

АНАЛІТИЧНИЙ ЦЕНТР СУЧАСНОЇ ГУМАНІТАРИСТИКИ

УКРАЇНА В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ: ВИКЛИКИ ТА ВІДПОВІДІ

Монографія

Харків
«Право»
2024

DOI: <https://doi.org/10.31359/9786178518240>
УДК 14+32+33+34+316
У45

Авторський колектив:

І. В. Букреєва, кандидатка філософських наук, доцентка; *І. Г. Верховцева*, докторка історичних наук, доцентка; *В. В. Гулай*, доктор політичних наук, професор; *Н. І. Зражевська*, докторка наук із соціальних комунікацій, професорка; *Н. А. Іваницька*, кандидатка педагогічних наук; *В. В. Книш*, доктор юридичних наук, доцент; *М. А. Козловець*, доктор філософських наук, професор; *Я. В. Лісун*, кандидатка економічних наук, доцентка; *М. О. Семікін*, кандидат філософських наук, доцент; *М. П. Требін*, доктор філософських наук, професор

Рецензенти:

Г. М. Куц – докторка політичних наук, професорка (Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди);

В. І. Палагута – доктор філософських наук, професор (Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»);

І. В. Процюк – доктор юридичних наук, професор (Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого)

*Рекомендовано до видання вченою радою
ГО «Аналітичний центр сучасної гуманітаристики»
(протокол №4 від 10 серпня 2024 р.)*

Україна в умовах російської агресії: виклики та відповіді : моно-У45 графія / [І. В. Букреєва, І. Г. Верховцева, В. В. Гулай та ін.] ; Аналіт. центр сучас. гуманітаристики. – Харків : Право, 2024. – 186 с. – DOI: <https://doi.org/9786178518240>.

ISBN 978-617-8518-24-0

Колективну монографію присвячено дослідженню теоретичних, методологічних і практичних аспектів функціонування української держави та громадянського суспільства в умовах російсько-української війни, аналізу феномену війни та її впливу на життєдіяльність суспільства в усіх сферах його буття: економіці, політиці, культурі, освіті тощо. Особливу увагу приділено людині як головному суб'єкту перемоги, її внутрішньому світу, цілям, бажанням і прагненням у ці складні часи. Пропонуються шляхи подолання деструктивних наслідків війни для суспільства й людини, надаються практичні поради щодо розбудови української державності та громадянського суспільства.

УДК 14+32+33+34+316

© Букреєва І. В., Верховцева І. Г.,
Гулай В. В. та ін., 2024

© ГО «Аналітичний центр сучасної
гуманітаристики», 2024

ISBN 978-617-8518-24-0

Зміст

Розділ 1

Війна та людина: нові виклики – нові відповіді

1.1. Вплив російсько-української війни на зміну категоріально-понятійного апарату міжнародного гуманітарного права та його інституцій (<i>Книш В. В.</i>)	5
Список використаних джерел	15
1.2. Феномен війни: соціально-філософський аналіз (<i>Требін М. П.</i>)	16
Список використаних джерел	56
1.3. Російська геноцидна політика на тимчасово окупованій Мелітопольщині (<i>Букрєєва І. В., Семікін М. О.</i>)	63
Список використаних джерел	74

Розділ 2

Інформаційна складова збройної агресії з боку Росії

2.1. Фейки російської інформаційної війни проти України: деконструюючи «історичну Росію» та «руський мир» (<i>Верховцева І. Г.</i>)	76
Список використаних джерел	91
2.2. Медіаспоживання в Україні під час війни (<i>Зражевська Н. І.</i>)	94
Список використаних джерел	107
2.3. «Польський антивоєнний рух» та «Безпечна Польща» як нові агенти антиукраїнського впливу Російської Федерації у Польщі: інформаційний та політико-правовий контексти (<i>Гулай В. В.</i>)	109
Список використаних джерел	119

Розділ 3

Функціонування освіти та соціально-гуманітарної сфери України під час війни

3.1. Професійна онлайн-взаємодія вчителів початкової та базової школи в умовах воєнного стану в Україні (<i>Іваницька Н. А.</i>)	122
Список використаних джерел	134

2.2. Медіаспоживання в Україні під час війни

Зражевська Ніна Іванівна

докторка наук із соціальних комунікацій, професорка,
професорка кафедри міжнародної журналістики
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Проблема медіаспоживання в Україні під час війни полягає в тому, що війна створює надзвичайно складну та напружену ситуацію, яка суттєво впливає на спосіб, яким люди сприймають і використовують медіа. Війна часто спричиняє появу великої кількості дезінформації та пропаганди, а медіа можуть бути використані для маніпулювання громадською думкою та створення відчуття хаосу і паніки, також воєнні конфлікти призводять до стресу та тривоги серед населення. Медіа мають потужний вплив на формування поглядів та переконань людей, під час війни цей вплив може бути особливо сильним, оскільки люди шукають інформацію та підтримку в медіа, щоб зрозуміти ситуацію та знайти способи подолання кризи. З появою соціальних мереж та інтернет-платформ виникає ще більше можливостей для поширення дезінформації та фейкових новин. У режимі воєнного стану або кризових ситуаціях уряд може обмежувати свободу слова та контролювати інформаційне поле, а це ставить під загрозу незалежність медіа та може призвести до цензури та обмежень доступу до об'єктивної інформації. Моніторинг медіаспоживання під час війни важливий для аналізу думок населення про те, як вони використовують медіа, як сприймають обмеження в користуванні медіа, хто відповідальний за фейки та дезінформацію, які джерела викликають довіру.

Ставимо за мету – прослідкувати зміну медіаспоживання в Україні під час війни і показати динаміку змін стосовно основних пріоритетів та запитів аудиторії.

У дослідженні використані методи аналізу та систематизації соціологічних даних різних джерел. Для узагальнення кількісних і якісних змін була використана методологія змішаного методу досліджен-

ня, такі як порівняльні методи з використанням даних аналітичних звітів міжнародних та вітчизняних організацій за період з 2021 по 2024 роки. Дослідження споживання медіа та висновки були опісані за 2021–2024 роки разом з іншими критеріями, щоб зрозуміти взаємозв'язок і кореляцію змін у медіаландшафті.

Медіаспоживання – складне явище і складна для дослідження категорія, оскільки є залежною від методики, сегментів вибірки тем дослідження і особливості медіа запитів аудиторії. Зазвичай останні опитування в Україні включають велику кількість питань, серед яких важливе місце займає проблематика медіаспоживання в умовах війни. Ми зосереджуємо увагу на огляді та аналізі різноманітних опитувань, що дозволяють оцінити, як війна в Україні змінила пріоритети в медіаспоживанні.

В умовах війни в Україні динаміка медіаспоживання досліджується Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з соціологічною службою Центру Разумкова, Інститутом масової інформації, громадською організацією «Детектор медіа», громадською організацією «Опора», щорічним опитуванням USAID/Internews та дослідницькою компанією Gradus Research Gradus Research. У проаналізованих дослідженнях ми акцентували увагу на проблемах медіаспоживання в контексті війни за період 2021–2024 рр. Нами були виділені тематичні напрямки: соціальна відповідальність медіа під час війни, пріоритет джерел під час війни (довіра до медіа), українські лідери думок, ставлення українців до новин, вміння розпізнавати дезінформацію аудиторією. Усі дослідження вказують на те, що інформаційні інтернет-ресурси та національні ТБ-канали відходять на другий план: лише третина опитаних громадян споживає новини із цих джерел інформації¹.

Динаміка більшості опитувань показує, що традиційні медіа поступово втрачають, а соціальні мережі та месенджери – збільшують аудиторію.

¹ Див.: Де українці читають новини: зміни у медіаспоживанні. *Gradus Research Company*. URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/gradus-research-changes-in-media-consumption-ua/>

У січні 2023 р. в Україні було 29,64 мільйона користувачів Інтернету. На початок 2024 року рівень проникнення Інтернету в Україні становив 79,2 відсотка від загальної кількості населення. Аналіз Kerios показує, що кількість користувачів Інтернету в Україні зросла на 1,1 мільйона (+3,7 відсотка) між січнем 2023 року та січнем 2024 року. Для перспективи ці дані користувачів показують, що 7,78 мільйона людей в Україні не користувалися Інтернетом на початку 2024 року, тобто 20,8 відсотка населення залишалися офлайн на початку року¹.

Соціальні мережі зараз є найбільш популярним медійним джерелом для українських респондентів. Найбільшою популярністю користуються Telegram (47% звернень), Youtube (32%) і Facebook (10%). Ці три соціальні мережі покривають 89% всіх звернень до соціальних медіа, а використання усіх інших є значно менш поширеним. Не дивлячись, що більшість українців (74%) отримують достатньо або навіть багато контенту про війну, вони стверджують, що не втомилися від новин про війну. Більшість довіряють матеріалам, у яких висвітлюється хід війни та вважають, що в них надається оперативна та достовірна інформація, якісно аналізуються події².

Під час війни більшість українців виступають за обмеження діяльності проросійських медіа. Після початку повномасштабного вторгнення українці досягли консенсусу щодо ролі російських/проросійських медіа в українському медіаполі: більшість українців критично ставляться до них³. Лише 13% українців вважають обмеження діяльності проросійських медіа політичною розправою, а 73% переконані, що, навпаки, потрібно вживати заходів проти них. Так само, коли йдеться про новини щодо політичної ситуації та ситуації на фронті, 77% українців погоджуються, що інформації з українських ЗМІ достатньо. Щодо державного регулювання медіа думки українців розділилися – помітний запит на більш жорстку лінію та активну роль

¹ Див.: Kemp S. Digital 2023: Ukraine. *DataReportal*. 14 february 2023. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-ukraine>

² Див.: Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 р. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2023/10/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2023r.pdf>

³ Див.: Демократія, права і свободи громадян та медіаспоживання в умовах війни. URL: <https://www.oporaua.org/viyina/sotsiologichne-doslidzhennia-demokratiia-prava-i-svobodi-gromadian-ta-mediaspozivannia-v-umovakh-viini-24261> Липень 2022 р.

держави в цій сфері. Багато українців доволі скептично оцінюють своє орієнтування в інформаційному полі. Зокрема, 40% стверджують, що через велику кількість джерел їм важко визначити, де саме правда. Водночас 52% впевнені, що можуть визначити одне чи кілька правдивих джерел. Також більше половини українців (56%) вважають, що держава відповідальна за боротьбу з фейками та дезінформацією, а 35% покладають цю відповідальність на самих громадян¹.

Серед джерел новин у списку відносно найбільшою довірою в 2023 р. користувалися повідомлення від Президента України та офіційні повідомлення Збройних сил. Високу підтримку також мали повідомлення від іншого політичного керівництва і українського телебачення. Загалом усі джерела викликають довіру у половини і більше респондентів, хоча довоєнні опитування показували набагато більш критичне ставлення і більш низький рівень довіри. Відносно найменшою довірою користуються українські газети, але це зумовлено низьким рівнем користування і рекламно-регіональною спрямованістю багатьох друкованих видань.

Невисокою є довіра друзям і родині щодо отриманих новин, хоча довіра своєму оточенню завжди була досить високою в довоєнні часи в Україні. Це може свідчити про те, що з різноманітних доступних джерел (і в першу чергу офіційних) можна отримати достатньо достовірної оперативної інформації, так що не виникає потреби заповнювати прогалини персональними повідомленнями і чутками.

Українці довіряють інформації про хід війни, а також із розумінням ставляться до обмежень, які накладаються на інформацію про прильоти та події на фронті («Звичайно, було б цікаво це дізнатись, але це може нашкодити військовим»)².

В 2023 р. не спостерігалася втома від новин про війну, скоріше відбулось звикання до них, більш спокійна реакція на трагічні події. Опитувані зазначали, що їм не вистачає позитивних новин, пов'язаних

¹ Див.: Держава та медіа – яких правил гри хочуть українці? *Опора*. 18 серпня 2022. URL: <https://www.oporaua.org/viyna/derzhava-ta-media-iakikh-pravil-gri-khochut-ukrayintsi-24273>

² Див.: Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 р. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2023/10/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2023r.pdf>

із цивільним життям українців, щоб медіапростір був більш-менш збалансований та схожий на той, що був до війни – культура, мистецтво, освіта. Також існує запит щодо інформації про реальні втрати українських військ, постачання сучасного озброєння, кількість захопленої трофейної зброї та російських полонених, волонтерську роботу, викриття корупції у владі¹. У 2024 р. Українці все більше вважають, що Захід втомився від війни в Україні².

На відміну від початку війни, коли респонденти стежили за новинами 24/7, зараз спостерігається значне зниження частоти споживання новин. Респонденти поступово повертаються до повсякденних турбот, пов'язаних з особистим життям, до постійної роботи, яку вони втратили на початку війни, ситуація на фронті більш-менш стабілізувалась та з'явилась впевненість у тому, що «Україна переможе».

Незважаючи на те, що респонденти дуже чітко спонтанно називають ознаки дезінформаційних новин, проте під час споживання новин використовують скоріше логіку та інтуїцію. Отже, новини та джерела інформації обираються саме на основі особистих міркувань, ніж будь-яких об'єктивних критеріїв.

На думку учасників дослідження, найбільш правдоподібні наративи це: неефективні західні санкції, невикористання за призначенням (розкрадання) західної зброї / допомоги та корумпована влада, яка прагне війни заради прибутку. Найменш правдоподібний наратив – про неможливість України перемогти Росію, тому що це дуже велика і могутня країна.

Про такий жанр, як фактчекінг, чули окремі респонденти, ставлення до таких матеріалів позитивне, але опитуванні рідко споживають цей контент. Найчастіше респонденти самостійно займаються перевіркою інформації або в різних джерелах, або шляхом спілкування з тими, хто є свідком події («Я телефоную знайомим, хто знаходився десь поблизу події, і питаю, чи це правда»)³. Більшість українців (81 %) повністю відмовилися від російського медіапродукту. Голо-

¹ Див.: Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 р. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2023/10/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2023r.pdf>

² Див.: Українці все більше вважають, що Захід втомився від війни в Україні – КМІС. *Українська правда*. 27 лютого 2024. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2024/02/27/7443911/>

³ Див.: Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 р. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2023/10/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2023r.pdf>

вна причина використання російських медіа – дізнатися, що вони говорять про Україну¹.

Безперечним лідером думок з 2022 р. був Президент Володимир Зеленський, хоча в 2024 р. його рейтинг дещо знизився. Президент Володимир Зеленський дещо втратив рейтинг довіри українців після того, як ухвалив рішення звільнити Валерія Залужного з посади головнокомандувача ЗСУ. Про це свідчать дані Київського міжнародного інституту соціології. У лютому 2022 р. перед вторгненням Росії в Україну, Зеленському довіряли 37% громадян. Після початку повномасштабної війни на тлі дій президента і загалом ефекту «згуртування навколо лідера» (rally around the flag) довіра зросла до 90% станом на травень 2022 р. Далі підтримка глави держави у період між травнем 2022 р. і груднем 2023 р., тобто за півтора року, знизилася на 13 відсоткових пункти з 90% до 77%. За наступних два місяці, до початку лютого, Зеленський втратив ще 12 відсоткових пунктів – довіра знизилася з 77% до 65%² (рис. 2.1).

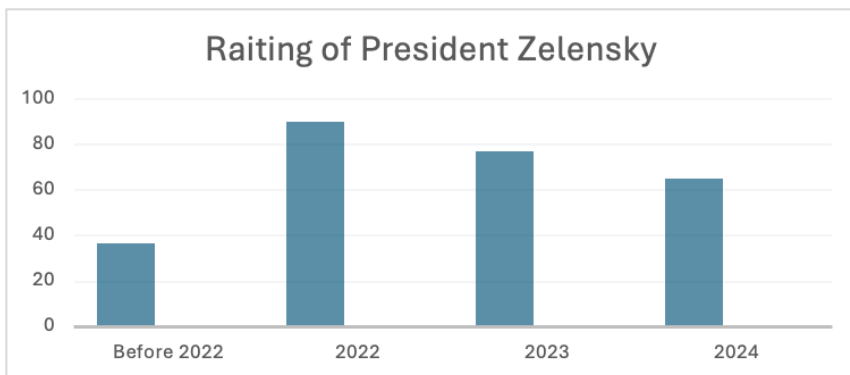


Рис. 2.1. Рейтинг Президента В. Зеленського

¹ Див.: Більшість українців повністю відмовилися від російського медіапродукту. *Укрінформ*. 15.10.2023. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3774259-bilsist-ukrainciv-povnistu-vidmovilisa-vid-rosijskogo-mediaproduktu.html>

² Див.: Васків О. Рейтинг Зеленського знизився після рішення про відставку Залужного – опитування. *Суспільне. Новини*. 15 лютого 2024. URL: <https://suspijne.media/685198-rejting-zelenskogo-znizivsa-pisla-risenna-pro-vidstavku-zaluznogo-opituvanna/>

Стосовно медіаспоживання новин, то більшість українців погоджуються з тим, що новини повинні висвітлювати факти, навіть якщо вони неприємні (81%), новини мають подаватися неупереджено (76%) і важливою є інформація про авторів контенту (70%). Водночас 33% респондентів не згодні з тим, що для медіа важливо мати добрі відносини з органами влади, 40% не згодні з тим, що відкрита критика влади з боку джерел інформації загрожує стабільності в Україні (40%) і 68% не погоджуються з тим, що при виборі джерела новин враховують, що про цей вибір можуть подумати інші люди (друзі, родичі, колеги)¹.

Стосовно дезінформації, то більшість українців (84%) знають про існування дезінформації, а 72% тих, хто знає про такий контент, стверджують, що вміють відрізнити дезінформаційний контент від правдивого. Однак лише 38% осіб, котрі обізнані про дезінформацію, вважають її нагальною проблемою, найбільш ймовірно, через те, що люди схильні бути надто впевненими у своїй здатності відрізнити дезінформацію від правди². Також слід зазначити, що в Україні був реалізований проєкт у межах Всеукраїнської програми ментального здоров'я «Ти як?» і створено поради щодо здорового медіаспоживання³.

Під час війни універсальними порадами медіаспоживання в умовах трагедій війни є:

- перевірка джерел інформації, варто з особливою обережністю варто регулювати те, що слід дивитися, слухати;
- необхідно проводити межу прийнятності для себе – те, що ви можете дивитися/слухати без сильних емоцій, все решта – поза цією межею; не слід споживати медіапродукцію, яка погіршує самопочуття.

Необхідно пам'ятати, що в соцмережах працюють ботоферми, які виконують замовлення, розповсюджують пояснення від фальшивих «експертів», «відеодокази» неіснуючих подій, також варто обмежувати перегляд інформації, яка посилює негативні емоції; надмірне занурення в медіа може викликати залежність, забрати час від сім'ї, фізичних вправ тощо⁴.

¹ Див.: Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 р. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2023/10/Ukrainiski-media-stavlennia-ta-dovira-2023r.pdf>

² Там само.

³ Див.: Як споживати медіа в умовах війни: поради у межах ініціативи «Ти як?» *Українформ*. 05.01.2024. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3809415-ak-spozivati-media-v-umovah-tragedij-vijni-poradi-u-mezah-iniciativi-ti-ak.html>

⁴ Там само.

Опитування, що було проведене Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з Центром політичної соціології у період з 3 по 12 березня 2024 р. на замовлення медіамережі «Вікно Відновлення» (UA Recovery Window Media Network)¹ показало, що найбільше опитані респонденти, за власними ж оцінками, цікавляться в Інтернеті інформацією про війну з Росією (+72%). Основними джерелами інформації для українців є Youtube (41%), місцеві Telegram-канали (39%), загальнонаціональні Telegram-канали (37%), Facebook (36%), інші люди (35%) та телемарафон «Єдині новини» (38%). Найменш популярними серед запропонованих варіантів є супутникове телебачення (17%) та радіо (13%)² (рис. 2.2).

Period 1 vs.

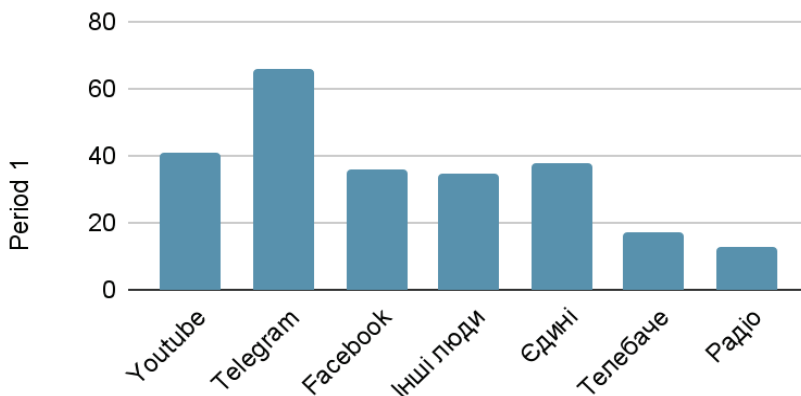


Рис. 2.2. Основні джерела інформації для українців в 2024 р.

¹ Див.: Повоєнне відновлення України та медіаспоживання: загальнонаціональне соціологічне опитування. Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва. 28 березня 2024. URL: <https://dif.org.ua/article/povoenne-vidnovlennya-ukraini-ta-mediaspozhyvannya-zagalnonatsionalne-sotsiologichne-opituvannya>

² Див.: Повоєнне відновлення України та медіаспоживання: загальнонаціональне соціологічне опитування. Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва. 28 березня 2024. URL: <https://dif.org.ua/article/povoenne-vidnovlennya-ukraini-ta-mediaspozhyvannya-zagalnonatsionalne-sotsiologichne-opituvannya>

Мешканці західних областей найчастіше отримують інформацію з Єдиного телемарафону: 46% порівняно з медіанним значення 36% серед населення решти областей. Також найпопулярнішими соціальними мережами є Telegram (62%), Facebook (53,5%), Instagram (31%), Tiktok (30%). Існує запит на дефіцит інформації про наслідки війни у громаді – 56% населення потребують більше інформації.

Повідомлення від органів влади про події війни та актуальні події в країні загалом опитані українці отримують здебільшого з Telegram-каналів органів влади (36%), Facebook-акаунтів органів влади та їхніх представників (22%), виступів представників влади на телебаченні та радіо (19%), YouTube-каналів органів влади та їхніх представників (13%). Найменш популярними джерелами отримання інформації від влади виявилися канали органів влади у WhatsApp (3%) і акаунти органів влади у X (2,5%). 16% респондентів під час опитування заявили, що практично зовсім не бачать повідомлень від органів влади (рис. 2.3).

2024

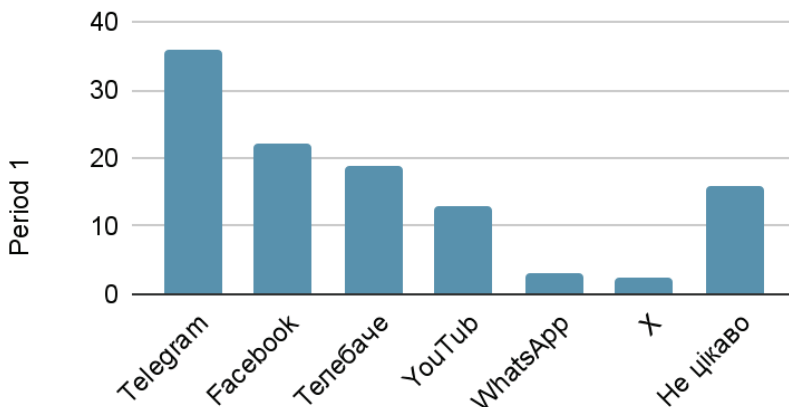
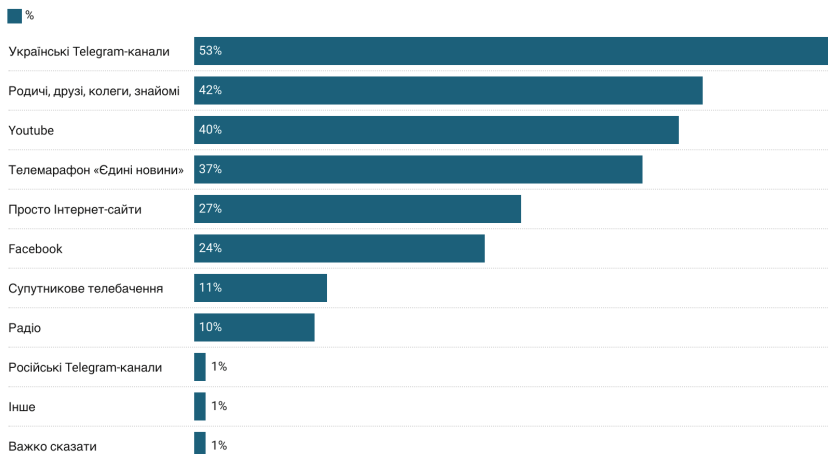


Рис. 2.3. Звідки українці отримують повідомлення від органів влади про події війни та про актуальні події в країні

Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно із соціологічною службою Центру Разумкова провів опитування з 21 по 27 березня 2024 року. «Джерела інформації про війну»¹. У результаті були отримані такі дані (рис. 2.4):

З яких джерел українці отримують інформацію про події, пов'язані з російсько-українською війною



Результати опитування проведеного соціологічною службою Центру Разумкова з 21 по 27 березня 2024 року. Опитано 2020 респондентів віком від 18 років. Теоретична похибка вибірки не перевищує 2,3%.

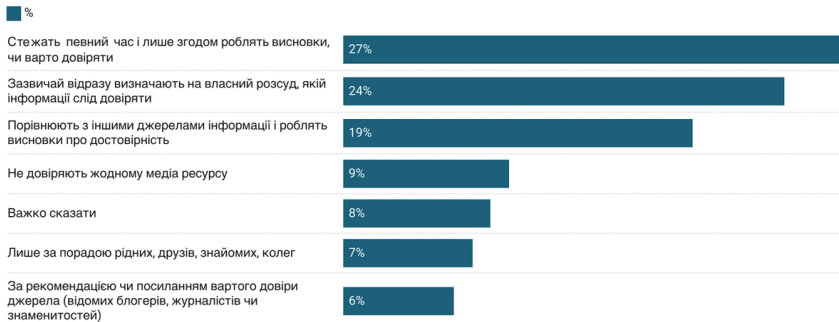
Source: DIF • Created with Datawrapper

Рис. 2.4. З яких джерел українці отримують інформацію про події, пов'язані з російсько-українською війною

Динаміка показує, що Telegram залишається на першому місці, порівняно з опитуванням початку березня 2024 р., більше довіряють родичам, друзям, знайомим ніж YouTube (рис. 2.5).

¹ Див.: Джерела інформації про війну. Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва. 18 квітня 2024. URL: <https://dif.org.ua/article/dzherela-informatsii-pro-viynu>

Підстави для довіри до медіа-ресурсів (телеканалів, радіостанцій, газет, сайтів, Youtube-каналів, Telegram-каналів, Facebook, блогерів тощо) щодо повідомлень про війну



Результати опитування проведеного соціологічною службою Центру Разумкова з 21 по 27 березня 2024 року. Опитано 2020 респондентів віком від 18 років. Теоретична похибка вибірки не перевищує 2,3%.

Source: DIF • Created with Datawrapper

Рис. 2.5. Підстави до довіри до медіа-ресурсів
На графіку видно, що лише 19 відсотків порівнюють інформацію з іншими джерелами, щоб зробити більш достовірні висновки.

Довіра до ЗМІ

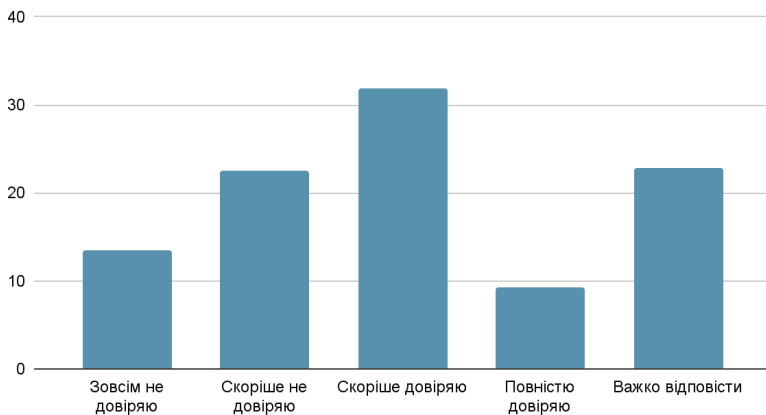


Рис. 2.6. Довіра до національних ЗМІ

Представлений графік (рис. 2.6) вказує на те, що українці поділилися на дві великі групи стосовно довіри до медіа в 2024 р. Адже більшою чи меншою мірою офіційним джерелам довіряють 39% опитаних (при цьому повну довіру висловили лише 6%). Водночас слід зазначити, що частка тих, хто офіційним джерелам довіряє, перевищує частку тих, хто не довіряє (останніх налічується 29%). Третина опитаних не визначилися щодо цього питання¹.

Таким чином, в умовах війни медіаспоживання згідно з останніми дослідженнями виявило зростання споживання більшої кількості новин у месенджерах і соцмережах. Динаміка більшості опитувань показала, що традиційні медіа поступово втрачають, а соціальні мережі та месенджери – збільшують аудиторію; дедалі більше людей визнає російську агресію та заперечує меседжі російської пропаганди; змінюється довіра до найпопулярніших медіа. Лише невелика кількість українців вважають обмеження діяльності проросійських медіа політичною розправою, а переважна більшість переконані, що, навпаки, потрібно вживати заходів проти них. Переважна більшість українців погоджуються, що інформації з українських ЗМІ достатньо, також українці досягли консенсусу щодо ролі російських/проросійських ЗМІ в українському медіаполі: більшість українців критично ставляться до них.

Стосовно державного регулювання медіа під час війни помітний запит на більш жорстку лінію та активну роль держави в цій сфері. Також більше половини українців вважають, що держава відповідальна за боротьбу з фейками та дезінформацією. Високу довіру викликають звернення Президента України та офіційні повідомлення Збройних сил. Також високу підтримку мають повідомлення від іншого політичного керівництва та українського телебачення. Загалом усі джерела викликають довіру у половини та більше респондентів.

Головним лідером думок / Інфлюенсером залишається Президент України Володимир Зеленський, хоча його рейтинг дещо знизився у 2024 році. Респонденти довіряють інформації про хід війни, а також

¹ Див.: Джерела інформації про війну. Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва. 18 квітня 2024. URL: <https://dif.org.ua/article/dzherela-informatsii-pro-viynu>

із розумінням ставляться до обмежень, які накладаються на інформацію про прильоти та події на фронті.

Незважаючи на тривалість війни, люди стверджують, що не втомилися від новин про війну – доля тих, хто не відчуває втоми, зростає, скоріше відбулось звикання, більш спокійна реакція на трагічні події. Респонденти дозують інформацію та використовують обмежену кількість джерел. Опитуванні зазначають, що їм не вистачає позитивних новин, пов'язаних із цивільним життям українців. Також існує запит щодо інформації про реальні втрати українських військ, постачання сучасного озброєння, кількість захопленої трофейної зброї та російських полонених, волонтерську роботу, викриття корупції у владі. На відміну від початку війни, коли респонденти постійно стежили за новинами, зараз спостерігається значне зниження частоти споживання новин.

Незважаючи на те, що респонденти дуже чітко спонтанно називають ознаки дезінформаційних новин, проте під час споживання новин використовують скоріше логіку та інтуїцію. Отже, новини та джерела інформації обираються саме на основі особистих міркувань, ніж будь-яких об'єктивних критеріїв.

На думку учасників досліджень, найбільш правдоподібні наративи це: неефективні західні санкції, невикористання за призначенням (розкрадання) західної зброї / допомоги та корумпована влада, яка прагне війни заради прибутку. Про такий жанр, як фактчекінг, чули окремі респонденти, ставлення до таких матеріалів позитивне, але опитуванні рідко споживають цей контент. Найменш правдоподібний наратив – про неможливість України перемогти Росію, тому що це дуже велика і могутня країна.

Ці висновки стали результатом опрацювання останніх соціологічних досліджень медіаспоживання в умовах війни. Враховуючи постійні зміни в політичному дискурсі під час війни, подібного роду аналітичні дослідження дозволяють прослідкувати динаміку медіаспоживання і визначити основні тенденції зміни громадської думки. Вивчення медіаспоживання в умовах війни між Росією та Україною є критично важливим з кількох причин. По-перше, медіа відіграють центральну роль у формуванні громадської думки, мобілізації насе-

лення та створенні наративів, які можуть впливати на хід війни та підтримку її учасників. Аналіз медіаспоживання допомагає зрозуміти, як різні групи населення реагують на інформацію, які джерела вони вважають надійними і як це впливає на їхні дії та настрої. По-друге, в умовах війни часто поширюється дезінформація та пропаганда, які можуть мати серйозні наслідки для безпеки та стабільності. Дослідження медіаспоживання дозволяє виявити канали розповсюдження фейкових новин та зрозуміти механізми їх впливу, що є необхідним для розробки ефективних стратегій протидії.

Подальші дослідження можуть розвиватися у кількох напрямках: аналіз того, як традиційні медіа (телебачення, радіо, преса) та нові медіа (соціальні мережі, блоги) впливають на формування громадської думки і поведінку населення, дослідження того, як різні демографічні групи (вік, стать, соціально-економічний статус) сприймають і обробляють інформацію в умовах конфлікту. Важливим також є розуміння методологій для виявлення та оцінки впливу фейкових новин, а також створення стратегій для їх нейтралізації. Окремим сегментом дослідження може стати вивчення впливу медіаспоживання на психологічний стан населення, зокрема рівень стресу, тривоги та довіри до інституцій. Такі дослідження допоможуть краще зрозуміти динаміку інформаційного простору під час війни та розробити більш ефективні інформаційні кампанії та політики для підтримки національної безпеки та стійкості суспільства.

==== Список використаних джерел

1. Більшість українців повністю відмовилися від російського медіапродукту. *Укрінформ*. 15.10.2023. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3774259-bilsist-ukrainciv-povnistu-vidmovilisa-vid-rosijskogo-mediaproduktu.html>
2. Васьків О. Рейтинг Зеленського знизився після рішення про відставку Залужного – опитування. *Суспільне. Новини*. 15 лютого 2024. URL: <https://suspilne.media/685198-rejting-zelenskogo-znizivsa-pisla-risenna-pro-vidstavku-zaluznogo-opituvanna/>
3. Де українці читають новини: зміни у медіаспоживанні. *Gradus Research Company*. URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/gradus-research-changes-in-media-consumption-ua/>

4. Демократія, права і свободи громадян та медіаспоживання в умовах війни. URL: <https://www.oporaua.org/viyna/sotsiologichne-doslidzhennia-demokratia-prava-i-svobodi-gromadian-ta-mediaspozhyvannia-v-umovakh-viini-24261> Липень 2022 р.
5. Держава та медіа – яких правил гри хочуть українці? *Опора*. 18 серпня 2022. URL: <https://www.oporaua.org/viyna/derzhava-ta-media-iakikh-pravil-gri-khochut-ukrayintsi-24273>
6. Джерела інформації про війну. *Фонд «Демократичні ініціативи» імені Лька Кучеріва*. 18 квітня 2024. URL: <https://dif.org.ua/article/dzherela-informatsii-pro-viynu>
7. Зражевська Н. Теорія медіа та суспільства : навч. посіб. Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2022. 197 с.
8. Медіаспоживання та громадська активність українців, що знайшли тимчасовий притулок від війни у Польщі. URL: <https://www.oporaua.org/vybyry/doslidzhennia-mediaspozhyvannia-ta-gromadska-aktivnist-ukrayintsi-v-shcho-znaisli-timchasovii-pritulok-vid-viini-u-polshchi-24471>
9. Повоєнне відновлення України та медіаспоживання: загальнонаціональне соціологічне опитування. *Фонд «Демократичні ініціативи» імені Лька Кучеріва*. 28 березня 2024. URL: <https://dif.org.ua/article/povoenne-vidnovlennya-ukraini-ta-mediaspozhyvannya-zagalnonatsionalne-sotsiologichne-opituvannya>
10. Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 р. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2023/10/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2023r.pdf>
11. Українці все більше вважають, що Захід втомився від війни в Україні – КМІС. *Українська правда*. 27 лютого 2024. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2024/02/27/7443911/>
12. Українці значною мірою покладаються на Telegram канали для отримання новин під час війни. *Internews*. 1 листопада 2023. URL: <https://internews.in.ua/uk/news/ukrayintsi-znachnoiu-miroiu-pokladaiutsia-na-telegram-kanaly-dlia-otrymannia-novyn-pid-chas-viyny/>
13. Як споживати медіа в умовах війни: поради у межах ініціативи «Ти як?» *Укрінформ*. 05.01.2024. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubricato/3809415-ak-spozivati-media-v-umovah-tragedij-vijni-poradi-u-mezah-iniciativi-ti-ak.html>
14. Zrazhevska N. Media as an Instrument of Media Control and as a Means of Social Compulsion. *State and Regions. Series: Social Communications*. 2022. № 1 (49). P. 122–129.
15. Kemp S. Digital 2023: Ukraine. *DataReportal*. 14 february 2023. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-ukraine>

==== Авторський колектив

Букрєєва Ірина Вікторівна, кандидатка філософських наук, доцентка, доцентка кафедри соціології та філософії, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького (м. Запоріжжя).

Верховцева Ірина Геннадіївна, докторка історичних наук, доцентка, професорка кафедри документознавства та інформаційної діяльності, Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій (м. Київ).

Гулай Василь Васильович, доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної інформації, Національний університет «Львівська політехніка».

Зражевська Ніна Іванівна, докторка наук із соціальних комунікацій, професорка, професорка кафедри міжнародної журналістики, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка.

Іваницька Наталія Анатоліївна, кандидатка педагогічних наук, директорка Чернігівської загальноосвітньої школи I-III ступенів № 35, докторантка, Інститут педагогічної освіти та освіти дорослих імені Івана Зязюна НАПН України.

Книш Віталій Васильович, доктор юридичних наук, доцент, професор кафедри конституційного, міжнародного та адміністративного права Навчально-наукового юридичного інституту, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника (м. Івано-Франківськ).

Козловець Микола Адамович, доктор філософських наук, професор, професор кафедри філософії та політології, заслужений працівник освіти України, Житомирський державний університет імені Івана Франка.

Лісун Яніна Вікторівна, кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет (м. Київ).

Семікін Михайло Олександрович, кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри соціології та філософії, Мелітопольський