

Гудзь А. В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕНТУ, ЯКИЙ ФОРМУЄ ОБРАЗ ВОЇНІВ-ЗАХИСНИКІВ ТА ЗАХИСНИЦЬ УКРАЇНИ

Стаття присвячена дослідженню контенту деяких цивільних та військових медіа на предмет формування образу воїна, у тому числі дослідження деяких аспектів матеріалів про жінок-військовослужбовців. Розглянуто жанрово-тематичні особливості, зв'язок з аудиторією, інші характеристики та конотації матеріалів.

З цією метою вивчаються матеріали в інтернет-медіа протягом осіннього періоду (вересень-листопад 2023 року). Основною тематикою дослідження є вивчення тенденцій згадуваності тематики подій широкомасштабного вторгнення, які впливають на формування образу воїна.

Нині чисельність Збройних Сил України налічує близько 250 тисяч військових, серед них кількість жінок перевищила 62 тисячі. Основною діяльністю є виконання завдань на передових лініях оборони. Важливо зазначити, що виконання завдань на передових позиціях жінками є найбільшою найбільшою саме в новітній історії України. З огляду на запити на інформацію потреба дослідження матеріалів про військовослужбовців та їх образи у суспільстві є важливими в дослідженні та вивченні.

Провідна роль медіа у впливі на громадську думку дозволяє припускати важливість медіа в подальшій інтеграції ветеранів війни, у тому числі, жінок-військовослужбовців, у суспільство та функціонування у ньому.

Одним з елементів дослідження є вивчення спільних та відмінних рис у військових (АрміяInform, Центральна телерадіостудія Міністерства оборони України) та цивільних інтернет-медіа України (Суспільне, 24 канал, Цензор.нет), що формують громадську думку.

Оцінка згадуваності та поширюваності контенту щодо військових, у тому числі, жінок-військовослужбовців дозволяє сформулювати посилення медіа до проблематики гендеру у війську та у суспільстві. Окремим пунктом є дослідження компрометуючих матеріалів стосовно жінок-військовослужбовців, котрі дескредитують образ жінки-військовослужбовця та впливають на імідж Збройних Сил України. Також вивчаються згадуваності подій, трансформованих у новинні матеріали, на предмет діяльності жінок-військовослужбовців.

Ключові слова: військовий, жінка-військовослужбовець, бойові дії, егалітарні засади, образ воїна, громадська думка, військові медіа.

Постановка проблеми. На сучасному етапі України у стані широкомасштабного вторгнення та в юридичному полі режиму воєнного стану образ захисника постає важливим та значущим елементом. Медіа як маркер демократії та оцінки суспільства відіграє провідну роль у донесенні інформації про військових. З 2021 року кількість жінок в українській армії зросла на 40 відсотків, у підрозділах сил безпеки та оборони нині проходять службу близько 43 тисяч жінок-військових. Об'єктивна оцінка та аналіз дозволяють сформулювати базові принципи та ідеї, котрі стосуються українських жінок-військових.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Висвітлення образів військовослужбовиць в українських медіа в період російсько-української війни набуває значення та потрапляє в центр наукових досліджень. Особлива увага приділяється

ролі жінок-військовослужбовців на тлі інтересу до проблематики егалітарних гендерних уявлень у суспільстві. Як метод дослідження використовується якісний контент-аналіз трьох цивільних та двох військових медіа.

Постановка завдання. Метою статті є акцентуація уваги на проблематиці висвітлення тематики військовослужбовця-жінки у цивільних, військових та закордонних медіа та пошук тематичних схожостей та відмінностей у контенті.

Виклад основного матеріалу. Широкомасштабне вторгнення РФ в Україну акумулювало роботу фахівців медіасфери як цивільної, так і військової складової. Висвітлення ходу бойових дій у різних регіонах України демонструють високий запит громадськості на інформацію сектору безпеки та оборони.

Загальними вимогами висвітлення контенту залишаються питання заборони та обмежень, котрі поширюються на усіх фахівців медіа галузі. Основними є питання, висвітлені в Наказі Головнокомандувача Збройних Сил України №73. Серед заборонених питань виділяють:

1. Найменування військових частин (підрозділів) та інших військових об'єктів в районах виконання бойових (спеціальних) завдань, географічні координати місць їх розташування.

2. Чисельність особового складу військових частин (підрозділів).

3. Кількість озброєння та бойової техніки, матеріально-технічних засобів, їх стан та місця зберігання.

4. Описи, зображення та умовні позначки, які ідентифікують або можуть ідентифікувати об'єкти.

5. Інформація щодо операцій (бойових дій), які проводяться або плануються.

6. Інформація щодо системи охорони та оборони військових об'єктів та засобів захисту особового складу, озброєння та військової техніки, які використовуються (крім тих, які видимі або очевидно виражені).

7. Порядок залучення сил та засобів до виконання бойових (спеціальних) завдань.

8. Інформація про збір розвідувальних даних (способи, методи, сили та засоби, що залучаються).

9. Інформація про переміщення та розгортання своїх військ (найменування, кількість, місця, райони, маршрути руху).

10. Інформація про військові частини (підрозділи), форми, методи, тактику їх дій та способи застосування за призначенням.

11. Інформація про проведення унікальних операцій із зазначенням прийомів та способів, що використовувались.

12. Інформація про ефективність сил і засобів радіо-електронної боротьби противника.

13. Інформація про відкладені або скасовані операції.

14. Інформація про зниклий або збитий літак, літальний апарат, зникле судно та пошуково-рятувальні операції, які плануються або проводяться.

15. Інформація про планування та проведення заходів забезпечення безпеки застосування військ (дезінформація, імітація, демонстративні дії, маскування, протидія технічним розвідкам та захист інформації).

16. Відомості про проведені інформаційно-психологічні операції, ті, що проводяться, а також плануються.

17. Інформація, яка має на меті пропаганду або виправдання широкомасштабної збройної агресії Російської Федерації проти України.

Вперше поняття «образ» розглядалося ще античними філософами, які неоднозначно трактували це поняття: одні – як зовнішній вигляд, обриси предмета, інші – як копію об'єкта реального світу. Пізніше, в класичній німецькій філософії, образ визначали як основну форму пізнання, освоєння та відображення дійсності [6]. Таке визначення образу є актуальним і сьогодні. Термін «образ» є дуже багатограним, а тому кожен науковець тлумачить його по-різному. «Образ», за визначенням Глазюк Л.М., це суб'єктивна духовно-психічна реальність, що виникає у внутрішньому світі людини, в акті сприйняття нею будь-якої реальності у процесі контакту із зовнішнім світом – у першу чергу, хоча існують, природно, образи фантазії, уяви, сновидінь, галюцинацій і т.п., що відображають якісь суб'єктивні (внутрішні) реальності [3]. Гальперін І.Р. у своєму визначенні підкреслював роль сприйняття в створенні образів, пояснюючи образ як таке використання мовних засобів, при якому стає можливим чуттєве сприйняття абстрактних понять [2].

Необхідність формування образу українського військового стала важливою темою в інформаційному просторі з початку бойових дій на сході України у 2014 році, коли російські ЗМІ почали активно поширювати фейкові повідомлення з метою підризу довіри до української армії. Регулярно розповсюджувались новини, де розповідалось про злочини українських військових, які не відповідали дійсності. Одним з найефективніших способів протидії спробам російським ЗМІ, які з усіх сил намагались осквернити українську армію, було сформувати образ українського військового, який би заперечував усі негативні меседжі.

Основним запитом працівників медіасфери у процесі продукації контенту залишається міжособистісна комунікація, яка трансформується у різні жанри. Втім, найпопулярнішим залишається інтерв'ю. Спілкування з військовослужбовцями різних рівнів (солдат – сержант – командир взводу/роти/батальйону/бригади, а також посадових осіб всебічного забезпечення діяльності сектору безпеки та оборони) вимагає різних підходів та підготовки.

Окремим аспектом та напрямком комунікації є взаємодія з жінками-військовослужбовцями. З одного боку, українські захисниці стали одним з елементів інтеграції Збройних Сил України до НАТО та продемонстрували готовність сектору безпеки та оборони до змін. З іншого боку, питання

гендерної політики в армії залишається дискусійним навіть після істотного збільшення кількості жінок-захисниць та сумлінне виконання поставлених завдань, деякі з яких пов'язані із випадками поранення, загибелі та перебування в полоні ворога. Відповідно до інформації з відкритих джерел, з 2021 року кількість жінок в українській армії зросла на 40 відсотків. Наразі у складі сектору безпеки та оборони служать близько 43 тисяч жінок-військових.

Медіа як індикатор та продукатор суспільної думки й водночас основне джерело інформації у суспільстві формує образ воїна – українського

захисника та захисниці. Аналіз осінньої (вересень-листопад 2023 року) медіакампанії деяких цивільних та військових медіа дозволяє сформулювати тематичні засади (ключові ідеї), принципи розвитку та базис орієнтації контенту стосовно українських захисників та захисниць.

Для наочності та більш розширеного аналізу результати дослідження, проведеного методом контент-аналізу, подано в таблиці 1, 2, 3, 4. Напрямами дослідження стали тематичні напрямки, жанрові форми та кількісна орієнтація матеріалів, котрі розміщені в українських цивільних та військових медіа.

Таблиця 1

Контент історій про військовослужбовців у цивільних медіа: формування образу воїна

Період	вересень-листопад 2023		
Медіа	Суспільне	24 канал	Цензор.нет
Кількість публікацій	57	87	143
Періодичність	Близько 5 публікацій на день	Близько 8 публікацій щоденно	Близько 10 публікацій щоденно
Тематика (ключові ідеї)	Опис життя військовослужбовців: контент стосовно нагородження, загибелі воїнів, поліпшення матеріально-побутових умов військових та членів їх родин, висвітлення інформації участі у бойових діях представників сектору безпеки та оборони	Дослідження матеріалів про згадуваність війни в Україні в іноземних виданнях, велика увага приділяється новинам. Також великим попитом користуються лайфстори про воїнів, а також історії членів родин військовослужбовців. Контентом видання є також інформація про волонтерів, громадських діячів, які взаємодіють із представниками сектору безпеки та оборони.	Матеріали про воїнів, іноземну допомогу, розслідування критичних елементів сектору безпеки та оборони. Також велика увага прикута до особистих історій військових, які перебувають безпосередньо на лінії зіткнення з ворогом. Переважає текстовий контент.
Жанрові форми	Лайфстори, новинні замітки, репортажі, інтерв'ю	Аналітичні статті, лайфстори, репортажі, інтерв'ю	Аналітичні статті, журналістські розслідування, репортажі, інтерв'ю

Таблиця 2

Контент історій про військовослужбовців у військових медіа: формування образу воїна

Період	вересень-листопад 2023	
Медіа	АрміяInform	ЦТРС МОУ
Кількість публікацій	149	52
Періодичність	Близько 12 публікацій на день	Близько 4 матеріалів на тиждень
Тематика (ключові ідеї)	Рубрики «Герої нескореної України», «Репортажі», «Герої України», «Пантеон Героїв», «Лайфстори» містять контент про героїв сучасності: описані звитяги військовослужбовців, які проходять службу, загинули в ході виконання бойових завдань, перебувають на лікуванні (реабілітації). Також є відео та текстові матеріали з нагородження воїнів державними та недержавними відзнаками, а також контент стосовно повсякденного життя військових у військових частинах (підрозділах).	Відеоконтент стосовно героїв, що несуть службу у підрозділах сектору безпеки та оборони, а також матеріали з урочистих церемоніалів, повсякденної діяльності військ (сил). У наявній рубриці «Я Воїн» описуються історії захисників. Репортажі з передових ліній оборони також містять інформацію про героїв. Зазвичай матеріали передають історії через героїв війни.
Жанрові форми	Репортажі, лайфстори, інтерв'ю	Інтерв'ю, репортажі, лайфстори

Контент історій про жінок-військовослужбовців: характеристика цивільних медіа

Період	вересень-листопад 2023		
Медіа	Суспільне	24 канал	Цензор.нет
Кількість публікацій	9	12	6
Періодичність	Найбільша кількість публікацій у листопаді – 5, а також по дві публікації у вересні та жовтні	Найбільша кількість публікацій присвячена подіям особистого життя снайперки Євгенії Емеральд (7), а також кілька інших експресивних матеріалів.	Публікації в інтернет-виданні присвячені історіям про жінок-військових, котрі виконують завдання на передових лініях оборони, а також вшануванню пам'яті
Тематика (ключові ідеї)	Жінка-професіоналка (історії про бойових медиків, дівчину-вибухотехніка, фахівчинь служби зв'язків з громадськістю, історія загибелі військової-командира взводу, військової-спортсменки). Тематична спрямованість – історії жінок-військовослужбовців, які проходять службу на передових лініях у складі сектору безпеки та оборони.	Велика увага приділяється військовій снайперці Євгенії Емеральд (історії особистого життя, розлучення, проходження детектору брехні). Також є історія про булінг доньки української захисниці Яни Черногуз, а також є матеріал трансгендерної тематики (одруження лесбійок, де однією з партнерок є військова). Також є матеріал, котрий стосується делікатної теми – фотосесія пораненої захисниці Руслани Данилкіної, а також матеріал про Юлію «Тайру», присвячений Іграм Нескорених. Тематична спрямованість – скандальні, експресивні матеріали з елементами скандальних, хайпуючих подій із життя жінок-військових.	Фокус публікацій – на історіях про жінок, котрі виконують завдання у складі сектору безпеки та оборони (історії бойових медиків, медичних інструкторок, військової капеланки, представниці морської піхоти Ярину Черногуз). Також є матеріал про загиблого військовослужбовця, написаний зі слів його дружини.
Жанрові форми	Публіцистичні матеріали, переважно	Дифузія журналістського розслідування та новини. Також є фоторепортаж	Публіцистичні матеріали, лонгріди

Матеріали про жінок-військовослужбовців: характеристика контенту військових медіа

Період	вересень-листопад 2023	
Медіа	Інформаційне агентство	ЦТРС МОУ
Кількість публікацій	14	12
Періодичність	Публікації присвячені життю жінок-військових на передовій, артикуляції їх діяльності у складі сектору безпеки та оборони України, що виходять із нестабільною періодичністю	Відеоматеріали переважно стосуються психологічних аспектів ведення бойових дій та виходять із періодичністю один раз на тиждень
Тематика (ключові ідеї)	Основна увага звертається на бойових медиків, командирів взодів. Також описується бекграунд жінок-військовослужбовців, їх шлях у війську та звертається увага на життя в цивільному зрізі, а також плани на майбутнє та філософське спрямування контенту на життя під час війни.	Пріоритетний напрямок у висвітленні історій жінок-військових є нова рубрика телерадіосотудії – «Психологія війни». Захисниці є експертками, героїнями у ході висвітлення інформації про психологічну стійкість. Також військові є героїнями сюжетів висвітлення бойових дій та залучення до інформування громадськості про функціонування сектору безпеки і оборони.

Таким чином, протягом осіннього періоду 2023 року (вересень-листопад) прослідковується стабільна увага медіа до питань повсякденної діяльності військовослужбовців. Акцентуація уваги на постатях військових, організації їх службової діяльності дозволяє припустити цікавість суспільства до сектору безпеки і оборони.

Образ українського військового є складним та багатограним явищем, що формується внаслідок взаємодії різноманітних факторів, таких як історія, культура, соціально-політичне середовище та інші. Основні складові образу військового включають не лише професійні якості та навички, а й моральні, етичні та культурні цінності, які визначають поведінку та сприйняття українського військового як громадянина та представника своєї професійної групи.

Найбільш поширеним образом, котрий корелюється в медіа залишається образ воїна, захисника України. За визначений термін у медіа відсутні компрометуючі та дискредитуючі матеріали стосовно військовослужбовців.

Важливим елементом образу українського військового є акцентуація уваги медіа на патріотизмі: наріжною ідеєю контенту є відданість чоловіків військовій справі, здатності йти на самопожертву та ризик. Військова честь, доблесть та відданість військовій присязі залишаються ключовими ідеями контенту.

Складовими формування образу воїна нині є увага до цивільного життя: мобілізаційні процеси дозволяють фахівцям медіа формувати бекграунд, котрий розкриває не лише образ військового, але й особистість. Звернення до вподобань, інтересів, особистих цінностей більш багатогранно та комплексно розкривають наших захисників.

Особливості формування матеріалів цивільних та військових медіа відрізняються за деякими складниками: періодичність, охоплення, наповнення. Військові медіа більш масштабно підходять до систематизації уявлення про військових та охоплюють більше складових, які формують образ воїна – захисника України.

Одним з найбільш важливих зовнішніх атрибутів українського військового є форма. Саме завдяки їй завжди можна відокремити військовослужбовця від цивільного населення. Усі елементи військової форми мають схожий вигляд, що робиться для ідентифікації військових, однак кожна країна під час розробки форми також додає власні особливості, які допомагають відрізнити військового своєї країни від країни-противника. Стандартна українська військова форма має піксельний камуфляж та вироблена з тканини олив-

кового кольору, у той час, як, наприклад, форма російських солдатів має темніший відтінок зеленого, що значно допомагає в ідентифікації військових під час бойових дій. Нашивки з українською символікою також є важливою складовою форми військових ЗСУ. Стандартними нашивками є зображення українського прапора, тризубу або ж гербу Збройних Сил України. На початку повномасштабної війни поширення також набули жовті стрічки на плечах військових як атрибути ідентифікації, оскільки це найпростіше, що можна було застосовувати в екстремальних умовах. Важливим елементом ідентифікації, який водночас слугує й одним з головних елементів образу українського військового, є державна мова.

Образ українського військового охоплює риси характеру, які об'єднують більшість людей, які належать до однієї групи, а саме до Збройних Сил України. Будь-який український військовий уявляється патріотом своєї країни, адже готовий встати на захист Батьківщини навіть ризикуючи своїм життям. Українські військові проявляють відданість своїй країні та її народу. Вони пишуться своїм походженням та культурою, борються за захист національних інтересів України, а тому невіддільною складовою образу українського військового є патріотизм.

У ході проведення контент-аналізу матеріалів у цивільних та військових медіа контенту про жінок-військовослужбовців можна дійти наступних висновків: перш за все, попит медіа спільноти до тематики жінок-військовослужбовців залишається високим. Згідно з проведеним контент-аналізом кількість матеріалів кожного місяця залишається однаковою із винятком окремих тематик, котрі потребують особливої уваги.

Наприклад, увага цивільного медіа «24 канал» в осінній період була прикута до історії снайперки-представниці сектору безпеки та оборони Євгенії Емеральд, котрі висвітлювали аспекти приватного життя, які не стосуються професійного військового життя, але відображають життя представниці ЗС України.

Водночас, дане цивільне видання під час продукції контенту про військовослужбовиць-жінок використовує дані про поранених захисниць, етапи реабілітації та звертає увагу на життя жінок під час інтеграції у цивільне середовище.

Велика увага цивільних видань спрямовується на життя українських захисниць, яке подається у формі фото. Фотоконтент як окремий жанр дозволяє розкривати особистості військових-жінок більш багатогранно та з огляд на специфіку виконання звань.

Нині егалітарні засади стають більш демократичними та відкритими в українському суспільстві. Гендерна рівність та проблематика стають менш дискусійними: в українському секторі безпеки та оборони жінки-військові виконують завдання за призначенням у бойових підрозділах на бойових посадах, деякі з них отримують поранень, перебувають у полоні або навіть несуть безповоротні втрати, багатьох висунуто до одержання державних та недержавних нагород. У зв'язку з цим питання гендерної політики стає менш дискусійним серед представників збройних формувань, а також у суспільстві, на формування думки якого впливають в більшості медіа.

Деякі конотації матеріалів про жінок-військовослужбовців дозволяють виокремити складники, які формують образ української жінки-військовослужбовця. Одним з елементів є те, що, незважаючи на зростання інтересу медіа до ролі жінок у захисті державності у часи війни, зберігається тенденція підміни оцінки професійних якостей жінок як військовослужбовців недоречними стереотипами. Конструювання образів військовослужбовиць, що відбувається відповідно до культури гегемонної маскулінності, часто використовуються з метою обмежити роль жінок в армії або відвести їм допоміжні ролі. Таким чином, спостерігається недотримання рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14.05.2021 р. «Про Стратегію людського розвитку» та щодо «Кодексу належної практики для журналістів у сфері гендерних стереотипів і гідності».

Дотримання егалітарних принципів щодо побудови жіночих медіа-образів потребує зміни гендерної політики медіа на рівні національного законодавства, що регулює їх діяльність.

Необхідно проводити тренінги для журналістів з питань врахування гендерної проблематики при висвітленні матеріалу, а також заохочувати медіа у просуванні гендерної рівності. Проте не можна всю відповідальність перекладати лише на медіа. Маргіналізація жінок багато в чому пов'язана з упередженнями та стереотипами, які є глибоко вкоріненими в українському суспільстві. Незважаючи на політику України в наданні рівних можливостей чоловікам і жінкам стосовно всіх аспектів життя суспільства, жінки інколи можуть активно акцентувати свою тілесну жіночість, несвідомо обирати роль «упредметнювання», щоб стати об'єктами «споживання» у медіа.

Висновки. У ході проведеного дослідження встановлено, що образ захисників України активно висвітлюється в медіа. Перш за все, увага

до військових спрямована на формування та підтримку позитивного образу військового у суспільстві. З огляду на проведений контент-аналіз за період вересень-листопад 2023 року у цивільних (Суспільне, 24 канал, Цензор.Нет) та військових (Інформаційне агентство, Центральна телерадіостудія Міністерства оборони України) виданнях акумульовано наступні висновки. Перш за все, медіа як основний інфлюенсер суспільної думки формує імідж представників сектору безпеки та оборони щоденно через візуальний, аудіальний та відео контент. Проаналізовані інтернет-видання дозволяють припускати стабільний інтерес громадськості до текстових матеріалів, про що свідчить висока кількість переглядів та коментарів до матеріалів, а також репости посилань на матеріали у соціальних мережах.

Цікавими аспектами у формуванні образу воїна є відмінність між спрямуванням цивільних та військових джерел інформації: цивільні видання поза активним продукуванням контенту на тематику військово-професійного спрямування приділяють також увагу життю родин військових, деякі з яких можуть містити дискредитуючі елементи.

Не порушуючи основних регламентуючих документів у сфері медіа, цивільні засоби масової інформації вдаються до створення матеріалів компрометуючого та шокуючого спрямування. Наприклад, інформація стосовно української снайперки Євгенії Емеральд, котра мала ситуації стосовно приватного життя, активно висвітлювалися цивільними медіа. Водночас, військові видання як основний іміджмейкер сектору безпеки та оборони уникає подібних питань.

Окремим аспектом є попит медіа у контексті егалітарних засад: питання гендерної рівності активно обговорюються в медіа з 2014 року, увага громадськості активно прикута до цих питань у тому числі. У зв'язку з несанкціонованим вторгненням армії РФ в Україну, кількість жінок у складі сектору безпеки та оборони помітно зросла.

Жінки-військові долучаються не лише до питань забезпечення, але й беруть активну участь у бойових діях у складі бойових підрозділів. Образ жінки-військової вимагає постійної уваги у відслідковуванні, особливо, у контексті геополітичних, економічних та військових змін, що впливають на трансформації протягом збройного конфлікту з боку росії в Україні з 2014 року.

Проведений контент-аналіз деяких видань дозволяє також припускати стабільну зверненість медіа до проблематики військового життя: за осінній період яскравих сплесків чи зменшення уваги не помічено.

Військові засоби масової комунікації, у свою чергу, більшу увагу звертають до контенту з передових ліній оборони, що найбільше впливають на формування образу воїна у цивільних осіб. У зв'язку з цим, велика увага військових кореспондентів прикута до зовнішнього вигляду військових, наповнення відповідей, конотацій ідей та наративів.

Український військовослужбовець також уособлюється з професійністю, оскільки армія

постійно модернізується: використовується озброєння нового типу, військові регулярно проходять навчання закордоном, вводяться стандарти НАТО з підготовки військових й тактик ведення бойових дій. Комплекс дій, спрямованих на удосконалення армії потужно впливає на сприйняття громадськістю образу військового, тому що в громадській думці закріплюється установка про професіоналізм та високий рівень дисципліни Збройних Сил України.

Список літератури:

1. Гальперін І. Р. Текст як об'єкт лінгвістичного дослідження. Київ, 1981. 152–154 с.
2. Глазнюк Л. М. Основні категорії естетики. Київ, 2011. 124 с. URL: <https://textbook.com.ua/etika-ta-estetika/1473446659/s-3>.
3. Битва за Донецький аеропорт. URL: Київ, 2022, 125 с. <https://armyinform.com.ua/2022/01/20/bytva-za-doneczkij-aeroport-hronika-podvygu-czyfry-faktyznachennya-ta-uroky/>.
4. Закон України: Про Збройні Сили України. Київ: Міністерство Юстиції України, 1992. 2 с. URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/154375__597066
5. Наказ Головнокомандувача Збройних Сил України № 73. Київ, 2022. URL: https://www.mil.gov.ua/content/mou_orders/nakaz_73_zi_zminamu.pdf.

Hudz A. V. GENRE AND THEMATIC FEATURES OF THE CONTENT THAT FORMS THE IMAGE OF SOLDIERS-DEFENDERS OF UKRAINE

The article is devoted to the study of the content of some civilian and military media for the purpose of forming the image of a warrior, including the study of some aspects of materials about women in the military. The author analyzes genre and thematic features, connection with the audience, and other characteristics and connotations of the materials.

For this purpose, the materials in the online media during the autumn period (September-November 2023) are studied. The main topic of the research is to study the trends in the mentioning of the events of the large-scale invasion, which affect the formation of the image of a warrior.

Currently, the Armed Forces of Ukraine have about 250 thousand military personnel, including more than 62 thousand women. Their main activity is performing tasks on the front lines of defense. It is important to note that the number of women performing tasks on the front lines is the largest in the modern history of Ukraine. Given the requests for information, the need to study materials about servicewomen and their images in society is important to research and study.

The leading role of the media in influencing public opinion suggests the importance of the media in the further integration of war veterans, including women servicewomen, into society and their functioning in it.

One of the elements of the study is to examine the common and distinctive features of the military (ArmyInform, Central TV and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine) and civilian online media in Ukraine (Suspilne, Channel 24, Censor.net) that shape public opinion.

Assessment of the mention and distribution of content about the military, including women servicewomen, allows us to formulate media references to gender issues in the military and in society. A separate item is the study of compromising materials about women servicewomen that discredit the image of a woman servicewoman and affect the image of the Armed Forces of Ukraine. Also, the references to events transformed into news materials on the subject of the activities of women servicewomen are studied.

Key words: *military, female soldier, combat operations, egalitarian principles, image of a warrior, public opinion, military media.*