. В., Чернявська Л. В., Шевченко О. В.

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата **наук** із **соціальних комунікацій, спеціальність 061**
(Наказ МОН України від 02.07.2020),
доктора і кандидата **соціологічних наук, спеціальність 054**
(Наказ МОН України від 24.09.2020)
Категорія Б

Засновник:
Класичний приватний університет
Свідоцтво Міністерства юстиції України про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
Серія КВ № 16369-4841Р від 10.02.2010
Видавець:
Класичний приватний університет
Свідоцтво Державного комітету телебачення та радіомовлення України про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 3321 від 25.11.2008

Журнал ухвалено до друку вченою радою Класичного приватного університету
27 березня 2024 р., протокол № 7

Усі права захищені. Повний або частковий передрук і переклади дозволено лише за згодою автора і редакції. При передрукуванні посилання на журнал «ДЕРЖАВА та РЕГІОНИ. СЕРІЯ: СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ» обов'язкове.

За повноту та достовірність викладених фактів і положень відповідальність несуть автори публікацій.

Редактори: А. Бессараб (укр.), О. Івченко (англ.)
Технічний редактор: Ю. Бабич
Дизайнер обкладинки: Я. Зоська

Адреса редакції:
Класичний приватний університет
69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70б
Телефони/факс: (0612) 220-58-42, 63-99-73

Здано до набору 15.03.2024
Підписано до друку 10.04.2024
Формат 60×84/8. Ризографія. Тираж 300 пр.
Замовлення № 3-23/24Ж.
Виготовлено на поліграфічній базі Класичного приватного університету

DOI https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2024.1(57)

© Класичний приватний університет, 2024

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Н. І. Тяпкіна, М. В. Клюєва 4 ***N. Tiapkina, M. Kliuieva***
ГЕРОНТОЛОГІЧНИЙ ЕЙДЖИЗМ У МЕДІА — GERONTOLOGICAL AGEISM IN MEDIA

Ю. Е. Фінклер 10 ***Yu. Finkler***
ЯК СПІВВІДНОСЯТЬСЯ Ф ЕНОМЕНИ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА СОЦІОКОМУНІКАЦІЙ У КОНТЕКСТІ СИНЕРГЕТИЧНОСТІ НАУКИ — HOW ARE THE PHENOMENA OF SOCIAL COMMUNICATIONS AND SOCIO-COMMUNICATION RELATED IN THE CONTEXT OF SYNERGY OF SCIENCE

ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

О. В. Богуславський 16 ***O. Bohuslavskyj***
ІНФОРМАЦІЙНО-ВИДАВНИЧА ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБОРОНИ ЧОТИРЬОХ СВОБІД УКРАЇНИ (ООЧСУ) У США (1947–1991) — INFORMATION AND PUBLISHING ACTIVITIES ORGANIZATIONS FOR THE DEFENSE OF THE FOUR FREEDOMS OF UKRAINE (ODFFU) IN THE USA (1947–1991)

Т. С. Гиріна 26 ***T. Hyrina***
УКРАЇНСЬКА ЕКОНОМІЧНА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНОГО КАПІТАЛУ ДО ВІДНОВЛЕННЯ КИЇВЩИНИ — UKRAINIAN ECONOMIC JOURNALISM AS AN INFORMATIONAL COMPONENT OF ATTRACTING FOREIGN CAPITAL TO THE RECONSTRUCTION OF KYIV REGION

Н. Л. Дащенко, О. В. Кушнір, Т. В. Решетуха 37 ***N. Dashchenko, O. Kushnir, T. Reshetukha***
ЦИФРОВА БЕЗПЕКА ЖУРНАЛІСТІВ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА: АКТУАЛІЗАЦІЯ В УМОВАХ ВІЙНИ — DIGITAL SECURITY OF JOURNALISTS IN REGIONAL MEDIA: ACTUALISATION IN WARTIME

С. А. Козиряцька 45 ***S. Kozyryatska***
НАРАТИВИ РЕЛІГІЙНОЇ СФЕРИ КРІЗЬ ПРИЗМУ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА — NARRATIVES OF THE RELIGIOUS SPHERE THROUGH THE PRISM OF THE UKRAINIAN MEDIA

Ю. В. Колісник 51 ***Yu. Kolisnyk***
ПОРТРЕТНИЙ НАРИС У КОМУНІКАТИВНОМУ ДИСКУРСІ РАДЯНСЬКИХ ЗМІ (НА МАТЕРІАЛАХ ЖУРНАЛЬНОЇ ПРЕСИ УРСР) — THE PORTRAIT ESSAY IN THE COMMUNICATIVE DISCOURSE OF SOVIET MEDIA (AN ANALYSIS OF UKRAINIAN MAGAZINE PRESS)

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

С. А. Водолазька 61 ***S. Vodolazka***
ВИДАННЯ З ДОПОВНЕНОЮ РЕАЛЬНІСТЮ: ЕКСПЛУАТАЦІЙНІ ПРОБЛЕМИ — PUBLISHING PRODUCTS WITH AUGMENTED REALITY: OPERATIONAL PROBLEMS

О. Д. Ковальова 70 ***O. Kovalova***
КОНТЕНТ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ТІКТОК ЯК МОТИВАТОР ЧИТАННЯ ПІДЛІТКІВ — CONTENT OF TIKTOK AS A MOTIVATOR FOR TEEN READING

УДК 316.77:070:654.195:314.743

DOI 10.32840/cpu2219-8741/2024.1(57).4

Т. С. Гиріна

доктор наук із соціальних комунікацій, професор
завідувач кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури
e-mail: hirinatetyana@gmail.com; ORCID: 0000-0003-1587-8767
Державний податковий університет
вул. Університетська, 31, м. Ірпінь, Київська обл., Україна, 08200

УКРАЇНСЬКА ЕКОНОМІЧНА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНОГО КАПІТАЛУ ДО ВІДНОВЛЕННЯ КИЇВЩИНИ

Мета дослідження *– осмислення поступу української економічної журналістики як передумови формування інформаційного підґрунтя та супроводу залучення іноземного капіталу до повоєнного відновлення та відбудови України на прикладі Київщини.*

Методологія дослідження*. У період 17–24 грудня 2023 р. проведено опитування 15 жителів м. Ірпінь, м. Буча, м. Гостомель (Київська обл.), майно яких зазнало часткового та повного знищення й розкрадання внаслідок вторгнення росії в Україну після 24 лютого 2022 р., з використанням програмного забезпечення для адміністрування опитувань «Google Forms». Практично орієнтована специфіка дослідження зумовила використання методологічного апарату в комплексі: методу підрахунків, якісного та кількісного аналізу, частотного та дисперсійного аналізу, вторинного аналізу даних, абстрагування та синтезу.*

Результати дослідження *сформульовано за підсумками проведеного опитування. Встановлено, що 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 триває 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%). Поточний імідж України у світі характеризують так: «незламна, стійка, непереможна», «корупційна», «далека від ідеалу», «незалежна», «згуртована», «різноманітна», «героїчна, смілива, відчайдушна нація воїнів-героїв». Загальний оптимізм українців, представлених у межах дослідження 15 респондентами різного віку, безальтернативний, адже 100% упевнені, що Україна переможе.*

Новизна *дослідження полягає в актуальному погляді на перспективи відбудови та реінновації України й очікування громадськості, зокрема постраждалих від війни, у контексті участі закордонних донорів у цьому процесі, осмислено роль економічної журналістики в залученні закордонних інвестицій та роботу над покращенням інвестиційного іміджу України, зокрема в аспекті фінансової привабливості для інвесторів, запевнень у сприятливому бізнес-кліматі.*

Практичне значення*. Результати дослідження сприятимуть кращому розумінню, що внесок у відбудову, велику спільну справу здатен зробити кожен українець; закордонні партнери будуть схильніші допомагати нам, коли наочно бачитимуть, що українські бізнесмени вкладають кошти в Україну, українці допомагають один одному, інвестують у країну, працюють задля перемоги.*

Ключові слова: *боротьба з корупцією, економічна журналістика, журналістські розслідування, імідж України, іноземний капітал, медіасупровід відбудови України, повоєнна відбудова.*

І. Вступ

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, у 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 сам на сам з болем та страхом. Разом з тим, працюють з колегами з інших країн, виходячи на міжнародний рівень чи комунікуючи з представниками закордонних делегацій, пропонуючи свої матеріали для широкого доступу у всесвітній мережі, щоб слово медійників почув світ. Комунікативні стратегії привернення уваги до потреб українців

© Гиріна Т. С., 2024

не лише в контексті ведення війни, але й повоєнного відновлення та відбудови, – складний комплекс заходів, робота журналістів у якому посідає чільне місце.

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

Кількість делегацій поважних гостей, які відвідали Київщину за останній рік, без сумніву, непорівнювана з попередніми роками та десятиліттями. Через об'єктиви відеокамер людство побачило жахіття війни та наочно пересвідчилося, що ворога не зупиняють не лише будівлі, але й людські життя. Жахіття війни показували журналісти з перших днів війни, далі почали демонструвати завдану шкоду, 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 уже зруйнувала війна у 2014 р., тоді вони, залишаючи все нажите, змушені були тікати в невеличкі містечка під столицею, що 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 відновлювальні роботи. Власноруч, за допомогою сусідів, влади, іноземних благодійників за рік вдалося відновити дуже багато, втім попереду роки відбудови.

Залучення іноземного капіталу як фактор 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, й одним зі шляхів є залучення прямих іноземних інвестиційних ресурсів в економіку України. Підходи до формування економічної привабливості дослідники пропонують запозичити в Ізраїлю [19, с. 34–41]. В окремому дослідженні авторами запропоновано підходи до формування привабливої інвестиційної політики на місцевому рівні в 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» [20, с. 173–183]. Загрози та перспективи залучення іноземних інвестицій у діяльність територіальних громад України проаналізували Г. Єфимова та М. Павлова [11, с. 74–85]. Оцінювання чинників зовнішньоекономічних зв'язків українського бізнесу провели М. Конар, Н. Кушнір [17, 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 [2, 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 [6, 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. У 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 [14, с. 191–204]. Економічні та екзистенційні виклики, що постають перед журналістикою, обґрунтували К. Фішер та П. Сора [33].

Журналістику як нову захопливу дослідницьку територію, яка допомагає громадськості зрозуміти, чому так часто сукупність суспільних економічних знань розходиться з переконаннями авторитетних економістів, розглядає доктор філософії з університетського коледжу Лондона (Великобританія) Т. Мата [35]. В іншій публікації, присвяченій радикальній економіці як журналістиці в 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 з попередніх століть, сучасність диктує продовження розгляду у вимірі цифрових медіа [36].

Осмисленню стану, умов функціонування векторів розвитку журналістики загалом та її економічного сегмента зокрема присвячені наукові праці українських та зарубіжних дослідників. Так,

про аудіовізуальний контент культурної журналістики воєнного часу в контексті національної ідентичності говорять у своїй публікації А. Лісневська та Р. Новикова [18, с. 131–138]. Осмисленню комунікаційного потенціалу журналістики рішень у перехідний період трансформації традиційних медіа в Україні присвячене дослідження А. Житникової [12, с. 60–67]. У контексті журналістики даних аспекти їх візуалізації розкрили Д. Солодовник, І. Гаврилюк, І. Сипченко [38, с. 102–116]. Поліфонію можливостей економічної журналістики в структурі журналістики даних дослідив А. Аррезе. Автор стверджує, 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» [31]. Механізми позитивного впливу журналістських матеріалів на економічну тематику на стабілізацію та посилення національних економік виклав індійський дослідник з Університету науки та технологій Гуру Джамбхешвар М. Даял [32], а Х Мюллер розмірковував над якістю глобальної економічної журналістики [37]. 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 [30].

Журналістські розслідування в контексті економічної журналістики є потужним напрямом дослідницької роботи, зокрема представленої в публікаціях ученої з Міжнародного класичного університету імені Пилипа Орлика В. Стєкольщикової [25, с. 288–299], М. Садівничої [24], у розрізі українського телебачення – О. Гарматій [8], Б. Іваницької, І. Пилипишиної [13, с. 71–74], Л. Василик [5, с. 42–46], у розрізі традиційної періодики – О. Кирилової, К. Шевцової [15], проблематики розслідувань – А. Оприско, О. Гарматій [22, с. 142–147], основ сторителінгу як невід'ємної складової позиціонування журналістських текстів в економічній розслідувальній журналістиці – О. Грудки [10]. Практиці журналістських розслідувань в Україні після початку повномасштабного вторгнення росії в Україну присвячені праці М. Василенка [4] та М. Христокіна, І. Зайцевої [29, с. 48–55].

Окремим сегментом позиціонування України на міжнародній арені є іміджева складова, яка, зокрема, 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 зарахували 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 власного позиціонування [34, с. 39–44].

Таким чином, наукове підґрунтя осмислення поступу української економічної журналістики в контексті залучення іноземного капіталу становить комплекс українських та зарубіжних праць, які охоплюють різну тематику та представляють поліфонію напрямів, без яких змістовне та предметне дослідження буде неможливим.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – осмислення поступу української економічної журналістики як передумови формування інформаційного підґрунтя та супроводу залучення іноземного капіталу до повоєнного відновлення та відбудови України на прикладі Київщини.

У період 17–24 грудня 2023 р. проведено опитування 15 жителів м. Ірпінь, м. Буча, м. Гостомель (Київська обл.), майно яких зазнало часткового та повного знищення й розкрадання внаслідок вторгнення росії в Україну після 24 лютого 2022 р., з використанням програмного забезпечення для адміністрування опитувань «Google Forms». Практично орієнтована специфіка реалізованого емпіричного дослідження зумовила використання такого методологічного апарату: методу підрахунків – для отримання конкретних числових результатів, якісного та кількісного аналізу – для осмислення відповіді на закриті та відкриті запитання, останні дали змогу унаочнити гіпотезу 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 застосовано для дослідження складових медіасупроводу процесу повоєнного відновлення, абстрагування та синтезу – для описання типів комунікаційних можливостей ЗМК для відновлення в Україні.

Висунено припущення про недооцінювання українцями ролі та інформаційних потенцій ЗМК у процесі залучення іноземного капіталу до відновлення пошкодженого чи зруйнованого майна українців на прикладі міст Київщини. Із цією метою сформульовано запитання анкети, які дали змогу сформулювати продуктивні, емпірично вимірювані висновки.

III. Результати

У ході дослідження виявлено, що, попри складну ситуацію на місцях, інформаційну картину дня респондентів формують 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 30 000 у довоєнний період. Лише 12% населення залишилося в Бучі після початку війни росії проти України [27]. Зіставна ситуація спостерігалася й у інших містах. Весь час, коли містяни перебували в евакуації, вони уважно стежили за повідомленнями з фактичного поля бою, у кожному сюжеті впізнаючи знайомі вулиці, боялися побачити зруйнованим власне житло чи вбитих знайомих, про долю яких було невідомо. 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, яка змінювалася щохвилинно (рис. 1).

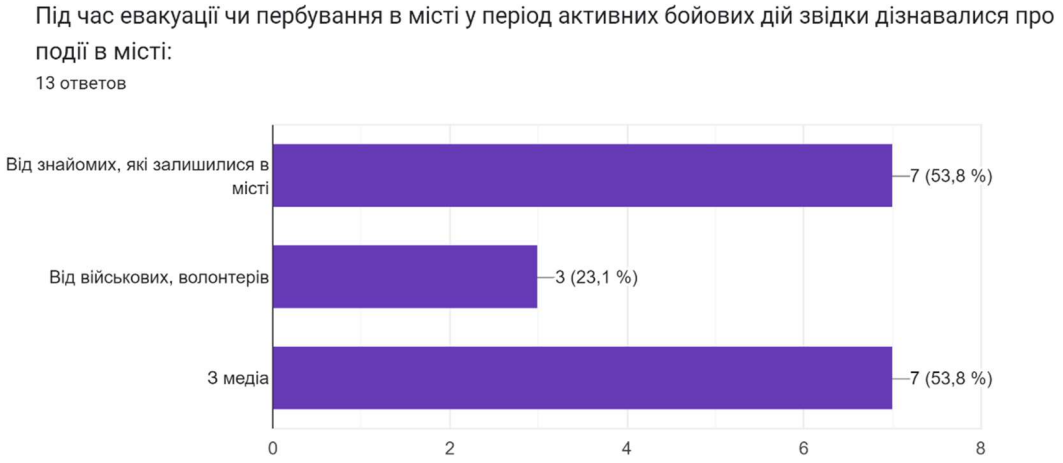

Рис. 1. Канали отримання інформації евакуйованих з Київщини під час активних бойових дій у регіоні [21]

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 у медіа та на власні очі, проходячи повз відновлюваних будинків (рис. 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» [23].

Рис. 2. Зацікавленість респондентів у тематиці відновлення Київщини [21]

Втім констатують, що для повного відновлення може знадобитися від п'яти до двадцяти років [21], 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. В одного «постраждав дах від уламків», в 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» [21]. Свідомо наводимо вичерпний перелік завданої шкоди респондентам, адже за кожним з них життєва історія та доля родини, для якої її дім, фортеця, яку будували все життя, зазнала руйнувань. Проте по допомогу міжнародних партнерів звертаються неохоче (69,2% не зверталися), оскільки переконані, що нині є люди, які потребують її більше, тому намагаються максимально лагодити житло власноруч. До медіа по інформаційну підтримку 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» [21]. 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).

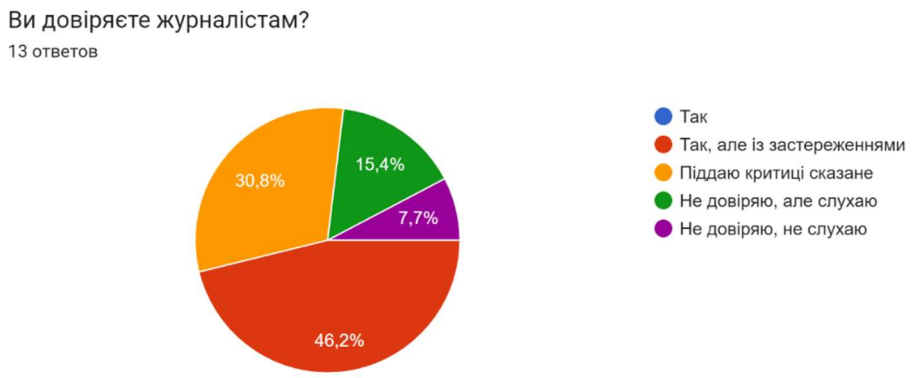

Рис. 3. Рівень довіри жителів Київщини до журналістів [21]

Економічною тематикою в медіа цікавляться систематично (46,2%), коли впадає в око конкретний матеріал (23,1%), 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. 4).

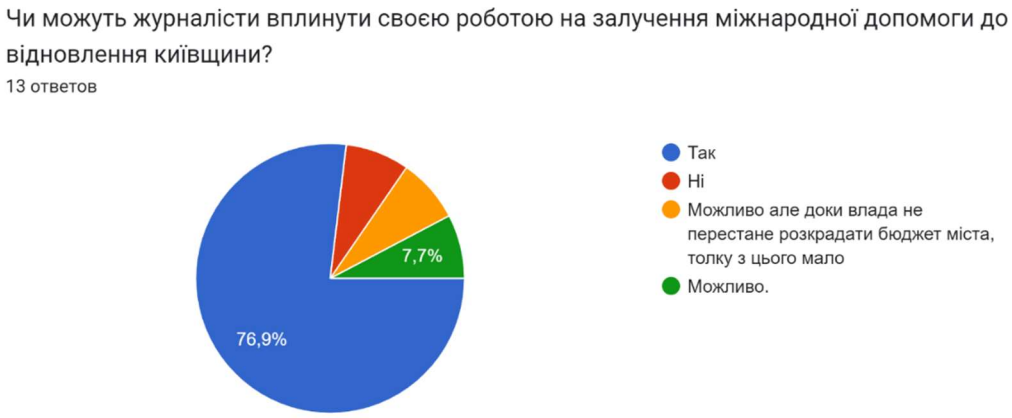

Рис. 4. Ставлення респондентів до можливості журналістів сприяти залученню коштів міжнародних інвесторів до відновлення Київщини [21]

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 триває

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 сприятливе (46,2%) (рис. 5).

Рис. 5. Оцінка респондентами сприятливості поточного міжнародного іміджу України у процесі залучення коштів зарубіжних інвесторів до відбудови Київщини [21]

Цінними є рефлексії, зібрані у відповідь на відкрите запитання анкети щодо оцінки поточного іміджу України у світі, яку респонденти характеризують так: «незламна, стійка, непереможна», «корупційна», «далека від ідеалу», «незалежна», «згуртована», «різноманітна», яка викликає «жалість на фоні із скептичним ставленням через неприємний шлейф періодичних корупційних скандалів; найкорумпованіша країна Європи», «Імідж України не дуже веселковий, адже люди за кордоном 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 й поведінка деяких наших співгромадян, таким чином: «доволі спірне питання, оскільки українці, що втікали у різні країни, їздять там на 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 у деяких частин населення можуть бути вагання у доцільності й ефективності допомоги» [21]. Та, попри все, у нашій країні «героїчна, смілива, відчайдушна Нація воїнів героїв» [21].

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

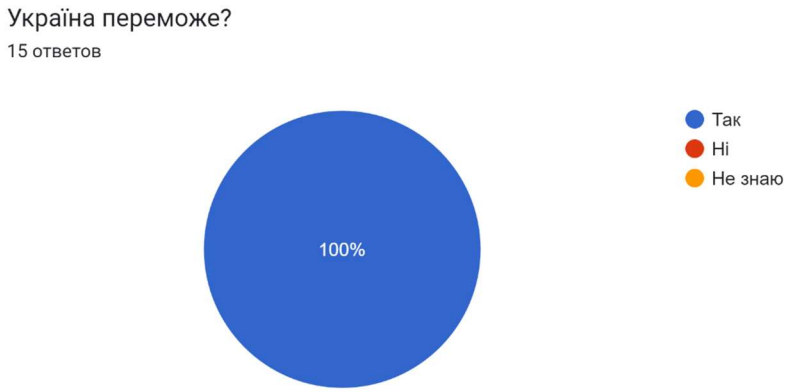

Рис. 6. Впевненість жителів Київщини у перемозі України у війні у грудні 2023 р. [21]

Виходячи з вищезазначеного, перспективними для подальших досліджень є інформаційний супровід та залучення коштів на відновлення Державного податкового університету (м. Ірпінь,

Київська область). «Під час російської окупації Ірпеня 2022 р. 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 є цивільні – було не менше ніж 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%» [3].

Після деокупації університет звернувся до випускників із проханням про допомогу, унаслідок чого було започатковано низку благодійних ініціатив, серед яких #SaveIrpinUniversity [16]. Влітку 2023 р. засновник українського бренду «ANOESES» К. Саввопуло «ініціював масштабний збір коштів на відбудову 28 авдиторій Центрального корпусу Податкового університету» [28]. 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» [7].

У рамках проведеного дослідження здобувачі спеціальності «Журналістика» в Державному податковому університеті включаються до інформаційного супроводу ініціативи й підготували відеороботу, звернену до зарубіжних інвесторів із закликом про підтримку та допомогу. Матеріал розміщено на офіційній сторінці спеціальності українською мовою із субтитрами англійською [26].

Конкретним прикладом у межах пропонованого дослідження наочно продемонстровано, що внесок у відбудову, велику спільну справу здатен зробити кожен українець: донатом, своєю працею, допомогою оточенню. А закордонні партнери будуть схильніші допомагати нам, коли бачитимуть, що українські бізнесмени вкладають кошти в Україну, а не виводять їх звідси, українці допомагають один одному, інвестують у країну, працюють задля перемоги на щоденній основі, підтримують місцевого виробника, створюють якісні продукти та надають послуги, які затребувані всередині країни та мають попит за її межами.

IV. Висновки

Попри виклики та проблеми, з якими стикаються жителі не лише Київщини, а 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 усе можливе, аби подолати наслідки ворожого вторгнення та повернутися до звичного життя. Медіа в цьому контексті є супутником і помічником. Численна кількість реалізованих гуртових соціальних програм, мільярдні збори, які щороку закривають українці своїми силами [9], є свідченням зрілості нації, її свідомості та відповідальності як перед світовою спільнотою, так і всередині своєї Батьківщини.

Список використаної літератури

1. Абрамова І. Стан і пріоритети фінансової інклюзії в Україні. *Бізнес Інформ*. 2020. № 10. С. 294–300.
2. Ангелько І. Українське підприємництво в умовах війни: економічні виклики, загрози та можливості. *Економіка та управління національним господарством*. 2023. № 9 (25). С. 27–34.
3. 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/ (дата звернення: 24.12.2023).
4. Василенко М. Журналістське розслідування в умовах війни. Розвиток чи занепад? *Наукові записки Інституту журналістики*. 2023. Т. 1. № 82. С. 33–44.
5. Василик Л. Журналістські розслідування на телебаченні. *Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна*. 2011. № 968. С. 42–46.
6. Вашист К., Азімова О., Хантер Л. Вплив війни в Україні на світову економіку: огляд зарубіжних медіа. *Образ*. 2022. С. 6–16.
7. Відбудова ДПУ триває. *Державний податковий університет*. 2023. URL.: https://www.facebook.com/statetaxuniversity/posts/pfbid02FNL8dip6nLHkuEE745MMebzjY9MLptbychWhEVKZFqug2qJo1uznz9j7UAmKvstbl (дата звернення: 24.12.2023).
8. Гарматій О. Журналістське розслідування на українському телебаченні. 2017. URL: https://www.researchgate.net/publication/341106716_JOURNALISTIC_INVESTIGATION_ON_UKRAINIAN_TELEVISION (дата звернення: 24.12.2023).
9. 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/ (дата звернення: 24.12.2023).
10. Грудка О. Робити важливе цікавим. Як сторітелінг допомагає журналістам розслідувачам. *MediaSapiens*. 2019. URL: https://cutt.ly/px3B2Ph (дата звернення: 24.12.2023).
11. Єфимова Г., Павлова М. Загрози та перспективи залучення іноземних інвестицій у діяльність територіальних громад України. *Проблеми економіки*. 2023. № 1. С. 74–85.

12. Житникова А. Комунікаційний потенціал журналістики рішень в Україні. *Діалог: медіа-студії*. 2022. № 28. С. 60–67.
13. Іваницька Б., Пилипишина І. Журналістське розслідування на телебаченні: від теорії до практики (творчий захист). *Інновації та особливості функціонування ЗМІ України :* зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф. Львів : вид-во Львівської політехніки, 2021. С. 71–74.
14. Карпчук Н., Макар Ю. Практика прикріпленої журналістики в Україні. *Медіафорум. Аналітика Прогнози Управління інформацією*. 2023. № 12 (12). С. 191–204.
15. 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 (дата звернення: 24.12.2023).
16. Кожен день – об'єднує! Об'єднує найкращих на різних фронтах! *Державний податковий університет.* 2023. URL: https://www.facebook.com/hashtag/saveirpinuniversity (дата звернення: 24.12.2023).
17. 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.
18. Лісневська А., Новикова Р. Аудіовізуальний контент культурної журналістики воєнного часу до питання національної ідентичності. *Синопсис: текст, контекст, медіа*. 2023. № 29 (2), С. 131–138.
19. 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.
20. Малишівський Т., Стефанін В. Система інструментів інвестиційної політики на місцевому рівні: теоретичний аспект. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2021. Вип. 17 (1). С. 173–183.
21. Опитування «Роль українських журналістів в залученні коштів до відбудови Київщини». *GoogleForms*. 2023. URL: https://forms.gle/RaY1TQdKU7Gve6y79 (дата звернення: 24.12.2023).
22. Оприско А., Гарматій О. Проблематика журналістського розслідування у спектрі актуальних подій. *Проблеми журналістики: вчора, сьогодні, завтра :* зб. матер. І Міжнар. наук. онлайн конф. студентів та молодих дослідників. 2019. С. 142–147.
23. 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/ (дата звернення: 24.12.2023).
24. Садівнича М. Соціально-психологічні аспекти авторських матеріалів франчайзингових видань: механізми, функції, способи реалізації : дис. ... д-ра філософії : 061. Суми, 2022. 228 с.
25. 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.
26. Студенти спеціальності «Журналіста» Державний податковий університет підтримують масштабний збір коштів на відбудову 28 авдиторій Центрального корпусу Податкового університету. *Facebook*. 2023. URL: https://www.facebook.com/journalismnudfsu/videos/351912667575393 (дата звернення: 24.12.2023).
27. 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/ (дата звернення: 24.12.2023).
28. У Державному податковому університеті продовжують відбудовувати пошкоджені корпуси. 2023. *ITV*. URL: https://itvua.tv/news/u-derzhavnomu-podatkovomu-universyteti-prodovzhuiut-vidbudovuvaty-poshkodzheni-korpusy/?fbclid=IwAR0gIITmBeBN70suAuGVJkak53D6yNG0-fjM08IbuDp4zpgkWUksnzYg92A (дата звернення: 24.12.2023).
29. Христокін М., Зайцева І. Сучасна практика журналістських розслідувань в Україні в умовах війни. *Держава та регіони. Серія: соціальні комунікації*. 2023. № 2. С. 48–55.
30. 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 (date of request: 24.12.2023).
31. 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 (date of request: 24.12.2023).
32. Dayal M. Economic journalism changing scenario. 2023. URL: https://www.researchgate.net/publication/376238549_Economic_journalism_changing_scenario (date of request: 24.12.2023).
33. Fisher C., Park S. Economic and Existential Challenges Facing Journalism. The SAGE Handbook of the Digital Media Economy. *Newcastle upon Tyne*. 2022. 212 p.
34. 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.

35. 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 (date of request: 24.12.2023).
36. 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 (date of request: 24.12.2023).
37. Müller H. Good, Bad or Ugly: On the Quality of Economic Journalism. *Challenging Economic Journalism 2023*. URL: https://www.researchgate.net/publication/371773801_Good_Bad_or_Ugly_On_the_Quality_of_Economic_Journalism (date of request: 24.12.2023).
38. 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.

References

1. Abramova, I. (2020). Stan i priorytety finansovoi inkliuzii v Ukraini [Status and priorities of financial inclusion in Ukraine]. *Biznes Inform,* 10, 294–300 [in Ukrainian].
2. Angelko, I. (2023). Ukrainske pidpryiemnytstvo v umovakh viiny: ekonomichni vyklyky, zahrozy ta mozhlyvosti [Ukrainian entrepreneurship in the conditions of war: economic challenges, threats and opportunities]. *Ekonomika ta upravlinnia natsionalnym hospodarstvom*, 9 (25), 27–34 [in Ukrainian].
3. Bezpechne navchannia pid chas viiny: Derzhavnyi podatkovyi universytet oblashtuvav shoste ukryttia [Safe Study in Wartime: The State Tax University has set up a sixth shelter]. (2023). *Kyivshchyna 24/7*. Retrieved from https://kyivschina24.com/news/bezpechne-navchannya-pid-chas-vijny-derzhavnyj-podatkovyj-universytet-oblashtuvav-shoste-ukryttya/ [in Ukrainian].
4. Vasylenko, M. (2023). Zhurnalistske rozsliduvannia v umovakh viiny. Rozvytok chy zanepad? [Journalistic investigation in war conditions. Development or decline?]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, 1 (82), 33–44 [in Ukrainian].
5. Vasylyk, L. (2011). Zhurnalistski rozsliduvannia na telebachenni [Journalistic investigations on television]. *Visnyk Kharkivskoho nats. un-tu im. V. N. Karazina*, 968, 42–46 [in Ukrainian].
6. Vashist, K., Azimova, O., Hunter, L. (2022). Vplyv viiny v Ukraini na svitovu ekonomiku: ohliad zarubizhnykh media [Impact of the war in Ukraine on the world economy: a review of foreign media]. *Obraz*, 4, 6–16 [in Ukrainian].
7. Reconstruction of the DPU is ongoing [Vidbudova DPU tryvaie]. (2023). *Derzhavnyi podatkovyi universytet*. Retrieved from https://www.facebook.com/statetaxuniversity/posts/pfbid02FNL8dip6nLHkuEE745MMebzjY9MLptbychWhEVKZFqug2qJo1uznz9j7UAmKvstbl [in Ukrainian].
8. Harmatiy, O. (2017). Zhurnalistske rozsliduvannia na ukrainskomu telebachenni [Journalistic investigation on Ukrainian television]. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/341106716_JOURNALISTIC_INVESTIGATION_ON_UKRAINIAN_TELEVISION [in Ukrainian].
9. Grubrina, A. (2023). Tvoia hryvnia maie znachennia! Skilky donatiat ukraintsi u 2023 – rezultaty naibilshykh fondiv [Your hryvnia matters! How much will Ukrainians donate in 2023 – the results of the largest funds]. *Vikna*. Retrieved from https://vikna.tv/dlia-tebe/novyny-ukrayiny/skilky-donatyat-ukrayinczi-rezultaty-najbilshyh-fondiv-za-2023/ [in Ukrainian].
10. Grudka, O. (2019). Robyty vazhlyve tsikavym. Yak storitelinh dopomahaie zhurnalistam rozsliduvacham [Making important things interesting. How storytelling helps investigative journalists]. MediaSapiens. Retrieved from https://cutt.ly/px3B2Ph [in Ukrainian].
11. Yefimova, G., & Pavlova, M. (2023). Zahrozy ta perspektyvy zaluchennia inozemnykh investytsii u diialnist terytorialnykh hromad Ukrainy [Threats and prospects of attracting foreign investments in the activities of territorial communities of Ukraine]. *Problemy ekonomiky*, 1, 74–85 [in Ukrainian].
12. Zhitnykova A. (2022). Communication potential of decision journalism in Ukraine [Komunikatsiinyi potentsial zhurnalistyky rishen v Ukraini]. *Dialoh: media-studii*, 28, 60–67 [in Ukrainian].
13. Ivanytska B., & Pylypyshina I. (2021). Zhurnalistske rozsliduvannia na telebachenni: vid teorii do praktyky (tvorchyi zakhyst) [Journalistic investigation on television: from theory to practice (creative defense)], *Innovatsii ta osoblyvosti funktsionuvannia ZMI Ukrainy*, zbirnyk materialiv Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii [Innovations and peculiarities of the functioning of mass media of Ukraine, a collection of materials of the International Scientific and Practical Conference]. Lviv [in Ukrainian].
14. Karpchuk, N., & Makar, Yu. (2023). Praktyka prykriplenoi zhurnalistyky v Ukraini [The practice of attached journalism in Ukraine]. *Mediaforum. Analityka Prohnozy Upravlinnia informatsiieiu*, 12 (12), 191–204 [in Ukrainian].
15. Kyrylova, O., & Shevtsova, K. (2019). Modyfikatsiia zhurnalistskoho rozsliduvannia na prykladi publikatsii drukovanykh ZMI [Modification of journalistic investigation on the example of print media publications]. *Research gate*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/327395627_The_Modification_of_Journalistic_Investigation_on_the_Example_of_Printed_Media_Publications [in Ukrainian].

16. Kozhen den – ob'iednuie! Ob'iednuie naikrashchykh na riznykh frontakh! Derzhavnyi podatkovyi universytet [Every day unites! Brings together the best on different fronts! State Tax University]. (2023). Retrieved from https://www.facebook.com/hashtag/saveirpinuniversity [in Ukrainian].
17. Konar, M., & Kushnir, N. (2023). Otsinka chynnykiv zovnishnoekonomichnykh zv'iazkiv ukrainskoho biznesu [Assessment of factors of foreign economic relations of Ukrainian business]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriia: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, 49, 70–74 [in Ukrainian].
18. Lisnevska, A.,& Novikova R. (2023). Audiovizualnyi kontent kulturnoi zhurnalistyky voiennoho chasu do pytannia natsionalnoi identychnosti [Audiovisual content of wartime cultural journalism on the issue of national identity]. *Synopsys: tekst, kontekst, media*, 29 (2), 131–138 [in Ukrainian].
19. Malyshivskyi, T., & Stefanin, V. (2020). Zaluchennia inozemnoho kapitalu yak faktor zabezpechennia ekonomichnoho zrostannia krainy [Attracting foreign capital as a factor in ensuring the country's economic growth]. *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy*, 5 (145), 34–41 [in Ukrainian].
20. Malyshivskyi, T., & Stefanin, V. (2021). Systema instrumentiv investytsiinoi polityky na mistsevomu rivni: teoretychnyi aspekt [System of tools of investment policy at the local level: theoretical aspect. Actual problems of the development of the economy of the region]. *Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu*, 17 (1), 173–183 [in Ukrainian].
21. Opytuvannia «Rol ukrainskykh zhurnalistiv v zaluchenni koshtiv do vidbudovy kyivshchyny» [Survey «The role of Ukrainian journalists in attracting funds for the reconstruction of Kyiv region»]. (2023). *Google Forms*. Retrieved from https://forms.gle/RaY1TQdKU7Gve6y79 [in Ukrainian].
22. Oprisko, A., & Harmatii, O. (2019). Problematyka zhurnalistskoho rozsliduvannia u spektri aktualnykh podii [Problems of journalistic investigation in the spectrum of current events], *Problemy zhurnalistyky: vchora, sohodni, zavtra,* zbirnyk materialiv I Mizhnarodnoi naukovoi onlain konferentsii studentiv ta molodykh doslidnykiv [Problems of journalism: yesterday, today, tomorrow: a collection of materials I International of science online conf. students and young researchers [in Ukrainian].
23. Rishennia dlia vidbudovy: u Buchi prezentuvaly dashbord dlia monitorynhu vydatkiv na vidnovlennia rehionu [Solutions for reconstruction: a dashboard was presented in Bucha for monitoring expenditures for the reconstruction of the region]. (2023). *Rubryka.* Retrieved from https://rubryka.com/2023/12/23/vydatky-na-vidnovlennya/ [in Ukrainian].
24. Sadivnycha, M. (2022). *Cotsialno-psykholohichni aspekty avtorskykh materialiv franchaizynhovykh vydan: mekhanizmy, funktsii, sposoby realizatsii* [Socio-psychological aspects of author's materials of franchising publications: mechanisms, functions, methods of implementation]. (Doctor's thesis). Sumy [in Ukrainian].
25. Stekolshchikova, V. (2020). Spetsyfika ta kontseptualizatsiia sotsialno-psykholohichnykh osnov efektyvnoi hradatsii tematychnoho riznovydu zhurnalistskoho rozsliduvannia [Specificity and conceptualization of social-psychological bases of effective gradation of the thematic variety of journalistic investigation]. *Zbirnyk prats naukovo-doslidnoho instytutu presoznavstva*, 5, 288–299 [in Ukrainian].
26. Studenty spetsialnosti «Zhurnalista» Derzhavnyi podatkovyi universytet pidtrymuiut masshtabnyi zbir koshtiv na vidbudovu 28 avdytorii Tsentralnoho korpusu Podatkovoho universytetu [Students of the «Journalist» specialty of the State Tax University support large-scale fundraising for the reconstruction of 28 auditoriums of the Central Building of the Tax University]. (2023). *Facebook*. Retrieved from https://www.facebook.com/journalismnudfsu/videos/351912667575393 [in Ukrainian].
27. U Buchi pislia vyzvolennia z 30 tysiach naselennia zalyshylosia 3700 osib [After liberation, 3,700 people remained in Buchi out of a population of 30,000]. (2022). *Volynski novyny*. Retrieved from https://www.volynnews.com/news/all/u-buchi-pislia-vyzvolennia-z-30-tysiach-naselennia-zalysylosia-3700-osib/ [in Ukrainian].
28. U Derzhavnomu podatkovomu universyteti prodovzhuiut vidbudovuvaty poshkodzheni korpusy [The State Tax University continues to rebuild damaged buildings]. (2023). *ITV*. Retrieved from https://itvua.tv/news/u-derzhavnomu-podatkovomu-universyteti-prodovzhuiut-vidbudovuvaty-poshkodzheni-korpusy/?fbclid=IwAR0glITmBeBN70suAuGVJkak53D6yNG0-fjM08IbuDp4zpgkWUksnzYg92A [in Ukrainian].
29. Khristokin, M., & Zaitseva, I. (2023). Suchasna praktyka zhurnalistskykh rozsliduvan v Ukraini v umovakh viiny [Modern practice of journalistic investigations in Ukraine in wartime conditions. State and regions. Series: social communications]. *Derzhava ta rehiony. Seriia: sotsialni komunikatsii*, 2, 48–55 [in Ukrainian].
30. Arrese, A. (2023).Vive la Différence? Business Journalism in its Global Uniformity and Variety. The Routledge Companion to Business Journalism. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/376348785_Vive_la_Difference_Business_Journalism_in_its_Global_Uniformity_and_Variety [in English].

31. Arrese, A. (2022). «In the Beginning Were the Data»: Economic Journalism as/and Data. *Journalism Studies*, 23, 4. Retrieved from https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2022.2032803 [in English].
32. Dayal, M. (2023). Economic journalism changing scenario. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/376238549_Economic_journalism_changing_scenario [in English].
33. Fisher, C., & Park, S. (2022). Economic and Existential Challenges Facing Journalism. The SAGE Handbook of the Digital Media Economy. *Newcastle upon Tyne*, 212. [in English].
34. Kvasova, L., Kurbatska, L., & Bolovin, N. (2023). Features of image formation of ukrainian companies on international markets. *Green Blue and Digital Economy Journal*, 4 (3), 39–44 [in English].
35. Mata, T. (2023). Introducing Journalism into the History of Economics. *History of Political Economy*. Retrieved from https://read.dukeupress.edu/hope/article-abstract/doi/10.1215/00182702-10874974/381595/Introducing-Journalism-into-the-History-of?redirectedFrom=fulltext [in English].
36. Mata, T. (2019). Radical Economics as Journalism: The Origins of Dollars & Sense. *Review of Radical Political Economics*, 50 (4). Retrieved from https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0486613418782349 [in English].
37. Müller, H. (2023). Good, Bad or Ugly: On the Quality of Economic Journalism. *Challenging Economic Journalism*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/371773801_Good_Bad_or_Ugly_On_the_Quality_of_Economic_Journalism [in English].
38. Solodovnyk, D., Havryliuk, I., Sypchenko, I., Ishchenko, O., & Kyrylenko, O. (2023). Data journalism visualization in Ukraine and in Europe: a comparative analysis. *Amazonia Investiga*, 12 (64), 102–116 [in English].

Стаття надійшла до редакції 28.12.2023.

Received 28.12.2023.

Hyrina T. Ukrainian Economic Journalism as an Informational Component of Attracting Foreign Capital to the Reconstruction of Kyiv Region

The purpose *of the study 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 using the example of Kyiv region.*

Research methodology. *With the use of a sociological survey method by surveying the residents of Irpin, Bucha, Gostomel (Kyiv region), whose property was partially and completely destroyed and looted as a result of the Russian invasion of Ukraine after February 24, 2022, in the period 17– On December 24, 2023, 15 respondents were interviewed using the Google Forms survey administration software. The practically oriented specifics of the research led to the use of a complex methodological apparatus: the method of calculations, qualitative and quantitative analysis, frequency and dispersion analysis, secondary data analysis, abstraction and synthesis.*

The results *of the research were formulated based on the results of the conducted survey. It was established that the media are interested in economic topics systematically (46.2%), when specific material catches their eye (23.1%) or from time to time (15.4%), and the biggest obstacle to the full recovery of the cities of the Kyiv region is considered to be insufficient transparency to the distribution and development of financial resources provided by foreign donors (69.2%). It is noteworthy that the war, which has been going on for two years, is such an argument for only 30.8% of respondents. It is worth restoring property under any conditions (38.5%) and as soon as safety conditions allow (46.2%). The current image of Ukraine in the world is characterized as: «unbreakable, stable, invincible», «corrupt», «far from ideal», «independent», «confused», «diverse», «heroic, brave, desperate nation of warriors of heroes». The general optimism of Ukrainians, represented in the research by 15 respondents of various ages, has no alternative, because 100% are sure that Ukraine will win.*

The novelty *of the research lies in an up-to-date look at the prospects for the reconstruction and renewal of Ukraine and the expectations of the public, in particular those affected by the war in the context of the participation of foreign donors in this process, the role of economic journalism in attracting foreign investments and work on improving the investment image of Ukraine, in particular in the aspect of financial attractiveness for investors confident in the favorable business climate.*

Practical meaning*. The results of the research will lead to a better understanding that every Ukrainian is capable of contributing to reconstruction, a great common cause; foreign partners will be more inclined to help us when they see that Ukrainian businessmen invest in Ukraine, Ukrainians help each other, invest in the country, work for victory.*

Key words: *fight against corruption, economic journalism, journalistic investigations, image of Ukraine, foreign capital, media coverage of the reconstruction of Ukraine, post-war reconstruction.*