

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2020: 48; 67–75 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2020.48.10546>

УДК 070.79:304(477)

СПЕЦИФІКА ВЗАЄМОДІЇ ЖУРНАЛІСТІВ ТА ГРОМАДСЬКОСТІ ПРИ ВИСВІТЛЕННІ ПУБЛІЧНИХ ПОДІЙ СОЦІАЛЬНОЇ ТЕМАТИКИ

Олена Зіненко

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,

пл. Свободи, 6, 61022, Харків, Україна

e-mail: mediatopos@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2368-3970>

В умовах інформаційних війн та посилення процесів дезінформації є потреба у проведенні ревізії специфіки використання наявних інструментів журналістики для повідомлення про явища соціальної дійсності. Публічні події є показовим об'єктом для цього завдання, оскільки їхні ініціатори конструюють публічне висловлювання, щоб привернути увагу публіки та медіа. У статті представлено аналіз специфіки медіареєнзації публічних подій соціальної тематики на прикладі розвитку дискурсу фестивалю правозахисної тематики «ІнклюзіОН» в локальних та національних медіа.

Ключові слова: публічні події, медіа реєнзації, масова комунікація, журналістські стандарти.

1. Актуальність теми. У сучасній Україні в контексті розвитку інформаційного суспільства публічні події привертають увагу до себе не просто як факт соціальної дійсності або стратегічний інструмент масової комунікації, а й як спосіб взаємодії суб'єктів публічної комунікації, який має медійну інтерпретацію. Розвиток індивідуалізованих технологій та соцмереж призводить до того, що публіка стає не тільки свідком, а й ініціатором публічних подій, які стають джерелом інформації про соціальну тематику для ЗМІ. Урізноманітнення агентів медіадіяльності в Україні та підсилення їхнього впливу через активність у публічному просторі, що зумовлене не тільки глобальними факторами, а також має історичне та політичне підґрунтя, – це тенденція, яка ускладнює роботу журналістів і збільшує частку відповідальності у доборі інформації. Треба зазначити, що журналісти часто займають пасивну позицію у пошуку інформації і чекають на спеціальні запрошення.

Важливою **проблемою** сучасної журналістики є те, що сьогодні журналісти перебувають у потрійній залежності: від тих, хто замовляє медіа-контент (політики, власники медіа, організатори комунікаційних кампаній), від усталених фреймів та інструментів подання та сприймання інформації, та від активності публіки як тих споживачів, що готові до публічного висловлювання.

За влучним висловлюванням канадського медіадослідника Денніса Мак-Квейла, «складається враження, що дослідники, розуміючи, що з розвитком цифрових

медіа, масова комунікація вже ніколи не буде односторонньою, що вона, в принципі, за своєю природою є асиметричною та нелінійною, все ще намагаються вимірювати її ефекти згідно з аксіомами класичної медіатеорії, ба більше, з аксіомами ідеалістичних концепцій вивчення об'єктів культури»¹. В умовах інформаційних війн та посилення процесів дезінформації є потреба ревізувати специфіку використання наявних інструментів журналістики для удосконалення їх та розробки сучасних підходів до висвітлення об'єктів дійсності й інтерпретації кореляцій взаємодії між агентами медіа, влади та громадянського суспільства.

Метою цього дослідження є визначення специфіки репрезентації публічних подій соціальної тематики в медіа на прикладі локального фестивалю правозахисної тематики «ІнклюзіОН».

2. Теоретичне підґрунтя. Український дослідник медіа Георгій Почепцов, аналізуючи специфіку сучасного медіапростору крізь призму концепції інформаційних війн, зазначає, що «вхід у чужий інформаційний простір може відбуватися через такі варіанти комунікації: а) подію, б) повідомлення, в) подію + повідомлення, г) подію, яка дорівнює повідомленню (як у випадку тероризму, коли сама подія сильніша за будь-яке повідомлення про неї)»². Хоча цей процес дослідник розглядає в контексті концепції інформаційних війн, у ситуації повсякденного спілкування проблема «входу у чужий простір» є не менш актуальною, зокрема для голосів дискримінованих груп, які не мають доступу до медіаресурсів більшості. У вищенаведеній тезі вчений протиставляє подію та повідомлення, під першим розуміє факт дійсності, а під другим – висловлення щодо цього факту дійсності в медіареальності. Публічна подія є творчим продуктом, який провокує створення нових творчих продуктів – медійних інтерпретацій. У випадку із публічними подіями ми маємо справу із сконструйованою дійсністю, оскільки публічна подія сама по собі є сконструйованим повідомленням, яке має форму публічного висловлювання, а повідомлення про неї у ЗМІ є висловлюванням про це висловлювання. Так чи так, в ситуації із публічною подією йдеться про моделювання подієвої дійсності як висловлювання в публічному просторі, яка має справити враження унікальної, що приверне увагу публіки та медіа.

Так, публічні події у своїй суті для медіа є псевдоподіями. Термін «псевдоподія» запровадив в обіг американський дослідник Деніел Бурстін, описуючи рекламні презентації, які були спеціально організовані для привернення уваги журналістів до об'єкту реклами³. Аналізуючи феномен фабрики виробництва новин, британський медіадослідник Нік Дейвіс вказує на шкоду такого явища, як «прес-релізм», який є синдромом надто високої довіри ЗМІ до джерел, які видають прес-реліз та демонструють журналістів у роботі із справжніми джерелами у розслідуванні мотивів та подій⁴. І якщо мас-медіа втрачають зв'язок із справжніми джерелами інформації, які не є у швидкому доступі, а перевірка інформації потребує часу для з'ясування деталей, поза межами уваги залишаються такі явища та процеси, які є визначальними для розуміння динаміки змін у соціальній дійсності.

¹ Мак-Квейл, Д. (2010), *«Теорія масової комунікації»*. Літопис, Львів, с. 84-86.

² Почепцов, Г. (2017), *«Від покемонів до гібридних війн : нові комунікативні технології XXI століття»*, Видавничий дім «Киево-Могилянська академія», Київ, с. 233.

³ Boorstin, D. J. (1992), *«The Image : A Guide to Pseudo-Events in America»*, Vintage, New York, p. 10.

⁴ Дейвіс, Н. (2011), *«Новини пласкої Землі»*, Темпора, Київ, с. 223-228.

3. Методологічна основа дослідження. Публічні події є показовим об'єктом для пошуків рішень у розв'язанні цього питання. Розшифровуючи, як українські ЗМІ повідомляють про культуру, Зіненко О. Д. в статті «Декодування культурних фреймів: як журналісти повідомляють про публічні події» зазначає, що є «два рівні, на яких журналісти оперують фактами культурної реальності: рівень репрезентації публічної події на основі власних знань, порядку денного або існуючих культурних рамок, та рівень репрезентації публічної події, заснований на спостереженні реакції публіки в контексті ситуації тут і зараз»⁵. На це розуміння ми будемо спиратися у дослідженні. Для декодування значень результатів діяльності агентів комунікаційного поля ми використовуємо онтологічний аналіз, а також методи дескриптивного, структурно-семантичного та компаративного аналізу. Спостереження проводились у період з 2016 по 2019 рік в рамках експерименту із відкриття медіадискурсу висвітлення прав людини в локальних та національних медіа за допомогою організованої публічної події фестивалю «ІнклюзіОН». Авторка статті входить до команди організаторів фестивалю протягом зазначеного періоду, тож має доступ до матеріалів творення цієї події, та постійно бере участь у рефлексії щодо досягнутих результатів.

4. Виклад основного матеріалу дослідження. Фестиваль «ІнклюзіОН» реалізується на замовлення ХОФ «Громадська Альтернатива», місія якої – поширення інформації та розвиток культури прав людини. До 2016 року фестиваль не мав попередньої історії. Місце дії фестивалю визначено широко – це місто Харків. Провідною темою фестивалю стала тема інклюзії, яка корелює із видами діяльності, місією та завданнями діяльності вищеозначеної громадської організації: права людини, недискримінація. Метою проєкту було поширення інформації про поняття інклюзії, як включення у суспільство людей з так званих вразливих груп, як зазначено у Конвенції ООН з прав осіб з інвалідністю, яку Україна ратифікувала у 2009 році, а також відкриття ініціатив, діяльність яких відповідає розумінню концепції інклюзії⁶. Тема інклюзії, яку мали на меті представити громадськості ініціатори, не була «розкритичною» в медіа на той час, її порушували у 2016 році, а слова «інклюзія», «інклюзивність» широкий загал сприймав як неологізм. Важливою умовою, яку поставили ініціатори перед розробниками заходів, була участь людей з інвалідністю не тільки як спостерігачів, а й як активних учасників та ініціаторів певних дій в рамках публічної події. Основними цільовими аудиторіями проєкту були визначені: 1) люди з інвалідністю та сімейна аудиторія, 2) представники влади, 3) громадські активісти та організації, культурні діячі. Додатковою цільовою аудиторією були журналісти.

Перший фестиваль відбувався з 23 по 30 вересня 2016 року. Ключове повідомлення: «ІнклюзіОН: Вмикай свою уважність до людей». Заходами фестивалю були: прес-конференція, круглий стіл, лекції у вишах, тематичний майданчик інклюзивних ініціатив для дітей «Архіпростір» в рамках фестивалю «Наукові пікніки» та квест для молоді. Події фестивалю було висвітлено у 4 матеріалах національних та у 14 матеріалах локальних ЗМІ. Найбільше зацікавилися в медіа дискусією в рамках

⁵ Zinenko, O. (2019), "Decoding Cultural Frames: How Ukrainian Mass Media Report about Cultural Public Events", *Intercultural Communication*, № 1(6), p. 215-227.

⁶ Верховна Рада України (2016), «Конвенція про права осіб з інвалідністю». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_g71 (останній перегляд 07 грудня 2019). Про це ж: UN (2007), «Convention on the rights of persons with disabilities». URL: https://treaties.un.org/doc/Publication/CTC/Ch_IV_15.pdf (accessed 07 December 2019)

круглого столу, яка стосувалася проблем інклюзії та була спеціально змодельованою зустріччю представників трьох сторін: громадськості (представників спільнот людей з інвалідністю), влади (департаменти соцзахисту міської та обласної адміністрації) та медіа. Ця зустріч показала наявність комунікаційного розриву в спілкуванні отримувачів та надавачів послуг соцслужб. Під час обговорення з'ясувалося, що представників організацій людей з інвалідністю не було запрошено на наради щодо вдосконалення цих послуг⁷. Дискусія викликала резонанс в медіа, журналісти почали ініціювати перевірки доступності публічного простору для людей з інвалідністю в Харкові, знімали сюжети за їхньої участі. Але спеціально журналісти не занурювались в тему, не шукали додаткової інформації, вони здебільшого рапортували про те, що бачили або копіювали інформацію, яку надавали організатори в прес-релізах. Це є свідомим формальним підходом до журналістської роботи, що призводить до створення інформаційного шуму і нівелювання теми, тож дуже прикро, що такі репортажі з'являються у виданнях з довгою історією, які вважаються професійними.

Другий фестиваль відбувся 11-16 вересня 2017 року, і цього разу організатори обрали інший фокус, поширюючи тезу, що подолання бар'єрів в інклюзивному спілкуванні має бути частиною культури спілкування. Ключове повідомлення фестивалю 2017 року було: «ІнклюзіОН: Вмикай культуру». Організатори зробили ставку на лідерів думок і на ініціативи, які відкриті для всіх, вирішили сфокусуватися на формуванні відношення до теми інклюзії як частини культури та залучити нову аудиторію: представників бюджетних установ та активістів, які працюють у сфері культури. Перед запуском фестивалю організатори, за підтримки моніторингової служби «Соціолоджист», провели моніторинг-опитування з метою з'ясувати, чи відвідують люди взагалі заклади культури, які та що їх приваблює або відштовхує у цих закладах, і презентували його на початку фестивалю⁸. Всього було залучено до опитування 536 респондентів. Вибірка була не репрезентативною і мала на меті підтвердити гіпотезу експертів, що для людей важливі комфортні умови відвідування культурних закладів. Організатори проаналізували отримані результати і дійшли висновків, що варто запропонувати музеям рішення, які б допомогли відвідувачам отримувати від культпоходів більше задоволення та радості. Почати вирішили із інформаційного та технологічного підсилення: зібрати кошти на проведення нормального Інтернету, встановити потужні WiFi роутери в музеях, підготувати аудіогіди, підсилити інформування. Вищеозначені факти: дані моніторингу та намір проводити краудфандінгову кампанію стали інфоприводами для ЗМІ.

Третій фестиваль «ІнклюзіОН» тривав з 12 по 19 вересня 2018 року. Метою його була презентація інклюзивного інструменту, а саме: аудіогідів в Харківському художньому музеї та залучення нових аудиторій з тезою про широке розуміння інклюзії. Організатори запропонували нове поле для громадської рефлексії: інклюзія в туризмі. Новим партнером фестивалю стає департамент культури і туризму ХОДА. Результатом, окрім запуску аудіогідів, стає відкриття інклюзивного туристичного маршруту. На фестивалі 2018 Харківський художній музей став провідною лока-

⁷ Охович, С. (2016), «Доступність має бути для людей, а не «для галочки» – фестиваль Інклюзіон у Харкові». URL: <https://www.prostir.ua/?news=dostupnist-maje-buty-dlya-lyudej-a-ne-dlya-halochky-festyval-inklyuzion-u-harkovi> (останній перегляд 07 грудня 2019).

⁸ Sociologist. (2017), «Музеї Харкова і харківської області». Звіт за результатами соціологічного дослідження, Харків.

цією фестивалю, в якій презентували аудіогіди, а дійовими особами стали люди з порушенням зору, які тестували аудіогіди і ділилися враженнями від споглядання арт-об'єктів за їхньої допомоги. Презентація аудіогідів стала сенсацією фестивалю. Саме про те, що картини можуть тепер побачити люди з вадами зору, публікують матеріали не просто національні канали, а й національна інформаційна агенція «Укрінформ»⁹. Деякі зсуви у висвітленні подій стають помітними: в більшості публікацій опис процесу користування аудіогідами є цілком самостійним, журналісти ставлять оригінальні питання та беруть інтерв'ю не тільки в організаторів. Однак, треба зазначити, що здебільшого під час перших трьох фестивалів журналісти не відігравали роль суб'єктів творчої діяльності, вони йшли за інформацією, яку їм надали організатори фестивалю, не доповнюючи її, не заглиблюючись, не розвивали тему. Тож одним із завдань інформаційної кампанії четвертого фестивалю «ІнклюзіОН» у 2019 році було інформування про інклюзію як про широке поняття, яке стосується створення універсальних публічних просторів взаємодії, в яких є можливості спілкування з розумінням бар'єрів та повагою до людини і розмаїттям її потреб. Він мав слоган: «ІнклюзіОН 2019: дозвілля дозволене». У четвертому фестивалі були запропоновані три тези для обговорення: інноваційна, просвітницька та тема дозвілля; було поінформовано про 21 культурний захід за участі людей з інвалідністю у ролі не тільки відвідувачів, а й кураторів, представлено 9 аудіогідів для трьох музеїв: Харківського художнього музею, Пархомівського художнього музею та Національного літературно-меморіального музею Г. С. Сковороди. Безумовно, презентація нових аудіогідів спричинила резонанс у ЗМІ. Але, коли план заходів фестивалю надіслали у ЗМІ, журналісти та редакції активніше реагували на флешмоб з жестової мови. Флешмоб сконструювали організатори за усіма принципами створення новини. Перше: учасниками були люди, які розмовляють жестовою мовою – це вже гарна «картинка», як кажуть медійники. Друге: у флешмобі погодились взяти участь польські експерти, один з яких є нечуючою людиною і теж розмовляє жестовою мовою. Третє: модератор флешмобу Олександр Мурашко, студент педагогічного університету, який є слабчуючою людиною, запропонував заспівати пісню популярного харківського співака Олександра Кварти. Четверте: самого співака також запросили на флешмоб, і він прийшов. Тож з 12 критеріїв Йохана Гальтунга та Марі Руж, на які посилаються автори підручника «Новинна грамотність»¹⁰, в цій події маємо принаймні п'ять: помітність, однозначність, подив, варіація, зв'язок з елітними особами. Але це ще не все: організатори підстрахувались тим, що нагадали в прес-анонсі, що саме в ці дні відзначають Всесвітній день глухих (29 вересня, а флешмоб відбувся 25 вересня). Розрахунки були правильними, і сюжети про флешмоб вийшли на 15 телеканалах, в тому числі – на 7 національних¹¹. Один із сюжетів мав також типовий для інтер-

⁹ Укрінформ (2018), «ІнклюзіОН: у Харкові представили аудіогіди, розраховані на незрячих», 14 вересня. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/2538429-inkluzion-u-harkovi-predstavili-audiogidi-rozrahovani-na-nezracih.html> (останній перегляд 07 грудня 2019)

¹⁰ Дуцик, Д., Тарадай, Д. (2017), «Новинна грамотність. Онлайн-курс». *Detector. Media. Відеотека*. URL: <https://video.detector.media/special-projects/novynna-gramotnist-i22> (останній перегляд 07 грудня 2019).

¹¹ Укрінформ (2019), «Почути не можна побачити: у Харкові провели флешмоб до Міжнародного дня нечуючих», 25 вересня. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/2787421-pocuti-ne-mozna-pobaciti-u-harkovi-proveli-flesmob-do-miznarodnogo-dna-glutih.html>

нет-сенсації коментар: «зворушливе відео»¹². Треба зазначити, що цього року серед журналістських матеріалів було більше унікальних, в них знаходимо більше інтерпретацій, міркувань на тему інклюзії, ніж передруків та повторень.

5. Результати і перспективи подальшого обговорення. Аналізуючи історію фестивалю, якому вже чотири роки, можна сказати, що «ІнклюзіОН» пройшов шлях в медіа від скандалу із негативним обговоренням недосконалих рішень місцевої влади на підтримку інклюзії до позитивної сенсації як прикладу реалізації можливостей взаємодії громади, спільнот людей з інвалідністю та культурних інституцій. Цей експеримент має потенціал розробки інструментів діалогу журналістів та громадськості через спільну рефлексію щодо пошуку вирішення соціально важливих проблем. Таким чином, публічні події стають не тільки можливістю громадськості висловити свою думку, а й джерелом інформації для ЗМІ щодо заявленої тематики. Досвід показує, що в роботі із складною темою, якою є тема інклюзії, може бути плідною для ЗМІ співпраця з експертними групами громадськості стосовно обробки інформації, надання важливих тез, які допомагають розібратися в матеріалі. Варто зазначити, що важливу роль відіграє підготовка організаторів до події і надання не тільки текстових матеріалів, а й створення умов для журналістської творчості. Хоча це не означає, що журналісти мають сліпо слідувати наданій інформації і обмежувати поле своєї творчої діяльності, оскільки конструювання публічної події залежить від ініціаторів. Саме цей кейс показує, що специфіка репрезентації теми інклюзії спирається на усталені стереотипи висвітлення подій.

6. Висновок. Створення комфортних умов для отримання інформації може легко стати пасткою для журналістів, оскільки ініціатори публічних подій не завжди пропонують висловлювання, релевантні до проблем соціальної дійсності. Тож важливим для журналістів в ситуації урізноманітнення агентів медіадіяльності є перевірка не тільки фактів, а й джерел інформації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Верховна Рада України (2016), «Конвенція про права осіб з інвалідністю». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_g71 (останній перегляд 07 грудня 2019).
2. Громадська альтернатива (2005), «Громадська альтернатива». Фейсбук сторінка організації. URL: <https://www.facebook.com/PublicAlternative/> (останній перегляд 07 грудня 2019).
3. Дейвіс, Н. (2011), «Новини пласкої Землі». Темпора, Київ, 546 с.
4. Дуцик, Д. Тарадай, Д. (2017), «Новинна грамотність. Онлайн-курс», *Detector. Media. Відеотека*. URL: <https://video.detector.media/special-projects/novynna-gramotnist-i22> (останній перегляд 07 грудня 2019).
5. ІнклюзіОН (2016), «Інклюзіон Фест». Фейсбук сторінка спільноти. URL: <https://www.facebook.com/Inclusion.Fest.Kharkiv/> (останній перегляд 07 грудня 2019).
6. Мак-Квейл, Д. (2010), «Теорія масової комунікації». Літопис, Львів, 583 с. 84-86.
7. Охович, С. (2016), «Доступність має бути для людей, а не «для галочки» – фестиваль Інклюзіон у Харкові». URL: <https://www.prostir.ua/?news=dostupnist-maje-buty->

¹² UAZMI (2019), «У Харкові студенти заспівали мовою жестів. Зворушливе відео», 26 жовтня. URL: <https://uazmi.org/news/post/gPWDUCixUY2D0cUHcP9fTc>

- [dlya-lyudej-a-ne-dlya-halochky-festyval-inklyuzion-u-harkovi](#) (останній перегляд 07 грудня 2019).
8. Почепцов, Г. (2017), «Від покемонів до гібридних війн : нові комунікативні технології XXI століття», Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», Київ, 260 с.
 9. Справжня вартя (2018), «Харківські активісти зібрали для музею 25 тисяч гривень на систему аудіогідів», 26 травня. URL: <https://varta.kharkov.ua/news/city/1199850> (останній перегляд 07 грудня 2019).
 10. Укрінформ (2018), «ІнклюзіОН: у Харкові представили аудіогіди, розраховані на незрячих», 14 вересня. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/2538429-inklyuzion-u-harkovi-predstavili-audiogidi-rozrahovani-na-nezracih.html> (останній перегляд 07 грудня 2019).
 11. Укрінформ (2019), «Почути не можна побачити: у Харкові провели флешмоб до Міжнародного дня нечуючих», 25 вересня. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/2787421-pocuti-ne-mozna-pobaciti-u-harkovi-proveli-flesmob-do-miznarod-nogo-dna-gluhih.html>
 12. Boorstin, D. J. (1992), “*The Image : A Guide to Pseudo-Events in America*”, Vintage, New York, 336 p.
 13. Sociologist (2017), «Музеї Харкова і Харківської області». Звіт за результатами соціологічного дослідження, Харків.
 14. Today (2017), «ІнклюзиОН 2017 пройде на базі двох харківських музеїв», 22 травня. URL: <https://2day.kh.ua/inklyuzion-2017-projdet-na-baze-dvuh-harkovskih-muzeev> (останній перегляд 07 грудня 2019).
 15. UAZMI (2019), «У Харкові студенти заспівали мовою жестів. Зворушливе відео», 26 жовтня. URL: <https://uazmi.org/news/post/gPWDUCixUY2D0cUHcP9fTc> (останній перегляд 07 грудня 2019).
 16. UN (2007), «*Convention on the rights of persons with disabilities*». URL: https://treaties.un.org/doc/Publication/CTC/Ch_IV_15.pdf (accessed 07 December 2019).
 17. Zinenko, O. (2019), Decoding Cultural Frames: How Ukrainian Mass Media Report about Cultural Public Events, *Intercultural Communication*, 1(6), p. 215-227.

REFERENCES

1. Boorstin, D. J. (1992), “*The Image : A Guide to Pseudo-Events in America*”, Vintage, New York, 336 p.
2. Davis, N. (2011), “*Flat Earth News*”, Tempora, Kyiv, 546 с.
3. Dutsyk, D., Taradai, D. (2017), “Novynna hramotnist. Online-course”, *Detector. Media. Videoteka*. URL: <https://video.detector.media/special-projects/novynna-gramotnist-i22> (останній перегляд 07 грудня 2019)
4. Hromadska alternatyva (2005), “Public Alternative”, *Organization Facebook page*. URL: <https://www.facebook.com/PublicAlternative/> (останній перегляд 07 грудня 2019).
5. InkliuziON (2016), “*Inkliuzion Fest*”, Community Facebook page. URL: <https://www.facebook.com/Inclusion.Fest.Kharkiv/> (останній перегляд 07 грудня 2019)
6. MacQuail, D. (2010), “*Mass Communication Theory*”, Litopys, Lviv, 583 с. 84-86.
7. Okhovych, S. (2016), «*Dostupnist maie buty dlia liudei, a ne «dlia halochky» – festyval Inkliuzion u Kharkovi*». URL: <https://www.prostir.ua/?news=dostupnist-maje-buty>

- [dlya-lyudej-a-ne-dlya-halochky-festyval-inklyuzion-u-harkovi](#) (останній перегляд 07 грудня 2019).
8. Pochepstov, H. (2017), *“Vid pokemoniv do hibrydnykh viin : novi komunikatyvni tekhnologii KhKhI stolittia”*, Vydavnychi dim “Kyievo-Mohylianska akademiia”, Kyiv, 260 s.
 9. Spravzhnia varta (2018), *“Kharkivski aktyvisty zibraly dlia muzeiu 25 tysiach hryven na systemu audiohidiv”*, 26 may. URL: <https://varta.kharkov.ua/news/city/1199850> (останній перегляд 07 грудня 2019).
 10. Sociologist (2017), *“Muzei Kharkova i Kharkivskoi oblasti”*, Zvit za rezultatamy sotsiolohichnoho doslidzhennia, Kharkiv.
 11. Today (2017), *“YnkliuzuON 2017 proidet na baze dvukh kharkovskyykh muzeev”*, 22 May. URL: <https://2day.kh.ua/inklyuzion-2017-projdet-na-baze-dvuh-harkovskih-muzeev> (останній перегляд 07 грудня 2019).
 12. UAZMI (2019), *“U Kharkovi studenty zaspivaly movoiu zhestiv. Zvorushlyve video”*, 26 October. URL: <https://uazmi.org/news/post/gPWDUCixUY2D0cUHcP9fTc> (останній перегляд 07 грудня 2019).
 13. Ukrinform (2018), *“InkliuziON: u Kharkovi predstavly audiohidy, rozrakhovani na nezriachykh”*. 14 September. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/2538429-inkluzion-u-harkovi-predstavili-audiogidi-rozrahovani-na-nezracih.html> (останній перегляд 07 грудня 2019).
 14. Ukrinform (2019), *“Pochuty ne mozna pobachyty: u Kharkovi provely fleshmob do Mizhnarodnoho dnia nechuiuchykh”*, 25 September. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/2787421-pocuti-ne-mozna-pobaciti-u-harkovi-proveli-flesmob-do-mi-znarodnogo-dna-gluhih.html>
 15. UN (2007), *“Convention on the rights of persons with disabilities”*. URL: https://treaties.un.org/doc/Publication/CTC/Ch_IV_15.pdf (accessed 07 December 2019).
 16. Verkhovna Rada Ukrainy (2016), *“Konventsiiia pro prava osib z invalidnistiu”*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_g71 (останній перегляд 07 грудня 2019).
 17. Zinenko, O. (2019), *“Decoding Cultural Frames: How Ukrainian Mass Media Report about Cultural Public Events”*, *Intercultural Communication*, 1(6), p. 215-227.

THE SPECIFICITY OF INTERACTION OF JOURNALISTS WITH THE PUBLIC IN COVERAGE OF PUBLIC EVENTS ON SOCIAL TOPICS

Olena Zinenko

*V. N. Karazin's Kharkiv National University,
Svobody sq, 6, 61022, Kharkiv, Ukraine
e-mail: mediatopos@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-2368-3970>*

In the face of information wars and increased processes of misinformation, researchers are standing in front of the need to revise the specificity of using existing tools of journalism work to report on social phenomena. Main objectives of the is the specifics of the representation of public events in the media. In the analysis, the author draws on the concept of responsible journalism by Dennis McQuail, appeals to the concept of information wars by Georgy Pocheptsov, examines the phenomenon of public events in the context of the requirements of journalistic ethics and professional standards of the industry.

In the article, the findings of a four-year experiment to monitor the development of human rights discourse in local and national media as a reaction to the events of the 2016-2019 Inclusive Festival presented. The case of «InclusiON» shows that journalists submit information based on commonly accepted techniques. This gives the organizers the opportunity to manage a journalist's creative reflection and to prepare information for them in advance. This example shows that public events are not only an opportunity for the public to express their opinion but also a source of information for the media on the stated topic.

The author concluded that collaboration with the public in the processing of information, providing important theses that help to understand the material can be fruitful for the media. Although this does not mean that journalists should blindly follow the information provided and limit the scope of their creative activity since the construction of the public event expression depends on the initiators.

Key words: public events, media representations, mass communication, journalistic standards.