

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Факультет суспільно-гуманітарних наук
Кафедра політології та соціології

Допущено до захисту
Зав. кафедри _____
«___» _____ 2025 р.

Кваліфікаційна робота магістра

Українські ЗМІ як чинник суспільно-політичної інтеграції в умовах російсько-української війни

рівень вищої освіти: другий (магістерський)
галузь знань 052 «Соціальні та поведінкові науки»
спеціальність: 052 Політологія

Миргородський Б.В.
6 курс, група ПОЛБ-1-21-4.0д
факультет суспільно-гуманітарних наук

Підпис

Науковий керівник:
Доцент кафедри політології та соціології,
кандидат соціологічних наук
Кондов Костянтин Володимирович

підпис

Київ – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. Теоретико-методологічні засади дослідження українських ЗМІ в контексті суспільно-політичної інтеграції	6
1.1 Сутність та роль засобів масової інформації в процесах суспільної інтеграції	6
1.2 Функції ЗМІ в умовах війни та кризових ситуацій	15
1.3 Медіа як інститут формування суспільної свідомості та політичної ідентичності	26
РОЗДІЛ II. Проблематика функціонування українських ЗМІ під час російсько-української війни	32
2.1 Інформаційні виклики та загрози: пропаганда, фейки та дезінформація	32
2.2 Суспільно-політичні дискусії та поляризація у медіа просторі	49
2.3 Вплив війни на трансформацію українського медіаринку та журналістських стандартів	45
РОЗДІЛ III. Шляхи оптимізації діяльності ЗМІ як чинника суспільно-політичної інтеграції в умовах війни	55
3.1 Використання ЗМІ як інструменту консолідації суспільства	53
3.2 Ефективність інформаційних кампаній в Україні	58
3.3 Перспективи розвитку українських ЗМІ: інноваційні формати, міжнародна підтримка та інформаційна безпека	69
ВИСНОВОК	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ	80

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена глибокими трансформаціями українського медіапростору в умовах російсько-української війни. Інформаційна сфера стала одним із ключових фронтів цього протистояння, де формуються суспільні настрої, конструюється політична ідентичність та визначається рівень довіри громадян до держави. ЗМІ перетворилися не лише на канал комунікації між владою і суспільством, а й на важливий інструмент консолідації нації. Саме тому аналіз ролі українських медіа як чинника суспільно-політичної інтеграції набуває особливого значення для розуміння стійкості демократичних процесів та національної єдності.

Сучасний стан дослідження проблематики свідчить, що питання впливу медіа на суспільну інтеграцію розглядалися у працях В. Іванова, В. Здоровеги, Н. Білан, І. Михайлина, А. Колодяжної, О. Безпальчої та інших учених, які наголошували на двоїстій природі ЗМІ – як інструментів демократичного розвитку та одночасно потенційних каналів маніпуляції. Проте нові реалії війни, цифровізації та глобальної інформаційної конкуренції потребують переосмислення традиційних підходів до ролі медіа у формуванні єдності суспільства.

Метою кваліфікаційної роботи є з'ясування ролі українських засобів масової інформації у процесі суспільно-політичної інтеграції в умовах російсько-української війни. Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання: обґрунтувати теоретико-методологічні засади функціонування ЗМІ як чинника суспільної інтеграції; проаналізувати сучасні інформаційні виклики та загрози; розкрити процеси поляризації й консолідації у медіапросторі; охарактеризувати трансформації українського медіаринку та журналістських стандартів під час війни; окреслити перспективи розвитку медіасфери як інструменту зміцнення єдності суспільства.

Об'єктом дослідження є процес функціонування засобів масової інформації в українському суспільстві в умовах воєнного часу. **Предметом** дослідження виступають соціально-політичні механізми впливу українських ЗМІ на формування єдності, ідентичності та політичної культури.

Завдання наукового дослідження:

1. Обґрунтувати теоретико методологічні засади функціонування українських засобів масової інформації як чинника суспільної інтеграції у воєнний період;
2. Проаналізувати основні інформаційні виклики та загрози для українських медіа у час війни з урахуванням пропаганди фейків і дезінформації та визначити інституційні механізми протидії;
3. Дослідити суспільно політичні дискусії у медійному просторі та прояви поляризації у воєнний період і з'ясувати їх вплив на суспільну стабільність;
4. Охарактеризувати трансформації українського медіаринку та журналістських стандартів унаслідок повномасштабної війни;
5. Визначити шляхи оптимізації використання ЗМІ як інструменту консолідації суспільства та оцінити результативність національних і міжнародних інформаційних кампаній;

Гіпотеза полягає в тому, що українські медіа, незважаючи на зовнішні інформаційні загрози й внутрішні структурні проблеми, залишаються чинником суспільно-політичної інтеграції, оскільки виконують функції мобілізації, легітимації влади, формування національної ідентичності та протидії дезінформації.

Методи дослідження ґрунтуються на поєднанні системного, структурно-функціонального, порівняльного підходів та контент-аналізу. Системний підхід дав змогу розглядати медіа як цілісну соціальну систему, а контент-аналіз – виявити тенденції у тематиці й риториці медіаповідомлень під час війни. Історико-порівняльний метод застосовано для зіставлення сучасних процесів з досвідом інформаційних кампаній попередніх етапів становлення державності.

Наукова новизна полягає в уточненні поняття «інтеграційна функція ЗМІ» у контексті воєнного часу, а також у доведенні того, що українські медіа трансформуються з переважно комерційних структур у соціально-відповідальні інституції, що забезпечують підтримку суспільної стійкості.

Теоретичне значення роботи полягає у розширенні уявлень про роль мас-медіа як політичного інституту в умовах кризових трансформацій. Практичне значення полягає у можливості використання отриманих висновків для

вдосконалення державної інформаційної політики, підвищення ефективності комунікаційних стратегій та розвитку програм з медіаграмотності.

Результати дослідження були апробовані під час участі автора у студентських наукових конференціях та обговореннях у межах навчальної практики, що підтверджує їхню наукову і практичну цінність.

Структура кваліфікаційної роботи включає вступ, три розділи, висновки до розділів, основний висновок та список використаних джерел. Робота викладена на 92 сторінках, містить 97 бібліографічних позицій. Ключові терміни: «медіа», «інформаційна політика», «суспільна інтеграція», «медіаграмотність», «пропаганда», «дезінформація», «національна ідентичність», «інформаційна безпека».

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ В КОНТЕКСТІ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

1.1. Сутність та роль засобів масової інформації в процесах суспільної інтеграції

У сучасному інформаційному просторі засоби масової інформації (ЗМІ) виступають провідним чинником у процесі формування громадської свідомості. Їхня діяльність не обмежується лише передачею відомостей про актуальні події, адже ЗМІ суттєво впливають на вироблення суспільних цінностей, формування певних установок, а також на моделювання поведінкових практик у громадянському середовищі. Усвідомлення механізмів цього впливу є необхідною передумовою для глибшого розуміння соціальних процесів, що відбуваються в суспільстві, а також для розвитку критичного мислення як одного з ключових інструментів сучасного громадянина.

У структурі сучасного українського медіапростору умовно виокремлюють кілька основних типів засобів масової інформації, кожен з яких відіграє специфічну роль у формуванні інформаційної реальності та забезпеченні суспільно політичної взаємодії. Першу групу становлять традиційні медіа, насамперед телебачення та радіо, які зберігають значний вплив завдяки широкому охопленню аудиторії та здатності оперативно поширювати інформацію. Телебачення в Україні традиційно виконує функцію базового комунікативного центру, який формує спільний інформаційний простір для різних соціальних груп. Особливо це проявилось під час повномасштабної війни, коли саме телевізійний контент став головним інструментом донесення офіційної інформації та стримування панічних настроїв.

Другий тип становлять інтернет медіа та онлайн видання, що включають як великі національні новинні портали, так і регіональні інформаційні сайти. Цей сегмент характеризується швидкістю оновлення, тематичною різноманітністю та ширшими можливостями для доступу до альтернативних поглядів. Онлайн медіа формують конкурентний інформаційний простір і сприяють розширенню публічної дискусії, адже забезпечують громадянам доступ до різних точок зору, аналітики та

журналістських розслідувань. Водночас саме в цифровому середовищі найчастіше проявляються ризики поширення недостовірної інформації та маніпуляцій, що потребує підвищеної уваги до стандартів роботи редакцій і фактчекінгу.

Окрему категорію становлять платформи соціальних мереж (Telegram, Facebook, Instagram, YouTube, TikTok), які функціонують як гібридні медіа: одночасно і канали комунікації, і простір для особистого контенту, і середовище для поширення новин. Їх вплив зростає завдяки персоналізованій подачі інформації та можливості швидкого охоплення великої аудиторії. Проте відсутність редакційного контролю робить соціальні мережі одним із головних джерел дезінформації та інформаційних атак, що ускладнює формування узгодженого суспільного бачення і потребує значних зусиль як з боку держави, так і з боку громадянського суспільства.

Важливу роль відіграють і суспільні медіа, які посідають проміжне місце між державними та приватними джерелами. Вони орієнтовані на публічний інтерес, а не комерційні чи політичні вигоди, що підсилює їхній потенціал як інструменту довіри, інтеграції та просвітництва.

Опанування знанням про специфіку впливу ЗМІ на масову свідомість має першочергове значення для підвищення рівня критичного мислення серед населення. Це забезпечує здатність індивідів більш відповідально та усвідомлено споживати інформацію, відрізняти об'єктивні факти від маніпуляцій і пропагандистських повідомлень, а також формувати власну незалежну позицію на основі аналізу багатьох джерел. Ба більше, таке розуміння створює підґрунтя для конструювання дієвих комунікаційних стратегій у різних площинах суспільного життя – від політичної сфери до бізнесових практик та освітнього середовища.

У контексті України роль ЗМІ у виробленні громадської свідомості набуває особливої ваги, оскільки країна проходить через процеси демократизації, руху в бік європейської інтеграції та протидії зовнішнім інформаційним загрозам. Українські медіа виконують функцію не лише інформування, але й активно впливають на утвердження національної ідентичності, сприяючи єднанню суспільства довкола спільних ціннісних орієнтирів і стратегічних завдань [27].

Громадська свідомість у соціальних науках розглядається як важливе поняття, що охоплює комплекс ідей, переконань, ціннісних орієнтацій, соціальних норм і настанов, котрі відображають колективне уявлення суспільства щодо політичних, культурних та соціальних процесів. Вона функціонує як провідний механізм регуляції соціальної поведінки та становить відображення того, як окремі індивіди та соціальні групи сприймають довколишню реальність і власне місце в ній. Формування громадської свідомості є багатовимірним та динамічним процесом, на який впливають численні чинники, серед яких культурні традиції, рівень освіти, суспільні та політичні трансформації, а також засоби масової інформації, що займають у цьому процесі провідні позиції [32].

Згідно з позицією О. Безпальчої, громадська свідомість проявляється на кількох рівнях. Перший – індивідуальний, що відображає переконання, цінності й норми конкретної особи, які формуються у процесі соціалізації та набуття життєвого досвіду. Другий – груповий рівень, який є сукупністю уявлень і ціннісних орієнтацій, спільних для певної соціальної спільноти, незалежно від того, чи йдеться про націю, суспільний клас або інше об'єднання. На суспільному рівні громадська свідомість охоплює загальні установки та ідеї, що домінують у даний період у соціумі. Саме цей рівень найчастіше стає предметом досліджень, адже він визначає колективні дії, формує громадську думку та впливає на політичні настрої [1, с. 19].

В. Владимиров виділяє низку ключових функцій ЗМІ у суспільстві. Першочерговою є інформаційна функція, суть якої полягає у наданні суспільству даних про події, явища й факти. Водночас необхідно підкреслити, що навіть на цьому рівні інформація не може вважатися абсолютно нейтральною: вона проходить процес відбору та інтерпретації, що надає медіа можливість впливати на сприйняття суспільством тих чи інших подій через акцентування на певних деталях [6, с. 220].

Не менш важливим елементом є маніпулятивна функція ЗМІ, яка становить потужний інструмент управління громадською думкою. Завдяки маніпуляціям контентом медіа здатні викликати необхідні емоційні реакції, створювати або руйнувати образи, а також впливати на світогляд та рішення людей. Використання емоційно насичених повідомлень, однобічна подача інформації чи перекручування

фактів входять до арсеналу методів, що спрямовані на формування заданих настроїв у масовій аудиторії. Так, у періоди політичних кампаній або міжнародних конфліктів медіа можуть суттєво змінювати уявлення суспільства про кандидатів чи сторони протистояння, стимулюючи прихильність до одних та негативне ставлення до інших [6, с. 110].

Суттєве значення має й соціалізуюча функція ЗМІ. Вона проявляється у тому, що медіа виконують роль каналу передачі культурних цінностей, суспільних норм, моделей поведінки та соціальних ролей. Від дитинства до зрілого віку люди постійно засвоюють певні уявлення про належне та прийнятне у суспільстві через телепередачі, кіно, новини та соціальні мережі. Таким чином, ЗМІ сприяють формуванню світогляду, системи цінностей і культурних орієнтацій різних поколінь [6, с. 111].

Однією з базових концепцій, що пояснює вплив ЗМІ на громадську свідомість, є теорія «agenda-setting». Вона виходить із того, що медіа не лише інформують про події, а й визначають, які з них повинні бути пріоритетними для суспільства. Формуючи порядок денний, ЗМІ фактично спрямовують увагу громадян на певні проблеми, водночас залишаючи інші поза увагою. У результаті змінюється суспільне сприйняття ситуації. Як приклад можна навести те, як медіа висвітлюють економічні чи екологічні кризи, активізуючи або, навпаки, приглушуючи інтерес громадськості до відповідних питань [6, с. 112].

Роль ЗМІ як інструменту впливу на суспільство постійно зростає внаслідок розвитку технологій та глобалізаційних процесів. Сьогодні вони є не лише джерелом інформації, але й важливим чинником у політичній, економічній та культурній сферах, забезпечуючи комунікаційний зв'язок між державою, бізнесом та громадянами. Завдяки можливостям масової комунікації ЗМІ здатні як інформувати та просвітляти, так і застосовуватися для цілей контролю, маніпуляції чи пропаганди.

Одним із найважливіших аспектів діяльності ЗМІ є формування ідентичності. Медіа беруть участь у процесах конструювання національної, культурної та соціальної ідентичності шляхом трансляції символів і образів, з якими громадяни можуть себе ототожнювати. Зокрема, вони сприяють створенню образів

національних героїв, політичних лідерів, культурних і спортивних постатей. У кризові або воєнні періоди саме ЗМІ здатні мобілізувати національну свідомість, підсилюючи почуття патріотизму й солідарності населення [27].

ЗМІ також виконують освітню функцію, що особливо важливо у демократичних суспільствах. Вони пояснюють складні економічні та політичні процеси, популяризують новітні наукові здобутки, розширюють обізнаність громадян. Значущі теми, наприклад, зміна клімату, права людини чи пропагування здорового способу життя, часто стають предметом інформаційних кампаній, які впливають на формування суспільної поведінки. Водночас іноді освітня функція реалізується недостатньо якісно: ЗМІ здатні поширювати дезінформацію або занадто спрощувати складні явища [3, с. 24].

Вплив ЗМІ поширюється й на процеси прийняття політичних рішень. У багатьох країнах вони відіграють ключову роль у політичному дискурсі, виконуючи посередницьку функцію між владою та громадянами. Саме через медіа висвітлюються вибори, парламентські засідання, законодавчі ініціативи чи зовнішньополітичні події, що дозволяє громадянам брати активну участь у політичному житті. У демократичних системах ця функція є запорукою формування громадської думки, яка безпосередньо впливає на політичні рішення. Водночас у державах з авторитарним чи гібридним режимом контрольовані владою ЗМІ здебільшого виконують пропагандистські завдання, обмежуючи плюралізм і доступ до об'єктивної інформації [6, с. 114].

Серед найбільш ефективних механізмів ЗМІ варто виділити емоційний вплив. Інформаційні повідомлення, що містять драматичні заголовки, шокуючі зображення чи відео, а також маніпулятивний контент, здатні викликати сильні емоційні реакції – від страху та гніву до співчуття й солідарності. Це дозволяє медіа не лише привертати увагу, а й стимулювати конкретні дії: участь у протестах, благодійних кампаніях чи підтримку політичних сил [19, с. 82].

Особливу увагу необхідно звернути на соціальні мережі як сучасну форму ЗМІ. Платформи на кшталт Facebook, Twitter, Instagram чи YouTube докорінно змінили медіапростір, зробивши його відкритішим та інтерактивним. Кожен користувач може

створювати й поширювати контент, що створює нові можливості для демократизації, але водночас посилює ризики поширення фейків і дезінформації. Алгоритми соціальних мереж підживлюють ефект «інформаційних бульбашок», обмежуючи користувачів рамками їхніх існуючих переконань і ускладнюючи доступ до альтернативних точок зору [19, с. 94].

Важливою складовою діяльності медіа є пропаганда. Використання ЗМІ з метою поширення пропагандистських наративів є давнім та ефективним інструментом впливу на свідомість громадян. Пропаганда покликана контролювати інформаційні потоки, підтримувати певні ідеології або легітимізувати дії влади. Вона використовується як у воєнних умовах, так і в мирний час для створення образу ворога, конструювання національних міфів чи виправдання політичних кроків уряду [9, с. 204].

У сучасних умовах ЗМІ відіграють роль глобального інструменту впливу. Супутникове телебачення, інтернет та соціальні мережі забезпечують вільний рух інформації через державні кордони, впливаючи на аудиторії у різних країнах. Прикладами цього є діяльність таких міжнародних агентств, як CNN, BBC чи Al Jazeera, які суттєво формують порядок денний світової політики [34, с. 210].

ЗМІ також застосовують механізм фреймінгу (визначення рамок сприйняття). Це досягається через добір лексики, інтонацій, контексту або візуальних образів. Наприклад, використання терміну «біженці» викликає у масовій аудиторії інші емоційні асоціації, ніж слово «мігранти», хоча обидва поняття описують схожу групу осіб. У такий спосіб медіа істотно впливають на соціальні уявлення та ставлення до певних явищ чи груп [26].

Значний вплив ЗМІ проявляється й у формуванні громадської думки. Поширюючи соціологічні дослідження, експертні оцінки або коментарі відомих діячів, вони створюють відчуття «колективного погляду», що стимулює людей підлаштовувати власну позицію під «загальноприйняту». Таким чином, медіа не лише відображають суспільні настрої, а й активно їх конструюють.

Найбільш відчутний вплив ЗМІ проявляється у кризові моменти, коли суспільство прагне визначеності та відповіді на виклики. У таких умовах медіа здатні

зміцнювати або підривати легітимність влади, міжнародних організацій чи суспільних рухів. Вони формують атмосферу національної єдності, наприклад, у періоди війни чи природних катастроф, акцентуючи на спільних цінностях та завданнях.

Розвиток цифрових технологій ще більше посилив вплив ЗМІ. Інтернет і мобільні платформи відкрили нові канали миттєвого поширення інформації, дозволяючи охоплювати великі маси людей у реальному часі. Це зумовило глобалізацію інформаційного впливу та розширення можливостей для маніпуляцій суспільною свідомістю.

Таким чином, ЗМІ стають визначальним чинником у формуванні громадської думки як на національному, так і на глобальному рівнях. Вони не лише інформують про події, а й задають рамки для інтерпретації та визначають теми, які потрапляють у суспільний дискурс. Масштаб та характер цього впливу залежить від культурно-політичного контексту кожної країни й організації медіапростору.

За твердженням В. Ф. Іванова, у міжнародному вимірі, особливо в демократичних державах, ЗМІ виконують роль «четвертої влади», здійснюючи контроль над діяльністю урядів і впливових осіб. Саме незалежна преса гарантує доступ громадян до багатосторонньої інформації, створюючи умови для формування власних поглядів щодо соціально-політичних і економічних питань. Плюралізм у ЗМІ сприяє демократичним процесам, хоча навіть у розвинених демократіях залишаються ризики маніпуляції громадською думкою з боку великих корпорацій чи політичних еліт. Яскравим прикладом є діяльність американських каналів Fox News та CNN, які часто звинувачують у поданні матеріалів із політичним ухилом, що може впливати на суспільні симпатії [19, с. 51].

Глобальні ЗМІ мають безпосередній вплив і на міжнародні відносини. Вищезгадані ресурси визначають які теми стають пріоритетними на світовій арені, формуючи відповідний порядок денний. Вони здатні спрямовувати увагу на окремі проблеми та ігнорувати інші, тим самим впливаючи на політичні процеси у світовому масштабі. Крім того, держави активно використовують ЗМІ для поширення власних

позицій у міжнародному політичному дискурсі, що особливо помітно під час інформаційних війн [34].

У випадку України вплив ЗМІ на формування суспільних настроїв є особливо відчутним у періоди політичних і соціальних трансформацій, а також у зв'язку з війною з Росією. Українські медіа стали ключовим інструментом мобілізації патріотизму, зміцнення національної ідентичності й консолідації суспільства довкола ідеї незалежності та суверенітету. Водночас український медіапростір залишається об'єктом маніпуляцій як з боку внутрішніх еліт, так і з боку Росії [27].

На думку В. Й. Здоровеги, попри відносну розвиненість українського медіа-ринку, однією з головних проблем залишається концентрація власності у руках олігархів, що сприяє політичній заангажованості окремих ЗМІ. Такі телеканали, як «1+1» чи «Інтер», часто піддаються критиці за відображення інтересів певних політичних чи бізнесових груп, що створює ризики для об'єктивності й плюралізму у висвітленні подій, особливо під час виборчих кампаній [17, с. 54].

Важливою сторінкою сучасної історії стали революційні події – Помаранчева революція 2004 року та Революція Гідності 2013–2014 років. Саме ЗМІ, насамперед незалежні й опозиційні, сприяли мобілізації громадян на протести, формуючи альтернативний порядок денний. Соціальні мережі також відіграли визначальну роль, ставши майданчиком для організації протестів та поширення інформації. Платформи на кшталт Facebook чи Twitter створили середовище для суспільних дискусій та консолідації.

З 2014 року особливе значення отримала інформаційна війна з Росією. Російські пропагандистські медіа, зокрема RT та Sputnik, активно впливають на свідомість як української, так і міжнародної аудиторії, поширюючи спотворені інтерпретації подій. У відповідь Україна розробляє стратегії протидії дезінформації, зокрема шляхом просування медіаграмотності та впровадження спеціалізованих кампаній для нейтралізації фейків [3, с. 25-26.].

Варто також відзначити культурний вплив медіа, який проявляється через кінематограф, музику, телепрограми та розважальний контент. Вони формують

уявлення про соціальні ролі, цінності та моделі поведінки, іноді сприяючи консолідації національної ідентичності, а іноді навпаки – послаблюючи її.

У підсумку можна стверджувати, що як на глобальному, так і на національному рівні ЗМІ є надзвичайно потужним чинником формування громадської свідомості. Вони можуть виконувати роль демократичного контролю, сприяючи прозорості та залученості громадян, або ж використовуватися як інструмент маніпуляції, коли стають підконтрольними владним структурам.

1.2. Функції ЗМІ в умовах війни та кризових ситуацій

В умовах збройного конфлікту та суспільно-політичної нестабільності мас-медіа набувають особливої ваги як інструмент впливу та координації. Війна й інші кризові ситуації встановлюють до засобів масової інформації підвищені вимоги, адже інформаційна сфера стає не менш важливим полем протистояння, ніж поле бою чи політична арена. ЗМІ у таких умовах виконують низку критично важливих функцій: від оперативного інформування та політичної мобілізації громадян до легітимації державної влади, формування суспільної думки та стратегічної комунікації на національному й міжнародному рівнях. Одночасно медіа протистоять дезінформації, підтримують демократичні процеси через громадський контроль і забезпечують кризову комунікацію, сприяючи збереженню стабільності та громадського порядку. Усе це впливає на трансформацію політичної культури суспільства, закріплюючи нові цінності й моделі поведінки. Розглянемо детально ключові функціональні ролі ЗМІ в умовах війни та кризи з позиції політологічного аналізу.

Однією з базових функцій медіа під час війни є політична мобілізація населення і згуртування суспільства перед обличчям спільної загрози. Засоби масової інформації активно залучають громадян до підтримки зусиль держави, армії та волонтерських ініціатив. Через патріотичні сюжети, звернення лідерів, репортажі про героїзм військових і цивільних ЗМІ формують відчуття єдності та спільної мети. Медіа надають громадянам інформацію про те, як вони можуть допомогти – від участі в обороні і теробороні до підтримки переселенців та збору гуманітарної допомоги. Підкреслюючи позитивні приклади згуртованості і солідарності, мас-медіа сприяють

підвищенню морального духу населення, зменшенню панічних настроїв і готовності спільно долати випробування.

Крім того, інформаційні кампанії в ЗМІ можуть стимулювати політичну активність громадян – наприклад, збільшувати явку на виборах чи референдумах, якщо такі відбуваються, або мотивувати населення підтримувати важливі реформи, пов'язані з воєнним часом [50].

У контексті збройного конфлікту медіа часто виконують мобілізаційну роль, подібну до ролі пропаганди під час світових воєн: вони налаштовують суспільство на тривалий опір, виправдовують необхідність жертв і консолідують різні соціальні групи навколо ідеї національного порятунку. Важливо, що така мобілізація відбувається не лише на рівні фізичної участі у воєнних зусиллях, а й на психологічному рівні – через формування переконання, що кожен громадянин є частиною спільної боротьби [67]. Отже, мас-медіа виступають каталізатором суспільної енергії, перетворюючи пасивне населення на активних учасників політичного процесу, здатних протистояти кризі.

Не менш важливою в умовах надзвичайної ситуації є функція легітимації політичної влади, яку виконують засоби масової інформації. Під час війни нормальні механізми демократичної легітимації, такі як регулярні вибори чи повноцінний парламентаризм, можуть бути обмежені або відкладені. Натомість суспільне схвалення і підтримка влади багато в чому досягаються через інформаційний вплив. Медіа висвітлюють діяльність державного керівництва у позитивному світлі, демонструючи спроможність влади ефективно реагувати на виклики війни чи кризи. Регулярні звернення глави держави до населення по телебаченню або радіо, репортажі про відвідини військових підрозділів, про міжнародні переговори чи гуманітарні ініціативи – все це формує образ відповідального і дієвого лідерства. Тим самим мас-медіа допомагають підвищити довіру до державних інституцій та виправдати необхідність заходів, які влада вживає для подолання кризи [75].

Легітимація влади через ЗМІ нерозривно пов'язана з консолідацією державності і патріотичного настрою. В інформаційному просторі вибудовується наратив про захист нації, законність дій уряду та моральне право держави на

примусові заходи, такі як мобілізація, воєнний стан, обмеження деяких свобод, заради національного виживання. Медіа, по суті, стають майданчиком, де влада самолегітимується, тобто пояснює і обґрунтовує свої рішення, апелюючи до суспільних цінностей і інстинкту самозбереження.

Наприклад, в українських реаліях під час війни держава монополізувала ключові телевізійні канали в єдиний інформаційний марафон, аби говорити з громадянами єдиним голосом [33]. Така централізація інформаційної політики покликана зменшити хаос і суперечності, забезпечити єдність наративу та тим самим підтримати легітимність керівництва. Засоби масової інформації артикують меседжі про те, що влада контролює ситуацію, діє в інтересах народу і користується його мандатом довіри. Якщо медіа справляються з цією роллю, суспільство навіть в умовах шоку і невизначеності продовжує визнавати політичний порядок як легітимний, що є передумовою для успішного спротиву ворогу або подолання кризи.

Мас-медіа за будь-яких умов істотно впливають на формування суспільної думки, проте під час війни та криз цей вплив стає визначальним фактором суспільно-політичної динаміки. Через відбір і подачу інформації ЗМІ задають порядок денний та вирішують, які теми домінуватимуть у громадському обговоренні, а які залишаться на периферії.

У кризовий період медіа, як правило, зосереджують увагу аудиторії на питаннях національної безпеки, виживання, патріотизму, підкреслюючи загрозу від ворога чи масштаби стихійного лиха. Такий акцент витісняє другорядні теми, мобілізуючи масову свідомість навколо найбільш нагальних проблем [71]. Одночасно медіа здійснюють фреймування, тобто інтерпретаційну подачу подій, яка підказує аудиторії, як саме розуміти те, що відбувається. Наприклад, військові невдачі можуть бути інтерпретовані в медіадискурсі як тимчасові труднощі на шляху до неминучої перемоги, а дії союзників – як прояви братерської підтримки, навіть якщо вони обмежені. Через такі рамки подачі інформації формується суспільна думка, що відповідає стратегічним потребам держави та суспільства в кризовий момент [68].

В умовах інформаційної невизначеності і тривоги люди особливо схильні шукати підказок у медійному просторі щодо того, кому вірити і як оцінювати події.

Тому засоби масової інформації де-факто стають колективним «інтерпретатором реальності». Вони пояснюють причини та можливі наслідки подій, надають слово експертам, визначають винуватців і героїв. Це прямим чином впливає на формування масових настроїв – від паніки чи, навпаки, впевненості у перемозі, до ненависті проти ворога чи довіри до союзників. У результаті суспільна думка в значній мірі відображає ті акценти, які розставили медіа. Політичне керівництво, усвідомлюючи це, намагається взаємодіяти з інформаційним простором, даючи офіційні брифінги, інтерв'ю, коментарі, аби скоригувати суспільні настрої у потрібний бік [4].

Отже, функція формування суспільної думки перетворює ЗМІ на один з центрів ідеологічного впливу в державі, де під час війни фактично твориться масова картина світу та легітимуються необхідні суспільні установки.

Війна XXI століття – це не лише протистояння армій, а й інформаційна війна, де зброєю виступають пропаганда і фейки. У кризових умовах роль ЗМІ як фільтра та щита проти дезінформації є надзвичайно важливою. Супротивник може намагатися посіяти паніку, зневіру чи розколоти суспільство за допомогою неправдивих вкидів: вигаданих новин про поразки, перекручених даних про дії керівництва, фальшивих повідомлень про стан економіки чи життя на фронті.

Завдання відповідальних мас-медіа полягає у виявленні та спростовуванні таких фейків до того, як вони завдадуть шкоди інформаційному простору. Для цього редакції створюють спеціальні рубрики з фактчекінгу, оперативно публікують спростування і роз'яснення, посилаються на надійні офіційні джерела. Журналісти налагоджують співпрацю з експертами з кібербезпеки та інформаційної безпеки, аби відстежувати ворожі наративи і попереджати аудиторію про маніпуляції [10, с. 23-24].

Боротьба з дезінформацією включає також проактивне інформування: замість просто реагувати на фейки, медіа насичують інформаційний простір правдивими даними і позитивними історіями. Таким чином зменшується родючий ґрунт для ворожої пропаганди, адже коли люди добре поінформовані з достовірних джерел, їм складніше нав'язати неправду [10, с. 26]. Український досвід показує, що незалежні ЗМІ та громадські ініціативи часто діють ефективніше за офіційні структури у

викритті брехні противника, оскільки вони більш гнучкі та користуються довірою своєї аудиторії. Наприклад, регіональні журналісти можуть оперативно заперечити фейкову новину про події на місцях, бо мають прямий доступ до очевидців, і тим самим зупинити її поширення. Одночасно на міжнародному рівні українські медіа та діаспорні інформаційні ресурси спростовують міфи і пропагандистські тези держави-агресора, доводячи світовій громадськості факти про реальну ситуацію [56].

Отже, функція протидії дезінформації перетворює ЗМІ на активного учасника інформаційної безпеки держави. Медіа стають своєрідним інформаційним військом, що захищає суспільство від інформаційно-психологічних операцій ворога.

Постає питання, як викладені вище функції медіа узгоджуються з принципами демократії в умовах, коли суспільство знаходиться під надзвичайним тиском. З одного боку, під час війни можливе вимушене обмеження свободи слова, цензура військових таємниць, заборона діяльності відверто ворожих або підливних медіа – усе це покликане убезпечити державу від внутрішнього розколу і не допустити витoku стратегічно важливої інформації.

Таким чином, демократичний принцип плюралізму думок частково підпорядковується вимогам безпеки. З іншого боку, збереження здорового інформаційного середовища і хоча б мінімального плюралізму є життєво важливим навіть у кризі, аби суспільство не перетворилося на жертву суто односторонньої пропаганди власної влади [25]. Якісний медіа-простір у демократичному суспільстві здатен поєднати патріотичну єдність із критичним мисленням. Незалежні медіа, продовжуючи працювати під час війни, можуть виконувати контрольно-наглядову функцію: стежити, щоб посадовці не зловживали владою під прикриттям воєнного стану, висвітлювати проблеми армії чи тилу, якщо ті потребують уваги, порушувати питання прав людини та дотримання законності.

Успішне виконання цієї функції сприяє тому, що демократичні процеси не завмирають повністю навіть під час війни. Громадянське суспільство через медіа подає свій голос, як от, приміром, волонтерські спільноти публічно вказують на потреби фронту, змушуючи уряд реагувати, а правозахисники через пресу

повідомляють про випадки перевищення повноважень військовими адміністраціями, що дає можливість коригувати політику.

Таким чином, громадський контроль через ЗМІ не тільки не шкодить обороноздатності, а навпаки підвищує довіру громадян до влади, адже люди бачать, що відкрите обговорення проблем можливе [97]. Вплив медіа на демократичні процеси проявляється і в тому, як швидко суспільство повернеться до нормальної політичної конкуренції та свобод після закінчення кризи. Якщо преса і телебачення зуміють зберегти свою репутацію незалежних джерел інформації та не деградує до рівня суто пропагандистських рупорів, відновлення демократичних інститутів пройде легше.

Отже, медіа відіграють двоїсту роль: вони підтримують державу під час екстремальної ситуації, але й нагадують владі про зобов'язання перед суспільством, не даючи повністю згорнути механізми підзвітності.

Оперативне та достовірне інформування населення є першочерговою функцією ЗМІ в будь-якій надзвичайній ситуації. Під час воєнних дій або іншої кризи виникає потреба миттєво доносити до громадян важливі повідомлення: попередження про небезпеку, вказівки щодо поведінки, роз'яснення рішень влади тощо.

Мас-медіа стають головним каналом кризової комунікації між владою і суспільством. Через телебачення, радіо, інтернет-видання та соціальні мережі урядові структури можуть оперативно звернутися до мільйонів людей, забезпечуючи тим самим громадський порядок і рятуючи життя. Надійність та чіткість такої комунікації прямо впливає на рівень паніки або спокою серед населення. Якщо люди отримують зрозумілу інструкцію і бачать, що ситуація під контролем, вони більш схильні діяти організовано і довіряти рекомендаціям.

Медіа у кризовій ситуації виконують також просвітницько-роз'яснювальне завдання. Журналісти пояснюють громадянам суть подій, яких вони можуть не розуміти до кінця через брак інформації або специфічність теми. Наприклад, під час пандемії медіа роз'яснювали наукові основи карантинних заходів, під час війни, значення тих чи інших військових дій або дипломатичних кроків [66]. Така роз'яснювальна робота знижує ґрунт для чуток та небезпечних домислів.

Кризова комунікація передбачає і психологічну підтримку населення: ЗМІ можуть транслювати заспокійливі звернення психологів, успішні історії порятунку, інформацію про те, як люди можуть піклуватися про ментальне здоров'я у важкі часи [65]. Таким чином, мас-медіа не лише передають вказівки, а й допомагають суспільству адаптуватися до екстремальних умов, зберегти стійкість і гуманність. Важливо підкреслити, що ефективна кризова комунікація вимагає високого рівня довіри до медіа. Тому журналісти особливо ретельно перевіряють факти, використовують офіційні коментарі й уникають поширення неперевіраних даних, адже в кризі ціна помилки надто висока. В результаті ті ЗМІ, що зарекомендували себе як відповідальні та точні джерела, стають для громадян головним орієнтиром і джерелом інформаційної безпеки.

Тривала війна чи глибока криза неминуче залишають відбиток на політичній культурі суспільства, сукупності усталених цінностей, норм і моделей поведінки громадян у політиці. Через засоби масової інформації ці зміни культури прискорюються та закріплюються. По-перше, спостерігається зростання загальної політичної свідомості і компетентності громадян. Люди, щоденно стежачи за фронтовими новинами чи антикризовими заходами уряду, починають краще розуміти механізми державної політики, цінувати фактор компетентності та відповідальності у керівництві [22]. Нерідко підвищується рівень патріотизму та громадянської ідентичності: медіа висвітлюють приклади мужності, самопожертви заради батьківщини, історії простих людей, які стали волонтерами чи військовими – це виховує нові покоління у дусі активного патріотизму. Така еволюція політичної культури проявляється у зростанні готовності громадян особисто долучатися до суспільних справ, а не залишатися осторонь. Формується запит на прозорість, ефективність і справедливість: переживши кризу, суспільство через медіа-рефлексію робить висновки про те, які інститути виправдали довіру, а які – ні, і ця колективна пам'ять впливатиме на поведінку після повернення до нормального життя.

По-друге, змінюється характер медіаспоживання і довіри. В екстремальних умовах аудиторія привчається критичніше ставитися до інформації: люди бачать приклади відвертої брехні та маніпуляцій, тому починають більше цінувати

перевірені джерела. Нерідко зростає роль нових медіа: соціальних мереж та месенджерів, через їх швидкість та доступність, особливо якщо традиційні канали пошкоджені чи цензуровані. Це змінює комунікаційний ландшафт: політики і журналісти вимушені опановувати нові платформи, а громадяни вчитися інформаційній грамотності, щоб відрізняти фейки [8].

Усі ці процеси стають частиною нової політичної культури, де усвідомлення цінності правди і небезпеки пропаганди закорінюється значно глибше, ніж у мирні часи. Водночас існують і ризики: травматичний досвід війни може породити в культурі елементи цинізму, зневіри у міжнародних інституціях чи навіть толерування жорстокості як норми [23, с. 12]. Яку саме форму набуде політична культура після кризи, значною мірою залежить від того, як медіа подають цей досвід суспільству. Якщо переважає конструктивний дискурс про єдність, про уроки винесені з випробувань, про шану до героїв, то політична культура збагачується консолідацією та зрілістю. Якщо ж інформаційний простір насичений лише ненавистю і пропагандистськими штампами, є ризик закріплення авторитарних або агресивних рис у масовій свідомості [23, с. 21-23].

Аналізуючи перелічені функції, можна побачити, що в екстремальних умовах війни мас-медіа фактично стають одним з інструментів політичної влади. Недарма пресу часто називають «четвертою владою»: під час кризи ця метафора набуває буквального сенсу. Контролювати інформаційний простір означає контролювати суспільні настрої, а отже – мати вплив співставний з владними повноваженнями. Держава усвідомлює це і намагається спрямовувати діяльність медіа у русло, корисне для національної безпеки.

У демократичних країнах це може проявлятися у тісній координації між офіційними відомствами та редакціями: журналістів включають до пулів, інформують під грифом довіри про чутливі плани в обмін на тимчасове нерозголошення, залучають до розробки інформаційних кампаній. У більш авторитарних або закритих режимах влада взагалі підпорядковує медіа апарату пропаганди, перетворюючи їх на відділ державної машини. В обох випадках медіа виконує волю політичного керівництва або добровільно, усвідомлюючи

загальнонаціональні інтереси, або під примусом, через цензуру та адміністративний тиск [73].

Звичайно, ЗМІ не втрачає повністю автономії і професійної суб'єктності, оскільки журналісти продовжують збирати інформацію, давати власні інтерпретації та нести відповідальність перед аудиторією. Проте в умовах війни грань між незалежним медіа та державними комунікаторами розмивається. Чимало журналістів самі відчують себе частиною спільної боротьби і свідомо коригують стандартні підходи до роботи: можуть відкласти публікацію критичного матеріалу, щоб не підірвати громадянську єдність, чи навпаки поширити якийсь резонансного характеру сюжет, щоб стимулювати потрібну реакцію суспільства, навіть якщо він занадто емоційний [24].

Медіа як інституція влади проявляється і в тому, що суспільство дедалі більше покладається на інформаційні канали майже як на офіційні інститути. Наприклад, телевізійні новини чи повідомлення на урядових сайтах у соцмережах сприймаються населенням нарівні з урядовими постановами. Політична еліта, своєю чергою, нерідко виходить із інформаційного поля, де кадрові рішення, заяви, законодавчі ініціативи готуються з огляду на їх медійний ефект. Усе це свідчить, що медіа інтегрується у структуру реалізації політичної влади: через нього здійснюється керівництво масами, комунікація між різними гілками влади і народом, легітимація прийнятих рішень. Важливо, щоб по завершенні війни ця тимчасова інтеграція ЗМІ у владну вертикаль знову збалансувалася принципами свободи слова і різноманіття думок, притаманними демократії [48].

Сучасні війни ведуться за всеосяжною логікою стратегічної комунікації. Це означає, що інформація планується і використовується так само цілеспрямовано, як і військові або дипломатичні операції. ЗМІ в цьому контексті є ключовим елементом стратегічної комунікації держави. З одного боку, влада через медіа доносить стратегічно важливі наративи до власного населення: пояснює цілі війни, мотивує громадян до довготривалого опору, формує образ ворога і водночас окреслює образ майбутньої перемоги, який додає суспільству сил. З іншого боку, мас-медіа слугують

каналом для трансляції повідомлень назовні, на міжнародну арену та навіть до населення ворожої держави.

Успішна стратегічна комунікація покликана заручитися підтримкою світової громадськості, союзників, нейтралізувати ворожу пропаганду серед сумнівних аудиторій і, якщо можливо, вплинути на суспільну думку противника, підриваючи його віру у власний режим чи виправданість агресії. Наприклад, регулярна присутність української тематики у провідних світових медіа, акцент на боротьбі України за демократичні цінності – це елементи інформаційної стратегії, які врешті конвертуються у військово-політичну підтримку з-за кордону [60].

Медіа в умовах стратегічної комунікації тісно співпрацюють з іншими інструментами, такими як публічна дипломатія, психологічні операції, робота в соціальних мережах та контент платформах. Можна говорити про єдиний інформаційний фронт, де журналісти, дипломати, військові речники та лідери думок діють скоординовано, кожен на своєму напрямі, але в рамках загальної комунікаційної стратегії. Це не означає, що всі вони говорять одними словами чи цензуються централізовано, хоча, швидше, це питання узгодженості цілей та ключових меседжів [9].

Успіх такої стратегії залежить від професійності медіа: народ довірятиме інформаційній кампанії лише тоді, коли поважає джерела, які її озвучують. Відтак держава зацікавлена підтримувати репутацію медіа, не перетворюючи їх повністю на пропагандистські органи, адже в довгостроковій перспективі ефективніша тонка, ненав'язлива комунікація. У підсумку стратегічна комунікація на базі мас-медіа стає одним з факторів перемоги або поразки у війні.

Якщо ворожа країна виграє «битву за розуми і серця» людей, то її шанси на успіх у матеріальному протистоянні зростають. Розуміння цього спонукає держави інвестувати в розвиток національного медіаресурсу, захищати його від ворожих впливів і використовувати медіа-механізми максимально креативно і продумано. ЗМІ, таким чином, перетворюються на стратегічний ресурс держави, подібно до економіки чи армії, і від грамотного управління цим ресурсом залежить і перебіг, і наслідки кризових ситуацій.

У цілому, в умовах війни та криз мас-медіа виконує комплекс взаємопов'язаних функцій, що охоплюють інформаційну, політичну, соціальну й культурну сфери. Медіа мобілізує і консолідує суспільство, легітимізує владу, формує сприйняття реальності, захищає інформаційний простір від фальсифікацій, підтримує баланс між національною безпекою і демократичними цінностями, забезпечує комунікацію в надзвичайних обставинах та впливає на еволюцію політичної культури.

У надзвичайних ситуаціях ЗМІ стають фактично частиною механізму влади і водночас зберігають роль посередника між владою і громадянами. Для політичної науки та практики важливо усвідомлювати цю багатогранність: ефективне використання потенціалу медіа може значно посилити стійкість держави і суспільства під час кризи, тоді як недооцінка або зловживання інформаційною сферою несе серйозні ризики.

Таким чином, засоби масової інформації в умовах війни – це не просто канал передачі новин, а повноцінний суб'єкт політичного процесу, від якого залежить і перебіг конфлікту, і характер суспільства, що з цього конфлікту вийде.

1.3. Медіа як інститут формування суспільної свідомості та політичної ідентичності

Засоби масової інформації глибоко впливають на зміст суспільної свідомості, сукупності поглядів, переконань, цінностей, якими живе спільнота. Через масову комунікацію громадяни отримують не тільки факти, але й інтерпретації, оцінки та контекст, що формують їхнє розуміння поточних подій. Медіаконтент здатний змінювати ставлення людей до подій і явищ, створювати стереотипи або, навпаки, їх розвінчувати. Таким чином, інформаційний простір є своєрідним колективним розумом суспільства: ті меседжі, що постійно транслюються, поступово стають частиною масової свідомості.

Систематичний медійний акцент на певних проблемах, наприклад, корупції, перебігу реформ чи військових загроз, породжує широке усвідомлення їхньої актуальності та важливості. А наголос у медіаповідсті на конкретних морально-ціннісних аспектах: правах людини, справедливості, національній солідарності

сприяє утвердженню відповідних принципів у колективному світогляді. Через ЗМІ суспільство фактично пізнає себе і навколишню дійсність, визначаючи водночас, що слід вважати нормою, а що відхиленням, і хто належить до спільноти, а хто залишається поза нею.

Мас-медіа відіграють важливу роль у політичній соціалізації та вихованні громадян. Висвітлюючи базові поняття і принципи політичного життя, такі як демократію, громадянське суспільство, правову державу, медіа долучають широкі верстви населення до сучасної політичної культури. Завдяки цьому поступово формується система суспільних цінностей, що лежить в основі демократичного устрою та національної єдності. Наприклад, через публічні дискусії і просвітницькі програми засоби інформації утверджують розуміння важливості прав людини, верховенства права, прозорості влади.

Таке інформаційне середовище сприяє вихованню активного громадянина, який усвідомлює свої права і обов'язки та відчуває себе частиною політичної нації. Водночас якісний медійний діалог може об'єднувати різні соціальні групи, шукаючи консенсус і спільне бачення розвитку країни, що є невід'ємною рисою зрілої політичної культури, як от діяльність суспільного мовника «Суспільне.Новини», який під час повномасштабної війни запровадив серію програм і дискусій, спрямованих на роз'яснення ключових політичних процесів та правових норм. У прямому ефірі журналісти разом з експертами обговорюють теми демократії, верховенства права, реформування державних інституцій, забезпечення прав і свобод громадян. Такі формати не лише інформують населення про актуальні рішення влади, а й створюють простір для суспільного діалогу.

Наприклад, у циклі передач про відбудову України після війни піднімалися питання прозорості використання міжнародної допомоги, участі громадян у місцевому самоврядуванні, контролю за діяльністю органів влади. Участь експертів із правозахисних організацій і представників громад створювала умови для дискусії, де різні точки зору були представлені на рівних. Це сприяло формуванню політичної культури, у якій громадянин не є пасивним спостерігачем, а виступає активним учасником демократичного процесу.

Одним із найважливіших вимірів впливу медіа є формування колективної ідентичності, передусім національної. Створюючи спільний інформаційно-культурний простір, засоби масової інформації здатні об'єднувати громадян у єдину спільноту з усвідомленням спільних коренів, цінностей і майбутнього [2, с. 211]. Загальнонаціональні телеканали й інтернет-видання, трансляючи новини та культурно-історичний контент для мільйонів людей, зміцнюють у них відчуття належності до однієї нації. Регулярне підкреслення у медіа символів державності, мови, культури, героїчного минулого, державних свят, формує гордість за країну та емоційну прив'язаність до неї. Незалежні й відповідальні ЗМІ, культивуючи загальнонаціональні цінності й відтворюючи історико-культурні традиції, стають дієвим інструментом консолідації суспільства. Вони виступають каталізатором об'єднання різнорідних груп навколо спільної ідентичності, модерують загальносуспільний діалог і висвітлюють ініціативи, спрямовані на порозуміння та згуртованість.

Особливо помітною є роль медіа у конструюванні ідентичності під час воєнних конфліктів. Війна гостро окреслює межу між своїм і чужим, і мас-медіа активно формують як образ ворога, так і образ власного народу в очах аудиторії. Репортажі з фронту, воєнна риторика, історії про героїзм захисників і страждання мирного населення підсилюють патріотичні почуття та національну солідарність. У таких обставинах суспільна свідомість нерідко зазнає глибокої трансформації: раніше розмиті національні почуття набувають чіткості й емоційної сили [87]. Медіа стають каталізатором цього процесу, апелюючи до спільної історичної пам'яті та базових міфологем боротьби добра зі злом, що пробуджує у громадян відчуття єдності перед лицем небезпеки. В результаті на тлі екзистенційних викликів війни населення все більше самоідентифікується з політичною нацією, а цінності незалежності й свободи набувають першорядного значення.

У контексті воєнного часу медіа впливають не лише на індивідуальні уявлення чи національну ідентичність, а й безпосередньо на суспільно-політичну інтеграцію. Під інтеграцією розуміють процес включення різних соціальних груп у спільний політичний простір, де громадяни поділяють базові цінності, визнають легітимність

державних інститутів і відчують свою причетність до спільної справи розвитку країни. Медіа, особливо під час війни, виконують роль комунікаційного мосту між державою та суспільством: вони пояснюють політичні рішення, інтерпретують події та формують відчуття спільної мети. Саме через інформаційний простір відбувається узгодження суспільних очікувань і державної політики, що мінімізує внутрішні розколи й посилює здатність країни діяти як єдине ціле перед загрозами. Таким чином, медійний дискурс стає ключовим механізмом, який перетворює окремі групи населення на політичну спільноту з узгодженими цінностями та баченням майбутнього.

Важливою складовою впливу медіа є їхня здатність виконувати функцію суспільно політичної інтеграції, поєднуючи різні соціальні групи навколо спільних ціннісних орієнтирів і загальнонаціонального бачення розвитку держави. Інтеграційний потенціал проявляється у здатності загальнонаціональних ЗМІ, насамперед телебачення, суспільного мовника й великих онлайн медіа, створювати єдиний інформаційний простір, у якому громадяни з різним досвідом, регіональною ідентичністю чи політичними уподобаннями отримують однакову базову інформацію про ключові події та виклики. Це забезпечує спільне розуміння реальності, що є необхідною умовою для політичної стабільності та національної солідарності. Як підкреслює О. Воронянський, загальнонаціональні інформаційні канали знижують ризик фрагментації суспільства, виконуючи роль комунікативного мосту між владою та громадянами, а також між різними соціальними спільнотами.

У кризові та воєнні періоди роль інтеграційних ЗМІ особливо посилюється. Спільна інформаційна рамка допомагає суспільству зберігати внутрішню згуртованість, координувати зусилля та протистояти зовнішньому впливу. Саме тому під час повномасштабного вторгнення провідні українські телеканали, суспільний мовник та інтернет видання узгоджено транслюють єдиний комплекс базових повідомлень, спрямованих на підтримку національної єдності, взаємну підтримку та довіру до інституцій. Завдяки цьому медіа стають важливою основою інтеграції українців у політичну спільноту, для якої спільний інформаційний простір є фундаментальним елементом самоідентифікації.

ЗМІ у сучасному світі – це більше ніж просто канали передачі інформації. Це впливовий політичний інститут, який формує той смисловий простір, у якому існує суспільство, і значною мірою визначає характер колективної свідомості. Через повсякденний медійний дискурс люди набувають спільних знань, ціннісних уявлень і орієнтирів, що зумовлюють їхню поведінку та політичні вибори. У періоди кризових потрясінь, таких як війна чи трансформація політичного режиму, роль ЗМІ особливо посилюється: від здатності інформаційного поля згуртувати націю або, навпаки, розколоти її залежить стійкість держави та успішність демократичних змін. Політична культура й ідентичність народу значною мірою є відбитком його інформаційного середовища. Тому дослідження медіа як інституту формування суспільної свідомості дає змогу глибше зрозуміти механізми суспільної консолідації, легітимації влади та вироблення спільної політичної мови, що об'єднує громадян у політичну спільноту.

Отже, вплив медіа на суспільну свідомість та політичну ідентичність – потужний чинник, який значною мірою визначає вектор розвитку політичної спільноти, особливо у переломні історичні періоди.

У межах теоретичного поля встановлено, що засоби масової інформації виступають ключовим інститутом формування суспільної свідомості та політичної ідентичності, а їхній вплив визначає характер суспільно-політичних процесів в Україні. Узагальнення теоретичних підходів засвідчує, що ЗМІ виконують комплекс функцій, які охоплюють інформування, соціалізацію, мобілізацію та формування ціннісних орієнтирів. Як зазначає О. Безпальча, медіа формують уявлення суспільства про соціальні норми й моделі поведінки, що закріплюються на рівні колективної свідомості та визначають сприйняття політичних процесів [1]. Саме через інформаційний простір громадяни отримують базові орієнтири щодо того, що є суспільно значущим та яким має бути ставлення до подій, явищ і політичних акторів.

Простежено, що медіа задають рамки інтерпретації соціальної реальності, спрямовуючи увагу громадськості на обрані теми. Теорія «agenda-setting», на яку звертають увагу сучасні дослідники, демонструє, що вплив ЗМІ виходить за межі простого передавання інформації. Вони визначають порядок денний, тобто

структурують проблематику суспільного дискурсу. Під впливом цього механізму формуються політичні акценти, оцінки та суспільні настрої. Це особливо відчутно у періоди загострень та криз, коли ЗМІ фактично стають інтерпретаторами подій для широкої аудиторії.

Мас-медіа відіграють вирішальну роль у конструюванні політичної ідентичності, формуючи уявлення громадян про національну спільність, історичну пам'ять та систему цінностей. У воєнних умовах цей вплив посилюється, адже інформаційні наративи стають інструментом консолідації, підсилення почуття єдності та підтримки моральної стійкості суспільства. Змістовний і відповідальний медійний дискурс сприяє утвердженню активної громадянської позиції та підвищенню рівня усвідомлення громадянами власної політичної ролі.

Виявлено також амбівалентність ролі ЗМІ. З одного боку, вони є інструментом демократизації, критичного переосмислення подій та відкритої комунікації між владою і суспільством. З іншого боку, медіа можуть бути джерелом маніпуляцій, селективного інформування і нав'язування інтерпретацій, що спотворюють реальність. Це підкреслює залежність ефективності функціонування інформаційного простору від рівня професійних стандартів журналістики, прозорості медіавласності та стійкості суспільства до дезінформаційних впливів.

Узагальнюючи результати теоретико-методологічного аналізу, можна стверджувати, що ЗМІ формують базову структуру суспільної комунікації, впливають на політичну поведінку та визначають характер суспільного діалогу. Їхня роль у виробленні колективних смислів та формуванні політичної ідентичності зростає в умовах війни та кризових трансформацій. Водночас якість цього впливу залежить від здатності медіа забезпечувати достовірність інформації, дотримуватися професійних стандартів та сприяти формуванню критичного мислення громадян.

У сучасних умовах українські ЗМІ виступають одночасно й ресурсом інтеграції, й сферою підвищених ризиків. Потенціал медіа здатен зміцнювати єдність суспільства, формувати спільне бачення майбутнього та підтримувати політичну суб'єктність громадян. Проте ефективність цього потенціалу залежить від того,

наскільки інформаційний простір залишається відкритим, відповідальним і здатним протидіяти маніпулятивним практикам в умовах війни.

РОЗДІЛ II. ПРОБЛЕМАТИКА ФУНКЦІОНУВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

2.1. Інформаційні виклики та загрози: пропаганда, фейки та дезінформація

Державна політика України щодо протидії дезінформації є складовою системи національної безпеки та гарантією інформаційного суверенітету. Її спрямування полягає у побудові дієвих механізмів виявлення, упередження та нейтралізації маніпулятивних повідомлень, які становлять загрозу демократичним інституціям, громадській стабільності та міжнародній репутації держави. В умовах повномасштабної війни дезінформація перетворилася на один із провідних інструментів гібридного тиску, що застосовується для розхитування внутрішньополітичної ситуації, підриву довіри до органів влади та цілеспрямованого впливу на суспільні настрої.

Відповідно до статті 17 Конституції України на державу покладається обов'язок недопускати деструктивний інформаційний вплив у межах її юрисдикції, зокрема забезпечувати інформаційну безпеку як одну з ключових державних функцій. Низка положень Основного Закону також дотична до мінімізації негативних наслідків від поширення шкідливої інформації, зокрема статті 31, 32, 34, 40 та інші. Закон України Про інформацію серед засад інформаційних відносин закріплює принципи достовірності та повноти інформації [15].

Значущим стратегічним документом у сфері інформаційної безпеки та правового врегулювання окремих аспектів боротьби з дезінформацією стала Стратегія інформаційної безпеки [51], схвалена Радою національної безпеки і оборони України 15 жовтня 2021 року та затверджена Указом Президента України від 28 грудня 2021 року. У Стратегії окреслено актуальні загрози та виклики для національної безпеки в інформаційній площині, визначено стратегічні цілі й завдання, спрямовані на їх нейтралізацію, а також передбачено захист права на інформацію і персональні дані. Документ закладає комплексний підхід до протидії дезінформаційним практикам.

Важливим інституційним кроком у період війни на сході України, який передував повномасштабному вторгненню РФ 24 лютого 2022 року, стало створення Центру протидії дезінформації 19 березня 2021 року на підставі Указу Президента України №106. Центр виконує стратегічні функції з виявлення, аналізу та знешкодження інформаційних загроз, спрямованих на дестабілізацію країни. До його повноважень належать моніторинг інформаційного простору, ідентифікація маніпулятивного контенту, аналіз інструментів і тактик інформаційних атак, а також підготовка рекомендацій для органів державної влади щодо реагування на такі виклики [39]. Окремий акцент робиться на міжвідомчій кооперації, взаємодії з міжнародними партнерами, співпраці з медіа, експертним середовищем і громадянським суспільством, що дозволяє вибудувати узгоджену систему координації зусиль у сфері інформаційної безпеки.

Центр покликаний консолідувати діяльність усіх державних інституцій, залучених до протидії дезінформації, забезпечуючи єдність інформаційної політики та підвищення результативності заходів із протидії ворожим інформаційним операціям. Його робота спрямована на формування цілісної державної стратегії інформаційної безпеки, розвиток системи стратегічних комунікацій, запобігання деструктивному впливу держави-агресора та створення інтегрованої моделі оцінювання інформаційних ризиків і загроз. Серед пріоритетів діяльності Центру – підвищення стійкості суспільства до дезінформації, розбудова медіаграмотності населення, спростування фейкових наративів і розширення міжнародної співпраці у протидії інформаційним кампаніям. Важливим напрямом є також підтримка позитивного міжнародного образу України, що сприяє консолідації партнерів у боротьбі з інформаційною агресією та посиленню зовнішньої підтримки в умовах гібридної війни [39].

Паралельно Міністерство культури та інформаційної політики України реалізує проекти, орієнтовані на розвиток медіаграмотності, що становить ключовий елемент у протидії інформаційним маніпуляціям. Посилення критичного мислення населення є одним із найрезультативніших способів захисту від деструктивних впливів, оскільки дозволяє самостійно виявляти фейки, відрізнити перевірену інформацію від

пропагандистських матеріалів і зменшувати проникність ворожих наративів. Для цього МКІП впроваджує освітні програми, тренінги та комунікаційні кампанії, спрямовані на формування безпечних практик споживання інформації.

У 2024 році відбувся суттєвий поступ у розвитку медіаграмотності, цифрової безпеки, критичного мислення й протидії дезінформації. З огляду на сучасні загрози громадські організації, медіа, державні інституції та міжнародні донори скоординували зусилля, аби зміцнити інформаційну стійкість суспільства шляхом масштабних освітніх програм, інноваційних ініціатив та креативних комунікаційних проєктів. Результати свідчать не лише про зростання розуміння важливості медійної та інформаційної грамотності, а й про здатність українців адаптуватися до викликів інформаційної війни та цифрової доби. Значна увага приділялася розвитку компетентностей у різних вікових і соціальних групах, від підлітків і молоді до людей старшого віку та фахівців різних сфер.

В Огляді українських ініціатив з медіаграмотності за 2024 рік виокремлено кілька ключових результатів: по-перше, масштабування курсів із медіаграмотності, критичного мислення, фактчекінгу та цифрової безпеки, зокрема з акцентом на практичні навички використання штучного інтелекту; по-друге, застосування креативних форматів фактчекінгу через інтерактивні сервіси, мультимедійні платформи і подкасти; по-третє, підтримку національної ідентичності та культурної спадщини шляхом програм, що поєднують медіаграмотність із глибшим знанням української культури [37].

Окрім проєктів МКІП, важливе місце у підвищенні медіаграмотності та інформаційної безпеки посідають цифрові освітні рішення. Сучасні технології забезпечують широке охоплення аудиторій і доступність навчального контенту, що є критично важливим в умовах інформаційної війни. Показовим прикладом стала платформа Дія. Цифрова освіта, запущена Міністерством цифрової трансформації України. Освітні матеріали адресовано різним категоріям користувачів, зокрема школярам, держслужбовцям, педагогам, медикам, батькам, молоді та широкому загалу. Передбачено можливість проходження національних курсів із підсумковим тестуванням і отриманням сертифікатів.

Вагомий внесок роблять також недержавні організації, аналітичні центри та громадські ініціативи, що досліджують медіасередовище, проводять просвітницькі кампанії та розбудовують навички критичного сприйняття інформації. Завдяки цій діяльності громадяни отримують доступ до якісних навчальних продуктів, аналітики та фактчекінгових сервісів, які допомагають викривати маніпулятивний контент і протидіяти дезінформації. Серед таких інституцій IREX, Академія української преси, ГО Детектор медіа, Фундація Суспільність, Український кризовий медіацентр, ІнтерньюзУкраїна, Інститут масової інформації, Могилянська школа журналістики, Центр демократії та верховенства права, Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів, журнал Куншт, а також освітні онлайнплатформи EdEra та Prometheus і фактчекінгові ініціативи StopFake, По той бік новин, VoxCheck тощо [43].

Україна системно розвиває міжнародне партнерство для посилення власної інформаційної безпеки, обміну досвідом і запровадження найкращих практик у протидії дезінформації. В умовах гібридної війни та постійних інформаційних атак взаємодія з міжнародними організаціями, урядами інших держав і незалежними аналітичними центрами є ключовою для підвищення стійкості суспільства до маніпуляцій. Так, Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів працює в Україні близько трьох десятиліть, реалізуючи програми за підтримки USAID, Державного департаменту США, Посольства США в Україні, відповідних установ Великої Британії, уряду Канади та інших партнерів. Нині IREX провадить низку ініціатив для молоді у сфері публічної дипломатії, підтримує незалежні медіа та сприяє реформам у взаємодії з громадянським суспільством, органами влади та громадами. За час роботи програми IREX охопили понад 1400 громад у 24 областях і в Криму, співпрацювали з понад 400 національними та регіональними громадськими організаціями, залучили близько 300 партнерів у межах програми Американський дім, підтримали понад дві тисячі учасників обмінів і підвищили кваліфікацію п'яти тисяч бібліотекарів із двох тисяч модернізованих бібліотек, а також навчили критичному сприйняттю інформації понад сто тисяч студентів [41]. Окремо IREX розробив загальнодоступний онлайн-курс із медіаграмотності VeryVerified як превентивний інструмент проти дезінформації та пропаганди, що надає практичні

навички медійної та інформаційної грамотності широкому колу користувачів. Курс доступний трьома мовами на платформі EdEra.

Завдяки консолідації державних і громадських зусиль, а також підтримці міжнародних партнерів такі програми поглиблюють аналітичні спроможності, розширюють перелік освітніх матеріалів та посилюють співпрацю зі ЗМІ, підвищуючи інформованість населення про інформаційні ризики. Україна зіштовхується з широким спектром проблем і викликів у сфері протидії дезінформації, зумовлених як зовнішніми, так і внутрішніми чинниками. Однією з ключових загроз є інтенсивна інформаційна війна з боку Росії, яка застосовує дезінформаційні кампанії для дестабілізації суспільства, підриву довіри до державних інституцій і провокування внутрішніх конфліктів. Противник активно експлуатує соціальні мережі, анонімні телеграм-канали, підконтрольні медіа та мережі агентів впливу, що суттєво ускладнює протидію поширенню фейків.

Стрімкий розвиток цифрових технологій пришвидшив обіг інформації, створивши водночас нові можливості та ризики у протидії дезінформації. Соціальні мережі, месенджери та онлайн-платформи дозволяють фейковим повідомленням миттєво охоплювати мільйони користувачів, а алгоритмічні системи відбору контенту посилюють поширення емоційно забарвлених і сенсаційних матеріалів, провокуючи паніку та підриваючи довіру до інституцій. Дезінформаційні кампанії вирізняються адаптивністю, поєднуючи тексти, відео, бот-мережі й дипфейки, часто змішуючи правдиві факти з маніпулятивними інтерпретаціями, що ускладнює верифікацію. Водночас соціальні медіа, попри свою роль у поширенні фейків, можуть слугувати ефективним інструментом для оперативного спростування та поширення достовірної інформації.

Попри помітний поступ фактчекінгових ініціатив, їхні ресурси все ще обмежені. Перевірка фактів потребує значних людських і технологічних потужностей, тоді як потік дезінформації є безперервним і масштабним. Чимало редакцій і платформ мають недостатнє фінансування, брак фахівців і складнощі з доступом до офіційних даних, що гальмує своєчасне спростування фейків. Діяльність ініціативи «StopFake», яка з 2014 року спеціалізується на викритті російської

дезінформації, попри велику кількість спростованих фейків, неодноразово наголошувала на обмежених ресурсах: брак фінансування, обмежений штат аналітиків і необхідність залучати волонтерів ускладнюють своєчасну перевірку всіх повідомлень, що швидко поширюються в соціальних мережах [86].

Подібні труднощі відчуває й проєкт «VoxCheck», який проводить фактчекінг політичних заяв та інформаційних вкидів, але через великий обсяг дезінформації часто змушений зосереджуватися лише на найбільш резонансних випадках [94]. Запровадження автоматизованих систем моніторингу та аналізу є необхідним, але також потребує суттєвих інвестицій і технологічної підтримки. В умовах гібридної війни постійні інформаційні атаки лише підсилюють актуальність комплексної відповіді.

Додатковою проблемою виступає невисокий рівень медіаграмотності частини населення. Бракує навичок критичного мислення та перевірки джерел, що робить громадян уразливими до маніпуляцій. Освітні програми з медіаграмотності вже реалізуються, однак їх охоплення поки що недостатнє. До цього додається недосконалість нормативної бази у сфері дезінформації, що ускладнює притягнення до відповідальності за поширення фейків, особливо в онлайн-середовищі.

Важливим завданням є розбудова більш тісної взаємодії між державою, громадянським суспільством і технологічними компаніями. Соціальні платформи та месенджери залишаються головними каналами для дезінформаційних вкидів, а наявні механізми модерації часто виявляються недостатніми. Україні потрібні дієвіші інструменти співпраці з глобальними ІТ-компаніями для оперативного виявлення та блокування ворожого контенту. Паралельно необхідно розвивати власні інформаційні ресурси й підтримувати незалежні медіа, щоб забезпечити громадянам доступ до перевіреної інформації та протидіяти інформаційній агресії.

Дезінформація безперервно еволюціонує, залучаючи штучний інтелект, бот-мережі, дипфейки та інші технології, що ускладнює її ідентифікацію та нейтралізацію. Генеративні моделі здатні швидко створювати переконливі тексти практично на будь-яку тему, що полегшує фабрикацію фейкових новин, вигаданих історій чи навіть псевдонаукових матеріалів. Показовим є випадок, коли українські

медіа поширили повідомлення про нібито купівлю Сербією двадцяти тисяч Shahed-136 в Ірані. Згодом з'ясувалося, що ця інформація була вигаданою, а її згенерував штучний інтелект і поширив акаунт у мережі X [16]. Частковий збіг із реальним візитом заступника міністра закордонних справ Сербії до Ірану 7 серпня надав фейку правдоподібності, однак твердження про закупівлю дронів було вигадане ШІ. Протидія ШІ-генерованій дезінформації та регулювання використання таких технологій стають стратегічними пріоритетами держави. Для їх досягнення необхідне вдосконалення законодавства, що забезпечить ефективне регулювання застосування штучного інтелекту в інформаційному просторі, встановить чіткі правові механізми боротьби з дезінформацією та водночас збереже принципи свободи слова.

Отже, система протидії дезінформації в Україні зіштовхується з комплексом труднощів, які ускладнюють належне забезпечення інформаційної безпеки. Серед ключових проблем – масштаби та швидкість поширення маніпулятивних матеріалів, брак ресурсів для їх оперативного виявлення і спростування, недостатня медіаграмотність частини населення та сильний зовнішній вплив, спрямований на деформацію громадської думки. Додатково потребує оновлення і правове поле, щоб ефективно врегульовувати інформаційне середовище, не порушуючи при цьому свободу вираження поглядів.

2.2. Суспільно-політичні дискусії та поляризація у медіа просторі

Сучасний інформаційний простір України, особливо в умовах повномасштабної війни та гібридних загроз, характеризується надзвичайною напруженістю суспільно-політичних дискусій. Попередньо було окреслено проблему дезінформації як інструменту, що спотворює реальність та маніпулює громадською думкою. Невід'ємно пов'язане з цим явищем є поляризація медійного дискурсу – процес, за якого медіа та соціальні мережі розділяють аудиторію на протилежні табори за світоглядними та політичними ознаками. Поляризовані наративи набувають великої ваги під час війни: ворожа пропаганда цілеспрямовано роздмухує емоції та розбіжності, прагнучи підірвати суспільну єдність і посіяти сумніви щодо офіційних версій подій. У таких умовах інформаційна безпека держави стає критично важливою,

адже саме від здатності протистояти медійним розколам залежить стійкість суспільства перед обличчям гібридної агресії.

Поляризація медіадискурсу проявляється через різке протиставлення поглядів та відсутність конструктивного діалогу між умовними таборами в суспільстві. Сучасне медіасередовище, як традиційні ЗМІ, так і особливо соціальні мережі – підсилює ці тенденції. Алгоритми онлайн-платформ схильні пропонувати користувачам контент, що відповідає їхнім уже наявним переконанням, утворюючи своєрідні інформаційні бульбашки. Внаслідок цього люди все частіше споживають лише ту інформацію, яка підтверджує їхню позицію, і ігнорують альтернативні точки зору.

Дослідження VoxUkraine в 2024 році показало, що понад половина опитаних молодих українців (50,6%) знаходяться у «соціальній бульбашці», вони здебільшого бачать у соцмережах інформацію, яка відповідає їхнім поглядам [59]. Три основні чинники, що сприяють цьому: схильність піддаватися тиску домінуючої думки, рідкісне звернення до альтернативних точок зору та уникання дискусій. Натомість ті, хто активно дебатує, шукає різноманітні джерела і не боїться непопулярних поглядів, рідше потрапляють у бульбашку навіть за невеликої кількості соцмереж, якими вони користуються. Поступово формуються паралельні реальності: кожна група оперує власним набором фактів і наративів, а опоненти зображуються як носії хибних або навіть зловмисних поглядів, нерідко із застосуванням відвертої мови ворожнечі. Така поляризованість медіапростору не лише відображає наявні розбіжності у суспільстві, а й здатна поглиблювати їх, посилюючи емоційну напругу та взаємну недовіру між громадянами.

Варто також розрізняти різні виміри поляризації. Політологічні дослідження часто виокремлюють афективну поляризацію, тобто взаємну ворожість та упередження між прихильниками протилежних таборів, і ідеологічну або тематичну поляризацію, коли групи розходяться у поглядах щодо конкретних питань або політики. На практиці ці виміри тісно переплітаються, афективна поляризація здатна підготувати ґрунт для повного нерозуміння опонентів, а далі поступово переходить у глибокі розбіжності переконань. Спочатку формується емоційне відчуження: свій

ненавидить чужого; а з часом це відчуження закріплюється у вигляді принципово протилежних позицій з ключових суспільних питань. Таким чином, поляризація являє собою динамічний процес, що починається з емоційної площини і може переростати у стійкий ідеологічний поділ, якщо його не стримувати [82].

Наслідки поляризованого медійного дискурсу відчутно позначаються на політичній стабільності та функціонуванні демократичних інститутів. Коли суспільство розділене на ворогуючі інформаційні табори, зростає ризик політичної дестабілізації. Умови війни додають напруги: будь-які помилки чи труднощі на фронті або в тилу можуть трактуватися протилежними групами діаметрально, часто з обвинуваченнями на адресу влади або одне одного. Ворожі інформаційні кампанії цим користуються та розповсюджують наративи про непрофесійність чи зрадливість керівництва, про нібито безнадійність становища, посилюючи недовіру до уряду та офіційних джерел.

показовим прикладом стала ситуація восени 2022 року під час масових російських обстрілів енергетичної інфраструктури України. Внаслідок атак мільйони громадян залишалися без світла, тепла та води. У цей період у соціальних мережах і телеграм-каналах поширювалися два протилежні наративи. Одні користувачі наголошували на стійкості суспільства, закликали до солідарності й розуміння складності обставин, підкреслюючи роботу енергетиків та швидке відновлення мереж, а інші різко критикували владу, звинувачували її у неспроможності захистити критичну інфраструктуру та забезпечити людей базовими умовами життя.

Російські інформаційні ресурси активно підсилювали другу лінію дискурсу, поширюючи меседжі про «повний колапс енергосистеми» та «нездатність українського уряду впоратися з кризою». Це підживлювало паніку й взаємні звинувачення серед громадян, посилювало політичну поляризацію та підривало довіру до офіційних повідомлень. Таким чином, об'єктивно складна ситуація з енергетикою була використана як інструмент дестабілізації через медіапростір [44].

У результаті підривається легітимність державних рішень: частина громадян перестає вірити повідомленням влади чи навіть сумнівається в чесності демократичних процедур. Демократичні інституції, від виборів до парламентського

процесу, в умовах поляризації працюють зі збоями. Замість зважених дискусій спостерігається жорстке протистояння, коли політичні сили апелюють радше до емоцій та лояльності своєї аудиторії, ніж до загальнонаціонального консенсусу. Це ускладнює вироблення спільної політики, гальмує реформи і може паралізувати процес ухвалення рішень.

В екстремальних випадках глибока поляризація створює ґрунт для радикалізації частини суспільства і навіть політичного насильства, що прямо загрожує політичній стабільності держави. Досвід низки демократичних країн демонструє, що затяжна та глибока поляризація здатна підірвати самі основи демократії: суспільства, розколоті на ворогуючі табори, стикаються з кризами довіри, популістськими викликами і навіть спалахами насильства на політичному ґрунті. Україна, яка і так потерпає від зовнішньої агресії, не може дозволити собі додаткову внутрішню дестабілізацію через інформаційні розколи.

Не менш серйозним є вплив поляризації на громадянську єдність та загальний рівень суспільної довіри. Для країни, що протистоїть зовнішній агресії, внутрішня єдність є одним із наріжних факторів стійкості. Поляризований медіапростір підриває цю єдність, розділяючи громадян за різними ознаками. Зокрема, в сучасних українських реаліях окреслюються потенційні лінії напруги між тими, хто перебуває на фронті, і тими, хто в тилу; між тими, хто виїхав за кордон у пошуках безпеки, і тими, хто залишився вдома; між людьми, що досі толерантно ставляться до елементів російської культури чи мови, і тими, хто сприймає це вкрай негативно [96].

Хоча загалом суспільство демонструє високу згуртованість перед обличчям ворога, сам факт обговорення цих розбіжностей у медіа може посилювати відчуття розколу. Соціальні мережі нерідко стають майданчиком для взаємних докорів: до прикладу, одні можуть звинувачувати інших у недостатньому патріотизмі чи униканні обов'язку, тоді як у відповідь лунають звинувачення в безчуттєвості до індивідуальних трагедій або в нетолерантності. Усе це підточує горизонтальну довіру, за рахунок чого люди починають підозріло ставитися до мотивів і внеску співгромадян з іншого табору. Низький рівень суспільної довіри небезпечний тим, що руйнує соціальний капітал: стає складніше об'єднувати зусилля для спільного блага,

знижується взаємна підтримка в громадах. Ба більше, ворогові легше маніпулювати таким суспільством, поширюючи деструктивні чутки та стереотипи, які поглиблюють існуючі тріщини.

Примітно, що соціологічні заміри наразі не фіксують глибокого розколу: більшість українців, незважаючи на різний досвід війни чи походження, загалом готові взаємодіяти одне з одним. Це означає, що реальний рівень поляризованості лишається відносно низьким, а суспільство зберігає значний потенціал єдності. Однак інформаційний дискурс може створювати враження протилежного. Політична риторика і пропаганда, апелюючи до образу розділеної нації, підживлюють уявлення про непримиренне протистояння груп. Такий наратив, навіть перебільшений, здатний стати самовиконуваним пророцтвом: чим більше публічно говорять про нібито розколоте суспільство, тим більше люди схильні сприймати соціальну реальність крізь призму цього поділу [47]. Відповідно, важливо, щоб медіа та лідери громадської думки обережно підходили до висвітлення чутливих тем, не провокуючи конфлікти без потреби, а навпаки – шукаючи об'єднавчі риси. Таким чином, поляризація ставить під удар громадянську єдність, але її згубний потенціал можна стримати, якщо не дозволяти інформаційним маніпуляціям роз'ятрювати суспільні рани.

Чимало експертів називають нинішню боротьбу з російською агресією війною ідентичностей та цінностей. Справді, на кону стоїть модель української демократичної національної ідентичності, яка протистоїть нав'язуваному Кремлем імперському світогляду [77]. В цьому контексті інформаційний фронт є надзвичайно важливим: від того, які наративи та смисли поширюються в медіа, залежить, як громадяни усвідомлюють свою приналежність і за які цінності готові боротися.

Політична ідентичність громадян формується значною мірою під впливом панівних медійних наративів і тих онлайн-спільнот, до яких люди належать. Поляризована атмосфера стимулює людей ототожнювати себе з певним табором і приймати його погляди як частину власної ідентичності. У соціальних мережах це проявляється у створенні згуртованих груп однодумців, де формується відчуття колективної приналежності, наприклад, до спільноти так званих справжніх патріотів

або, навпаки, до альтернативної субкультури, що критично ставиться до офіційного курсу.

В умовах війни значна частина українського суспільства консолідувалася навколо сильної національної ідентичності, зорієнтованої на відсіч агресору та підтримку державності. Це має позитивний вимір, адже підсилює почуття єдності проти зовнішнього ворога. Водночас у поляризованому дискурсі така ідентичність нерідко набуває рис виключності: будь-які відхилення чи сумніви щодо домінантної лінії розглядаються підозріло. Люди, чиї погляди не вкладаються в жорстку дихотомію свій-чужий, ризикують стати об'єктом осуду або маргіналізації. Таким чином, політична ідентифікація за умов медійної поляризації має тенденцію до спрощення та радикалізації: індивіди дедалі більше схильні мислити у категоріях протистояння, що звужує простір для плюралізму і критичного мислення. Крім того, ворожа пропаганда намагається впливати на ідентичність окремих груп: наприклад, нав'язуючи проросійські світоглядні орієнтири або експлуатуючи регіональні та мовні відмінності, аби посіяти розкол у питанні, ким себе бачать українські громадяни та з якими цінностями вони себе ототожнюють [58].

З огляду на виклики, описані вище, постає практичне питання: як зменшити руйнівний вплив поляризації на суспільство та зберегти стійкість інформаційного простору? Важливу роль відіграє підвищення медіаграмотності населення – тобто здатності критично сприймати інформацію, розпізнавати маніпуляції та відрізняти факти від дезінформації. Освітні ініціативи та просвітницькі кампанії можуть допомогти громадянам не піддаватися емоційним провокаціям у медіа. Не менш значущим є дотримання професійних стандартів журналістики: ЗМІ, що подають збалансовану та перевірену інформацію, створюють простір для конструктивного діалогу, а не підбурюють ворожнечу.

Держава теж шукає підходи до регулювання інформаційної сфери в умовах війни. Йдеться, зокрема, про протидію відверто ворожим каналам впливу, таким, як анонімні телеграм-канали, що координуються з Росії [5]. Розглядаються механізми обмеження шкідливого контенту та співпраці з великими технологічними платформами на кшталт Meta чи Google щодо модерації дезінформації і мови

ненависті. Подібні кроки потребують тонкого балансу: захищаючи суспільство від інформаційних атак, важливо не допустити надмірного обмеження свободи слова. В свою чергу, представники влади та громадянського суспільства через стратегії комунікації намагаються просувати об'єднавчі меседжі. Акцент на спільних цінностях, на підтримці одне одного та на довірі до перевірених джерел допомагає нейтралізувати наративи, що сіють страх і ворожнечу.

Таким чином, зменшення поляризації – це спільне завдання медіа, інституцій і самих громадян. Його вирішення є необхідною умовою зміцнення демократичних інститутів, підтримання громадської єдності та забезпечення того, щоб Україна вийшла з теперішніх випробувань ще більш згуртованим і стійким суспільством.

2.3. Вплив війни на трансформацію українського медіа ринку та журналістських стандартів

Однією з найпомітніших змін під час війни стало різке зростання ролі онлайн-медіа та соціальних мереж у споживанні новин. У перші місяці після початку вторгнення більшість українців отримували інформацію передусім через інтернет-джерела. Соціальні мережі, особливо Telegram, перетворилися на основний канал оперативного інформування населення про перебіг бойових дій, повітряні тривоги та інші надзвичайні події. Аудиторія телеграм-каналів українських новин за короткий час зросла до мільйонів користувачів, що було зумовлено як зручністю і швидкістю поширення повідомлень, так і потребою отримувати найсвіжіші попередження про небезпеку. Водночас така залежність від соцмереж мала і зворотний бік: інформація у Telegram-каналах часто поширюється без належної перевірки, нерідко трапляються чутки або навмисні випадки дезінформації. Це поставило перед редакціями завдання оперативно відділяти правду від фейків і слугувати для аудиторії надійним фільтром у хаотичному потоці воєнних новин. Традиційне телебачення та новинні сайти теж фіксували підвищення аудиторії на початку війни, проте загальна тенденція чітка: війна прискорила перехід медіаспоживання в онлайн-середовище, суттєво послабивши домінування друкованої преси і навіть телебачення [89].

В умовах воєнної агресії держава консолідувала телевізійний простір заради єдності інформаційної політики. Уже 25 лютого 2022 року провідні українські телеканали об'єднали мовлення в спільний цілодобовий марафон новин Єдині новини [18]. Цей телемарафон об'єднав редакції найбільших медіагруп, які по чергово наповнювали ефір спільним контентом про ситуацію в країні. Такий крок сприяв згуртованості суспільства перед лицем загрози та забезпечив безперервне інформування населення. Водночас він означав фактичну монополізацію загальнонаціонального ефіру: канали, що не увійшли до марафону, зокрема деякі опозиційні мовники, були відключені від цифрового ефіру і могли поширювати свої програми лише через інтернет чи супутник. Отже, війна спричинила безпрецедентну централізацію телевізійного мовлення, що стало кроком, виправданим воєнним станом, але такий, що викликав дискусії про можливі ризики для плюралізму та незалежності медіа. Уряд додатково запровадив окремий інформаційний телеканал FreeДом, який мовить російською мовою цілодобово. Цей проект націлений на російськомовну аудиторію в Україні та за кордоном та покликаний доносити правдиву українську позицію про війну, спростовуючи кремлівські пропагандистські наративи [92].

Повномасштабна війна також пришвидшила демонтаж старої олігархічної моделі медіаволодіння. Якщо до 2022 року український медіаринок характеризувався присутністю великих приватних холдингів, контрольованих фінансово-промисловими групами, то воєнні потрясіння суттєво похитнули цей порядок. Найбільш показовим стало рішення бізнесмена Ріната Ахметова влітку 2022 року закрити свій медіахолдинг Медіа Група Україна, до складу якого входили провідні телеканали та онлайн-видання. Офіційно цей крок пояснили вимогами нового антиолігархічного законодавства, але не менш важливу роль зіграли й економічні втрати Ахметова через бойові дії, зокрема знищення його активів на окупованому сході України [11]. Закриття такого великого гравця призвело до скорочення близько чотирьох тисяч медіапрацівників і звузило ринок телевізійних новин. З іншого боку, зникнення з інформаційного поля однієї з олігархічних груп дещо послабило політичну заангажованість медіасфери. Війна фактично змусила решту великих

медіавласників або інтегруватися в спільний державний марафон, або значно переглянути бізнес-моделі, орієнтуючись на цифрові платформи та міжнародну підтримку замість традиційної рекламної монетизації.

Регіональні та друковані медіа зазнали чи не найбільших потрясінь. Через бойові дії та окупацію частини територій багато місцевих редакцій змушені були зачинитися або евакуюватися. За офіційними даними, близько 15% телерадіоорганізацій країни припинили мовлення у перші місяці війни, переважно на сході та півдні України, де велись інтенсивні бої або встановлено окупаційний режим [70]. Значна частина комунальних і приватних газет та журналів перестали виходити друком через логістичні труднощі, руйнування друкарень, падіння попиту та неможливість доставки у зони бойових дій. Фактично традиційна друкована преса в сфері суспільно-політичної інформації завмерла: на національному рівні не залишилося жодного впливового щоденного друкованого видання чи регулярного суспільно-політичного журналу. Майже повний перехід споживачів на цифрові джерела змусив навіть ті редакції, що історично були орієнтовані на паперовий формат, терміново перебудуватися під онлайн-платформи.

Натомість цифровий сегмент українських медіа виявився найбільш гнучким і життєздатним у нових умовах. Вже з перших тижнів війни незалежні онлайн-видання суттєво наростили аудиторію: відвідуваність провідних новинних сайтів у березні 2022 року збільшилася в рази у порівнянні з довоєнним часом, адже громадяни шукали оперативні новини та перевірену інформацію про розвиток ситуації. З'явилися і нові медіапроекти, створені спеціально під виклики воєнного періоду. Наприклад, виникли спеціалізовані ресурси, присвячені допомозі біженцям, волонтерству чи роз'ясненню дій у надзвичайних ситуаціях, які заповнювали інформаційні ніші, актуальні під час війни [42].

Багато наявних видань розширили свою присутність у соцмережах і запустили канали на платформах на зразок YouTube, щоб донести контент до максимально широкої аудиторії в Україні та за її межами. Таким чином, медіасистема почала швидко еволюціонувати в бік моделі з пріоритетом цифрових платформ, де швидкість та мультимедійність стали визначальними. До України також прибула

безпрецедентна кількість іноземних кореспондентів, які висвітлюють війну для глобальної аудиторії. Українські журналісти тісно співпрацюють з колегами з усього світу, надаючи їм експертизу і локальний контекст [81]. Це сприяє тому, що світова спільнота отримує достовірну картину подій, а українські медіа інтегруються у глобальний інформаційний простір.

Війна вплинула і на самі журналістські формати та тематику медіаконтенту. Фактично виникла потреба у масштабній воєнній журналістиці: репортери почали працювати безпосередньо в зоні бойових дій, у прифронтових містах, документуючи військові події, руйнування інфраструктури, злочини проти цивільного населення. Це зажадало від журналістів нових навичок та сміливості, а також дотримання спеціальних правил безпеки й етики. Редакції налагодили механізми оперативної роботи зі свідченнями очевидців, матеріалами з соціальних мереж та супутниковими даними, щоби перевіряти і доповнювати офіційні повідомлення. В практику ввійшли стримінгові включення – прямі трансляції з місця подій чи зі студії, що дозволяють у режимі реального часу повідомляти новини. Багато телеканалів і онлайн-видань запровадили регулярні живі ефіри та марафони на цифрових платформах, аби задовольнити попит аудиторії на негайну інформацію. Паралельно розвивається журналістика даних: медіа почали активно використовувати відкриті дані, карти, інфографіку і статистичний аналіз, щоб висвітлювати перебіг війни у цифрах та схемах, від кількості обстрілів і втрат – до масштабів гуманітарної кризи. Такий аналітичний підхід допомагає аудиторії осмислити величезний масив інформації про війну та краще зрозуміти контекст подій.

Зіткнувшись із тотальною війною та інформаційними операціями ворога, українські журналісти опинилися перед дилемою: як зберегти вірність професійним стандартам, водночас виконуючи патріотичну роль у боротьбі з агресором. В цілому провідні українські медіа змогли довести стійкість стандартів, продовжуючи подавати достовірну, перевірену інформацію навіть за умов тиску. Редакції посилили фактчекінг, ретельно відокремлювали факти від оцінок і оперативно спростовували ворожі фейки та дезінформацію. Хоча емоційно забарвлений, патріотичний тон у висвітленні війни став звичним явищем, більшість журналістів намагаються не

перетинати межу пропаганди: вони свідомо уникають неперевіраних сенсацій та надмірної демонізації противника, аби зберегти довіру аудиторії.

Помітно зросла увага до етичних норм: розроблено редакційні політики щодо показу сцен насильства і смертей, захисту приватності жертв війни, надання платформ для різних думок, які не шкодять національній безпеці [45]. Таким чином, попри всю драматичність ситуації, українська журналістика загалом утримує високу планку відповідальності та прагне дотримуватися класичних принципів правдивості й збалансованості, адже фактично медіа стали частиною загальнонаціонального спротиву.

Воєнний час неминуче приніс і певні обмеження свободи слова. В Україні було запроваджено режим воєнної цензури в обмеженому обсязі: з перших днів вторгнення військове командування видало розпорядження, яке забороняло ЗМІ розголошувати інформацію, що могла б зашкодити обороні [40]. Це стосується точних координат ворожих ударів, переміщення українських військ чи інших деталей поточних воєнних планів. Журналісти в прифронтових районах працюють лише за наявності акредитації і зобов'язані дотримуватися правил щодо нерозголошення окремих відомостей. Крім того, після запровадження воєнного стану державні органи стали менш відкритими: тимчасово призупинено надання багатьох публічних даних, чиновники не завжди оперативно відповідають на інформаційні запити. Ці кроки зумовлені передусім міркуваннями безпеки і переважно прийняті журналістською спільнотою з розумінням, як вимушені тимчасові заходи.

Водночас усередині країни зберігається відносний плюралізм думок: у друкованих та онлайн-медіа продовжується суспільна дискусія, виходять розслідування про проблемні аспекти оборони чи влади, порушуються чутливі теми, такі як помилки військового командування чи випадки корупції. Це свідчить, що попри самообмеження і патріотичну єдність, незалежні журналісти не втратили критичного погляду. Таким чином, свобода слова в Україні під час війни зазнала певного стиснення, проте не була повністю згорнута: рамки дозволеного звузилися, але демократичний дискурс не зник.

Найглибший шок війна спричинила в економіці медіа. За лічені дні від початку вторгнення ринок реклами практично зупинився: більшість рекламодавців відмовилися від кампаній, компанії скоротили бюджети, а пріоритети бізнесу змістилися на виживання, а не на маркетинг. Зникнення рекламних грошей змусило редакції негайно урізати витрати і шукати альтернативні доходи. У першому півріччі 2022 року обсяги рекламних доходів українських медіа впали до критично низького рівня. За оцінками галузевих об'єднань, ринок втратив до двох третин своєї довоєнної вартості. Це поставило під загрозу існування багатьох ЗМІ, особливо регіональних та незалежних видань, які не мали фінансової подушки [69]. Провідну роль стали відігравати гранти від міжнародних організацій, підтримка західних партнерів та пряма допомога від урядів дружніх країн. Деякі великі інформаційні ресурси успішно організували краудфандингові кампанії, звернувшись по допомогу до своєї аудиторії. Вже в перші місяці війни зусиллями читачів та донорів було зібрано значні кошти на підтримку роботи ключових національних видань. Відсоток грантових та донорських коштів у бюджетах медіа різко зріс, тоді як частка рекламних надходжень впала до історичного мінімуму [69]. Водночас посилення залежності від донорської підтримки робить медіа вразливими до зовнішніх факторів: скорочення міжнародної допомоги одразу призводить до фінансового голоду в редакціях. Багато локальних видань наразі фактично виживають лише завдяки грантам, тож будь-яке зменшення чи затримка цієї підтримки може спричинити нову хвилю скорочень або закриття проєктів.

У другій половині 2022 року рекламна активність почала дещо відновлюватися, насамперед у цифровому сегменті, але телебачення й друковані медіа залишалися у глибокій кризі монетизації. Таким чином, війна докорінно змінила бізнес-модель українських ЗМІ: від комерційно-рекламної до моделі, що спирається на зовнішню підтримку та лояльність аудиторії.

Окремим болючим аспектом стала фізична безпека журналістів. Україна перетворилася на одну з найнебезпечніших країн для роботи преси: за час від початку повномасштабної війни десятки українських та іноземних журналістів загинули під обстрілами, потрапили під прицільний вогонь або стали жертвами мін. Деякі з них

загинули, виконуючи професійний обов'язок під час висвітлення бойових дій, інші були вбиті російськими окупантами за свою інформаційну діяльність чи під час служби у війську. Фіксуються численні випадки викрадень і катувань журналістів на окупованих територіях: російські сили систематично переслідували місцевих працівників медіа, які не встигли евакуюватися, намагаючись заглушити будь-які незалежні голоси [64].

Ті репортери, що продовжують працювати на передовій, змушені постійно ризикувати життям і працювати в бронежилетах та шоломах, часто піддаючись обстрілам. На прохання українських редакцій міжнародні організації оперативно надали допомогу: вже в перші тижні війни сотні бронежилетів і касок з написом Press були передані журналістам, щоб вони могли захиститися в гарячих точках. Утім навіть найкраще спорядження не гарантує безпеки перед артилерійськими обстрілами чи ракетними ударами. Попри це, численні журналісти продовжують працювати під обстрілами, усвідомлюючи важливість донесення правди про війну до суспільства і світу. Кожен випадок загибелі колеги стає трагічним нагадуванням про ціну, яку платить медіаспільнота за виконання своєї місії в умовах війни.

Таким чином, повномасштабна війна 2022 року запустила масштабну трансформацію українського медіаринку та журналістики. Зміни, що відбулися за цей період, мають справді історичний характер. Українські медіа продемонстрували надзвичайну стійкість і здатність пристосуватися до екстремальних обставин. Медіа в умовах війни трансформувалися в один із ключових стовпів суспільно-політичної єдності. Вони не лише фіксують хід подій, а й формують спільний символічний простір, у якому суспільство бачить себе єдиною політичною нацією, в якій українські ЗМІ стали невід'ємною складовою інформаційного фронту, надаючи суспільству відчуття спільної мети й відповідальності, що є вирішальним чинником для політичної стабільності та перемоги у війні.

Тож загалом вдалося дослідити ключові трансформації українського медіапростору, що визначають його функціонування в умовах повномасштабної війни. Аналіз показав, що ЗМІ зіткнулися з комплексом інформаційних загроз, серед яких провідне місце займають російська пропаганда, фейковий контент та

цілеспрямовані дезінформаційні кампанії. Діяльність Центру протидії дезінформації при РНБО та інших державних інституцій стала підґрунтям для формування більш стійкої системи інформаційної безпеки, яка включає моніторинг простору, ідентифікацію маніпуляцій та вироблення рекомендацій для органів влади. Зростання довіри суспільства до цих зусиль підтверджується соціологічними опитуваннями, які демонструють позитивні зміни у сприйнятті ефективності державної інформаційної політики.

Вивчення суспільно-політичних дискусій засвідчило наявність інформаційних бульбашок, що формуються в соціальних мережах і новинних агрегаторах. Проте результати національних досліджень, зокрема дані VoxUkraine та дослідження «(Ро)з'єднані» від ОПОРИ і Київської школи економіки, підтверджують низький рівень реального суспільного розколу. Попри наявність суперечливих наративів та спроб зовнішніх сил використати поляризацію для дестабілізації внутрішньої ситуації, українське суспільство демонструє високий потенціал солідарності. У періоди інформаційних атак громадська думка зберігає здатність до критичної оцінки та схильність до пошуку спільних орієнтирів.

Війна суттєво змінила структуру українського медіаринку. ЗМІ, які у довоєнний період працювали переважно за логікою ринкової конкуренції, поступово трансформуються у соціально відповідальні інституції. Як показує аналіз кризової комунікації та діяльності суспільного мовника, підвищується значення оперативності, достовірності й орієнтації на суспільний інтерес. Медіа стають інструментом консолідації, забезпечують інформаційний порядок і виконують функції інтеграції громадян навколо спільних цінностей та стратегічних цілей. Такий підхід відповідає спостереженням сучасних дослідників, які наголошують, що журналістські стандарти в умовах війни зміцнюють стійкість держави та підтримують здатність суспільства діяти узгоджено.

Узагальнюючи результати, можна стверджувати, що українські ЗМІ відіграють системоутворюючу роль у протидії дезінформації, зниженні поляризації та забезпеченні суспільно-політичної єдності. Вони формують простір відповідальної комунікації та створюють умови для стабільного функціонування держави в умовах

війни. Подальший розвиток медіасфери залежатиме від збереження професійних стандартів, удосконалення державної політики інформаційної безпеки та посилення взаємодії між державою, журналістською спільнотою і громадянами. Це визначить здатність медіа зберігати свою інтеграційну функцію та сприяти зміцненню суспільної стійкості.

РОЗДІЛ III. ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗМІ ЯК ЧИННИКА СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

3.1. Використання ЗМІ як інструменту консолідації суспільства

На думку дослідників, повномасштабне російське вторгнення 2022 року стало потужним каталізатором консолідації українського суспільства [84]. Соціологічні дані свідчать про кардинальні зміни у громадянській самосвідомості: війна остаточно утвердила спільну національно-громадянську ідентичність українців. Громадяни згуртувалися навколо держави та один одного – зросла довіра в суспільстві і відчуття єдності перед лицем агресії. Ці процеси значною мірою підтримувалися через медіа, які під час війни перетворилися на ключовий інструмент суспільно-політичної інтеграції [57].

Від самого початку вторгнення державні органи та журналісти діяли спільно, вибудовуючи єдиний інформаційний фронт. Безпрецедентним кроком стало створення цілодобового телемарафону «Єдині новини», коли провідні телеканали об'єднали ефіри заради оперативного інформування населення та недопущення паніки. Єдина інформаційна повістка дня, що транслювалася на всю країну, дала можливість мільйонам людей одночасно отримувати перевірені новини і відчувати спільний пережитий досвід. Як зауважують західні дослідники П. Нілссон та І. Екман, український випадок продемонстрував, що ефективна стратегічна комунікація нерозривно пов'язана з єдністю суспільства, узгодженістю політики та національною ідентичністю [79]. Влада приділяла увагу не лише передачі фактів, а й зміцненню моралі та довіри – щоденні звернення Президента, брифінги військового командування, спільні ефіри – все це було скоординовано, щоб згуртувати громадян навколо спільної мети.

Конкретні практики воєнного часу засвідчили високу ефективність медіа у консолідації. Засоби масової інформації регулярно висвітлювали приклади взаємодопомоги, героїзму та стійкості. Такий контент не лише інформував, а й надихав аудиторію, спонукаючи до єднання та дій. Наприклад, масова підтримка армії і постраждалих стала можливою багато в чому завдяки медіакампаніям:

суспільство відгукнулося на заклики допомоги, що лунали з екранів і соцмереж. Дослідження Gradus показало, що вже в перший рік війни дві третини українців почали регулярно донатити на потреби війська та гуманітарні цілі [83]. Це безпрецедентний рівень громадської залученості, який виник на тлі медійного піднесення патріотизму та взаємної підтримки. Одночасно медіа підвищували довіру до ключових інституцій: систематичне інформування про успіхи Збройних сил, професійну роботу рятувальників чи волонтерських штабів сприяло тому, що армія та волонтери стали найавторитетнішими соціальними інституціями в очах громадськості. Зафіксовано практично однотайну підтримку, що сягнула понад 90% довіри українців силам оборони та волонтерському руху, що є відображенням медійно підкріпленого єднання нації навколо захисників [28].

Особливу роль у зміцненні соціальної згуртованості відіграють локальні медіа. Місцеві видання та телеканали під час війни стали платформою для консолідації громад на місцях. Вони висвітлюють сюжети про життя своїх міст під обстрілами, про взаємодопомогу сусідів, про подвиги земляків на фронті. Опитування українських журналістів засвідчило, що 68% респондентів вважають: саме локальні медіа суттєво сприяють згуртованості в громадах, тоді як вплив загальнонаціональних медіа на єдність суспільства помітно нижчий (такої думки дотримуються лише 22%) [85]. Регіональна преса та телебачення краще знають контекст і потреби своєї громади, тому здатні подати інформацію так, щоб вона об'єднувала людей, наприклад, через історії про місцевих волонтерів і героїв, які згуртовують всіх довкола спільної гордості та турботи. На думку дослідниці Олександри Дейнеко, спільне розуміння медіа того, які теми об'єднують людей, слугує для редакцій своєрідним дороговказом: висвітлюючи приклади взаємодопомоги, розвиток громади чи успішну реінтеграцію ветеранів, місцеві медіа можуть стати «мостом» між владою і громадянським суспільством, що зміцнює єдність у кризовий час [13]. Водночас проблемну тему корупції чи внутрішніх конфліктів журналісти намагаються подавати виважено, аби не розколювати суспільство зайвими скандалами під час війни.

Не менш важливою стала роль нових медіа та соціальних мереж як простору горизонтальної комунікації. Війна суттєво змінила структуру медіаспоживання: українці масово перейшли за новинами в онлайн, до соцмереж і месенджерів. За даними опитувань 2023–2024 років, переважна більшість населення (понад 80%) отримує новини через соціальні мережі, причому значна частка людей черпає інформацію виключно з цих платформ [63]. Telegram-канали, Facebook-спільноти, YouTube-блогери та інші диджитал-майданчики перетворилися на провідні джерела інформації, випередивши телебачення за аудиторією. Ця децентралізована мережа комунікації, з одного боку, кинула виклик традиційним «централізованим» ЗМІ, а з іншого стала новим чинником консолідації на рівні суспільства. Завдяки соцмережам мільйони громадян залучилися до інформаційного обміну в реальному часі: люди самі виступають і споживачами, і виробниками контенту про війну.

Як зазначає медіадослідник Артем Захарченко, саме «афективна публіка» емоційно згуртована спільнота користувачів соціальних мереж спромоглася сформулювати патріотичний наратив війни, більш детальний і всеосяжний, ніж офіційні повідомлення зверху [95]. Учасники соцмереж стали одночасно й оповідачами, і героями спільної історії про опір, що посилювало відчуття спільності долі. Цей феномен масового народного залучення до комунікації надав українському інформаційному простору стійкості: ворожі спроби посіяти паніку чи зневіру наштовхнулися на колективний імунітет у вигляді тисяч голосів, які підтримували бойовий дух і спростовували фейки.

Недарма перші місяці вторгнення відзначалися безпрецедентною єдністю онлайн-спільноти, єдиний порив людей у соцмережах до перемоги відіграв не менш важливу роль, ніж дії офіційної пропаганди. Водночас дослідники застерігають, що такий ентузіазм «знизу» з часом природно спадає. На другому році війни аудиторія соцмереж стала більш розпорошеною по різних «інфобульбашках», а увага змістилася від суто патріотичних тем до побутових і розважальних. Це ставить нові виклики: аби зберегти консолідаційний ефект, державним інституціям доводиться шукати нові підходи до комунікації, активніше взаємодіяти з лідерами думок у

цифровому середовищі та підтримувати довіру, не допускаючи інформаційної втоми суспільства.

Попри труднощі, український медіапростір загалом вистояв як фактор єднання, і спільні зусилля журналістів, влади та громадськості продовжують давати результат. Хоча до традиційних ЗМІ наприкінці другого року війни спостерігається певне падіння довіри, це частково пояснюється критичністю аудиторії та переходом до нових каналів комунікації [29].

Досвід телемарафону «Єдині новини» теж виявився неоднозначним. З одного боку, марафон став символом згуртованості медіаспільноти і зміг у найважчий період говорити до всієї країни єдиним голосом. З іншого боку – із часом частина глядачів почала сприймати його як надто провладний рупор, що призвело до зниження рівня довіри до контенту марафону.

Як відзначає професор Юрій Ніколаєць, падіння довіри до державного телемарафону було зумовлене саме його монополізацією порядку денного та сумнівами аудиторії у об'єктивності подачі інформації [36]. Внаслідок цього багато українців перейшли за новинами в альтернативні джерела: незалежні онлайн-медіа, приватні Telegram-канали, зарубіжні ресурси. Тим не менше телемарафон продовжує виконувати свою об'єднавчу функцію для значної частини населення, особливо у моменти загострень: опитування показують, що станом на 2025 рік понад половина українців принаймні раз на тиждень дивляться «Єдині новини», хоча рівень повної довіри до них становить близько 38% [91].

Попри загальне падіння довіри, телемарафон «Єдині новини» залишається одним із найпомітніших державних інформаційних продуктів: про нього знають 86 % українців, хоча регулярний перегляд забезпечує лише частина аудиторії. Дані показують, що 42 % дивляться марафон щотижня або частіше, але 26 % ніколи не стежили за ефіром, а ще 20 % припинили перегляд після певного періоду. Серед активних глядачів 19 % дивляться щодня, 15 % кілька разів на тиждень, 8 % раз на тиждень, решта робить це епізодично. Така структура споживання підтверджує: висока обізнаність не дорівнює високій довірі, а монополізація подачі інформації призводить до відтоку частини аудиторії в альтернативні джерела. Одночасно

марафон утримує ядро стабільних глядачів, що свідчить про його роль як інструменту консолідації в кризові моменти, але не як універсального та беззастережного джерела новин [55]. Це свідчить про складний баланс між потребою в єдиному національному наративі та бажанням плюралізму джерел. Урок тут полягає в тому, що консолідація суспільства засобами медіа не досягається примусово або однорідністю ефіру, а вона потребує постійної чесності, відкритості та діалогу з аудиторією.

Політика єдиного телемарафону має очевидні позитивні сторони: вона забезпечила країні спільний інформаційний фронт у перші й найважчі місяці повномасштабного вторгнення. Узгоджений ефір дав змогу швидко поширювати офіційні повідомлення, зменшити хаос, унеможливити паніку й створити спільне бачення подій для більшості населення. Завдяки такому формату вдалося стабілізувати інформаційний простір, підсилити відчуття національної єдності та знизити ефективність російських дезінформаційних атак.

Проте спільне мовлення має й суттєві недоліки. Монополізація ефіру зменшує плюралізм думок, послаблює конкуренцію між редакціями та обмежує критичний контроль над владою. Частина аудиторії почала сприймати марафон як надмірно однорідний, передбачуваний і політизований продукт, що спричинило падіння довіри та перехід глядачів до альтернативних джерел, незалежних медіа, соцмереж і зарубіжних ресурсів. У довгостроковій перспективі така модель може зашкодити розвитку медіасередовища, бо національна інтеграція тримається не лише на єдиному голосі, а й на відкритому діалозі та конкуренції, що гарантує баланс інтересів і реальну підзвітність влади суспільству.

3.2. Ефективність інформаційних кампаній в Україні

Протидія дезінформації стала одним із головних напрямів інформаційних зусиль України. Було активовано державні структури та громадські організації, що займалися спростуванням фейків і виявленням ворожої пропаганди. Зокрема, ще у 2021 році при РНБО почав роботу Центр протидії дезінформації, а з початком вторгнення його діяльність посилилася [54]. У співпраці з ним діяв Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки при Міністерстві культури та

інформаційної політики, а також численні NGO та волонтерські ініціативи. Такі проєкти, як StopFake, VoxCheck, Детектор медіа, продовжили системно відстежувати та спростовувати російські вкиди.

Протягом перших місяців війни щодня з'являлися десятки нових фейків – від повідомлень про вигадані «біолабораторії» до інсинуацій про капітуляцію українського керівництва. Оперативна реакція українських фактчекерів і офіційних джерел дозволяла швидко нейтралізувати такі інформаційні атаки. Важливо, що держава взаємодіяла з громадським сектором: запускалися спільні кампанії, онлайн-платформи з перевірки інформації, поширювалися поради з інформаційної гігієни для населення.

Попри масштабні просвітницькі кампанії, проблема дезінформації в Україні у 2023–2025 роках залишалася відчутною: про існування неправдивих матеріалів знають 84 % громадян, і хоча 75 % упевнені, що здатні їх розпізнати, майже половина аудиторії усе ще вважає цю загрозу актуальною. Це означає, що навіть при активній роботі фактчекерів і державних структур, значна частина населення продовжує стикатися з маніпулятивним контентом або не має достатнього рівня медіастійкості [55].

Одним із показових прикладів є комплексна інформаційно-просвітницька кампанія з протидії дезінформації у 2023–2024 роках, реалізована спільно Міністерством культури та інформаційної політики, Мінцифрою, освітянами, поліцією та експертними організаціями за підтримки ЄС. В межах цієї кампанії було створено понад п'ятсот одиниць різноманітного контенту – від освітніх відеороликів і мультфільмів з медіаграмотності до документальних фільмів про пропаганду. Контент поширювався на телебаченні, радіо, в інтернеті кількома мовами і навіть за кордоном, з акцентом на країни ЄС та російськомовну аудиторію. За підсумками, охоплення тільки цифрових платформ перевищило 200 мільйонів переглядів [7].

На думку керівника Центру стратегічних комунікацій Ігоря Солов'я, успіх цієї кампанії продемонстрував, що лише об'єднавши зусилля держави, громадянського суспільства та міжнародних партнерів, можна ефективно протидіяти інформаційній агресії. Експерт наголошує: широке охоплення різних аудиторій і розвиток

медіаграмотності серед населення стали запорукою кращої стійкості суспільства перед ворожими маніпуляціями [30].

Дійсно, опитування громадської думки підтверджують, що українці відносно успішно навчилися розпізнавати фейки. Близько третини громадян оцінюють дії держави у протидії дезінформації як ефективні, майже половину як частково ефективні. Критично низькою є частка тих, хто вважає ці зусилля марними [38]. Це свідчить про зростання довіри суспільства до спільної роботи державних органів та медіаактивістів у боротьбі з дезінформацією. Показовим є те, що у рейтингу суб'єктів, які найбільше сприяли нейтралізації російської пропаганди, українці віддали перші місця керівництву держави та армії. Згідно з результатами одного з опитувань, найбільший внесок у протидію неправдивим повідомленням, на думку населення, зробив Президент Володимир Зеленський. Так вважають понад сорок відсотків респондентів. Трохи менше третини опитаних відзначили роль загальнонаціонального телемарафону, а близько чверті відзначили діяльність волонтерів та громадських активістів. Ці показники демонструють головну особливість української інформаційної боротьби, що полягає в об'єднанні зусиль державних структур, військових і суспільства задля спільної мети [21].

Водночас експерти звертають увагу на те, що, попри досягнутий успіх, система протидії дезінформації потребує подальшого вдосконалення. Досі відсутні усталені методики оцінювання ефективності окремих проєктів, а фінансування багатьох ініціатив залишається залежним від підтримки міжнародних донорів. Представники громадських організацій зазначають, що вони відчують постійну потребу в додаткових ресурсах і сприянні, аби зберігати темп роботи та забезпечувати стабільність інформаційного захисту [20].

Досвід 2022–2023 років уже дав відчутні результати. Активність аналітичних центрів, фактчекерів і програм з підвищення медіаграмотності істотно зміцнила колективну стійкість українського суспільства до зовнішніх маніпуляцій. Нині значно менше людей сприймають відверті фейки, ніж у 2014 році. Громадяни стали обережнішими щодо неперевіраних джерел інформації та критичніше сприймають

новини. Це є головним свідченням того, що інформаційні кампанії у сфері протидії дезінформації функціонують ефективно.

У 2025 році структура медіаспоживання в Україні визначає ефективність будь-яких інформаційних кампаній. Основним каналом доступу до новин є смартфон, що ним користуються 91% громадян. Домінування соціальних мереж, які є джерелом інформації для 86% аудиторії та єдиним каналом для 37%, формує середовище, у якому саме цифрові платформи стають головним простором комунікації. Телебачення та новинні сайти зберігають вплив, але поступово відходять на другий план, охоплюючи відповідно 33% та 31% відсоток користувачів.

Натомість радіо й друковані ЗМІ демонструють мінімальне охоплення, що змушує інформаційні кампанії орієнтуватися на мобільний, швидкий та емоційно виразний контент. Загальна динаміка свідчить про те, що ефективна комунікація в сучасних умовах потребує адаптації до цифрових форматів та врахування того, що більшість аудиторії споживає новини у соціальних мережах і через персональні пристрої.

У 2025 році загальнонаціональні онлайн-медіа залишаються важливим джерелом новин для українців, хоча їхнє охоплення помітно поступається соціальним мережам. Частка споживачів, які регулярно отримують інформацію з національних інтернет-ресурсів, становить двадцять чотири відсотки. Це свідчить про стабільний, але помірний рівень попиту на традиційні новинні сайти, які забезпечують структурований та більш професійно підготовлений контент.

Динаміка популярності окремих сайтів демонструє як збереження лідерів, так і зміни у вподобаннях аудиторії. Найчастіше користувачі звертаються до ресурсів UKR.NET, «Української правди» та ТСН, які утримують найвищі позиції протягом двох років. Водночас низка сайтів, зокрема «Суспільне», поступово нарощує присутність, тоді як деякі інші ресурси втрачають частину аудиторії. Така різноспрямована динаміка вказує на зростання конкуренції та на потребу в підвищенні якості контенту для утримання позицій на інформаційному ринку.

Наведені нижче дані відображають частоту відвідування основних загальнонаціональних новинних сайтів у 2024 та 2025 роках [55].

Порівняння популярності українських ресурсів

Назва ресурсу	2024	2025
UKR.NET	24	21
Українська правда	13	13
TCH / 1+1	12	12
Суспільне	4	8
Цензор.NET	10	7
УНІАН	9	6
РБК-Україна	3	6
OBOZREVATEL	5	5
Кореспондент.net	6	5
Hromadske	1	4
Укрінформ	3	3
24 Канал	5	3
NV	2	3

Рис. 1 Порівняння популярності українських ресурсів. (згенеровано автором на основі [55])

У контексті довіри до соціологічних інституцій українське суспільство демонструє чітке розмежування між різними типами медіа. Найвищі показники довіри стабільно утримує суспільний мовник «Суспільне», який сприймається як найбільш нейтральне та професійне джерело інформації. Позитивно оцінюються також великі національні онлайн-видання з усталеною репутацією, зокрема «Українська правда», «Укрінформ», «Hromadske», які демонструють прозорість редакційної політики та неналежність до олігархічного впливу. Саме ці ресурси

соціологічні опитування найчастіше показують як такі, що зберігають довіру громадян і здатні формувати більш реалістичну та збалансовану картину подій.

Негативні оцінки переважно отримують медіа, які асоціюються з політичною заангажованістю, контролем окремих бізнес-груп або поширенням емоційно забарвленого контенту. До цієї групи належать частина комерційних телеканалів, а також анонімні Telegram-канали, що стали одним із найменш довірених джерел інформації. Соціологічні дані свідчать, що недовіра до таких платформ спричинена відсутністю редакційної відповідальності, поширенням неперевіраних повідомлень і маніпуляцій, що підриває загальну стабільність інформаційного простору. У цьому контексті довіра громадян виступає ключовим індикатором того, які медіа сприяють суспільно-політичній інтеграції, а які навпаки послаблюють її.

Паралельно з оборонною функцією інформаційного фронту, тобто спростуванням ворожих фейків, Україна активно використовує комунікації у наступальному сенсі для просування власних ідей та мобілізації підтримки. Повномасштабна війна дала поштовх безпрецедентній за масштабом і інтенсивністю кампанії зі створення позитивного іміджу держави за кордоном і консолідації українського суспільства навколо спільних цінностей. Інформаційні зусилля охопили всі рівні – від міжнародної арени до найменшої громади. На міжнародному рівні центральною постаттю комунікацій став Президент України Володимир Зеленський. Його щоденні відеозвернення у соціальних мережах, регулярні промови перед парламентами та громадянами різних країн, інтерв'ю для провідних світових медіа стали новим явищем у публічній дипломатії. За короткий час Президент зміг донести до світової аудиторії українське бачення війни та представити її як боротьбу демократії проти тиранії і цивілізованого світу проти агресора. Багато хто на Заході був вражений особистою мужністю та красномовністю українського лідера. Саме тому його образ став символом опору, а журнал Time визнав Зеленського людиною року 2022 [83].

На думку аналітиків, така відкрита та послідовна комунікація з міжнародною спільнотою суттєво вплинула на зростання підтримки України. Києву вдалося виграти глобальну боротьбу за увагу. Якщо на початку вторгнення існували

побоювання, що російська пропаганда зможе нав'язати світові свої викривлені наративи, то згодом інформаційна ініціатива повністю перейшла до української сторони. У міжнародному дискурсі утвердилася позиція, згідно з якою Україна є жертвою неспровокованої агресії і хоробрим захисником свободи, а Росія постає як агресор та порушник міжнародного права. Експерти з медіа відзначають, що у боротьбі за наративи Україна досягла ключової перемоги, оскільки світова спільнота більше не сприймає всерйоз російські звинувачення проти Києва [14]. Україна отримала значно ширшу підтримку, ніж могла очікувати раніше. Вона проявилася у масштабній фінансовій допомозі, постачанні озброєння, гуманітарній підтримці та солідарності громадян інших країн. У перші місяці війни образ України як мужньої держави був присутній скрізь. Мільйони людей у Європі та Америці виходили на вулиці з українськими прапорами, до України спрямовувалися гуманітарні вантажі, а біженців приймали з небаченою гостинністю. Усе це стало результатом ефективної інформаційної кампанії, побудованої на емоційно сильних посланнях про свободу, відвагу та людяність.

Фахівці з комунікацій відзначають, що Україна стала першою державою, яка розпочала офіційну кампанію національного брендингу під час війни, використавши інструменти маркетингу у межах оборонної стратегії. Такий крок виправдав себе повністю, адже образ української сміливості викликав широку міжнародну підтримку та сформував позитивну громадську думку на Заході. У підсумку інформаційна кампанія змогла перетворити нематеріальний капітал репутації на конкретну політичну, економічну та військову допомогу. Це доводить, що правильно сформований наратив має стратегічне значення для зміцнення держави у період війни.

Мобілізація громадської думки всередині країни є ще одним важливим напрямом ефективності українських інформаційних кампаній. Це стосується того, наскільки успішно вдалося згуртувати суспільство, мотивувати громадян до активних дій в ім'я перемоги та зміцнити віру у спільну мету. Результати у цьому аспекті є вражаючими. На думку дослідника соціальних комунікацій Артема Захарченка,

рівень національної єдності, якого досягла Україна під час нинішньої війни, є безпрецедентним за всю новітню історію держави [90].

Ще до 2022 року український інформаційний простір характеризувався фрагментованістю. Між регіонами існували помітні ідеологічні відмінності, а проросійські медіа мали свою аудиторію на півдні та сході країни. Політичні сили активно використовували інформаційний простір для посилення поляризації суспільства. З початком широкомасштабної агресії більшість старих протиріч втратили значення. Інформаційна агресія Росії обернулася проти неї самої. Ті меседжі, які роками насаджувалися у медіа, втратили вплив після перших ракетних ударів і воєнних злочинів окупантів. З публічного простору практично зникли спроби виправдання агресора або заклики до нейтралітету. Навіть політики та медіа, які до війни демонстрували прихильність до Москви, змінили свою риторику або взагалі припинили діяльність.

Патріотичний дискурс став домінантним у публічному спілкуванні. У медіа та соціальних мережах закріпилися нові символи єдності, серед яких гасла, меми та візуальні образи, що підкреслюють незламність народу. Велику роль відіграли волонтерські інформаційні ініціативи. Дизайнери створювали патріотичні плакати, музиканти записували пісні для підвищення бойового духу, блогери поширювали історії героїзму, формуючи атмосферу гордості за захисників. Яскравим прикладом стала акція зі збору коштів на безпілотники Bayraktar, ініційована волонтерами через медіа та соціальні мережі. Протягом кількох днів тисячі українців пожертвували достатньо коштів, щоб придбати три апарати. Це стало феноменом громадянської самоорганізації та символом єдності [78]. У медіапросторі подія сприймалася як доказ сили спільних дій. Подібні історії мали сильний емоційний ефект. Серед них були проекти зі збору коштів на супутник для Збройних сил, ініціативи з допомоги переселенцям, акції підтримки військових. Кожен із цих прикладів супроводжувався широким інформаційним резонансом, який мобілізував людей і посилював відчуття спільної мети.

Психологічний ефект таких кампаній був потужним. Громадяни відчували себе частиною великої національної спільноти, у них зміцнювалася віра у власні сили та у

перемогу. Важливим чинником консолідації стала постійна комунікація влади з народом. Керівники держави, військове командування та офіційні речники регулярно зверталися до громадян через відеозвернення, пресконференції та повідомлення у соціальних мережах. У цих зверненнях надавалися роз'яснення щодо ситуації на фронті, рекомендації з безпеки, а також прохання не поширювати неперевірену інформацію. Таке відкрите спілкування істотно підвищило рівень довіри до влади і зменшило простір для чуток. Соціологічні опитування фіксують надзвичайно високі показники підтримки державного керівництва та Збройних сил. У більшості досліджень рівень довіри перевищує вісімдесят відсотків. Абсолютна більшість населення впевнена у перемозі України. Такий рівень однастайності є унікальним явищем. Артем Захарченко підкреслює, що українці нині набагато чіткіше розуміють, що означає бути громадянином своєї держави та які цінності варто захищати [90].

Повної однаковості думок у суспільстві, звичайно, немає, і демократичний плюралізм зберігається. Проте у стратегічних питаннях, таких як відсіч агресору, захист територіальної цілісності та європейська інтеграція, переважає суспільний консенсус. Це свідчить про ефективність інформаційних заходів, спрямованих на зміцнення єдності громадян. З публічного простору усунуто деструктивні наративи, а риторика взаємопідтримки та оптимізму набула провідного значення. В умовах війни така психологічна єдність є надзвичайно важливим ресурсом, і її вдалося досягти завдяки продуманій комунікаційній політиці.

Важливу роль відіграла також культурна дипломатія. Перша леді України Олена Зеленська активно співпрацювала з провідними західними медіа, виступала перед законодавчими органами інших країн, ініціювала гуманітарні проекти та розповідала світові про долі жертв війни [53]. Українські діячі культури, спортсмени, письменники і музиканти стали своєрідними посланцями правди, які через творчість, виступи та публікації поширювали інформацію про боротьбу українського народу. Співачка Джамала у 2022 році здійснила серію концертів у Європі з піснею 1944, привертаючи увагу до теми вимушених переселенців і водночас збираючи кошти для постраждалих [62]. Українські письменники та режисери організовували виставки і фестивалі, на яких демонстрували культурну стійкість і прагнення до свободи. Ці

ініціативи формували емоційний зв'язок між Україною та міжнародною спільнотою, зміцнюючи довіру і підтримку.

Завдяки таким зусиллям тема України не зникла з перших шпальт провідних світових видань навіть через півтора року після початку повномасштабного вторгнення. Світова спільнота продовжує підтримувати санкційний тиск на Росію та надавати допомогу Україні. Така тривала увага до військового конфлікту є унікальною, адже зазвичай інтерес міжнародних медіа до подібних тем з часом згасає. У випадку України завдяки системній інформаційній роботі вдалося утримати тему війни у глобальному порядку денному. Це має стратегічне значення, адже збереження інтересу до подій в Україні запобігає появі так званої втоми від війни серед західних суспільств і підтримує готовність союзників продовжувати допомогу. Українська комунікаційна політика базується на постійному оновленні аргументів і меседжів, які пояснюють світові актуальний стан справ, наслідки агресії та цінність підтримки України для всієї демократичної спільноти.

Крім того, Україна активно пропонує свою експертизу у сферах протидії пропаганді, кібербезпеки та розслідування воєнних злочинів, що підвищує міжнародний авторитет держави [35]. Таким чином, зовнішні комунікаційні кампанії, які включають офіційну дипломатію, інформаційні ініціативи та культурні проекти, можна вважати дієвими. Вони сприяли зміцненню міжнародних позицій України та розширенню кола її союзників.

Паралельно з цим перед Україною постали нові загрози, пов'язані з кібератаками та спробами ворога вивести з ладу критичну інфраструктуру. Російські хакерські угруповання неодноразово намагалися зламати системи урядових органів, банків, засобів масової інформації та комунальних служб. Завдяки попередній підготовці, резервуванню серверів і співпраці з міжнародними партнерами вдалося запобігти масштабним наслідкам. Хоча окремі ресурси зазнавали пошкоджень, загальної зупинки інформаційного обміну не сталося. Українські телеканали і радіостанції продовжували мовлення навіть у прифронтових регіонах. У багатьох випадках редакції облаштовували тимчасові студії у підвалах або бомбосховищах.

Прикладом є робота Суспільного мовлення, яке під час активних бойових дій у Києві забезпечувало безперервну подачу новин із резервних приміщень [52].

Велике значення мала співпраця українського уряду з міжнародними медіакомпаніями. Такі корпорації, як Meta, Google і X (колишній Twitter), оперативно реагували на запити щодо блокування ботів, фейкових акаунтів і каналів, пов'язаних з російськими спецслужбами [72]. Це дозволило зменшити поширення дезінформації у глобальному інформаційному просторі. Загалом поєднання оборонних і наступальних заходів у сфері інформаційної безпеки дало змогу забезпечити стійкість держави до зовнішніх загроз. Українські громадяни зберегли доступ до достовірних джерел інформації, а медіасистема продовжила виконувати свої функції навіть у найскладніших умовах.

Комплекс заходів, які Україна реалізувала у сфері інформаційної політики після початку повномасштабної війни, можна вважати успішним. Результати інформаційних кампаній помітні як усередині держави, так і на міжнародному рівні. Внутрішньо українське суспільство стало більш згуртованим, стійким до маніпуляцій і більш довірливим до власних державних інституцій. У населення сформувався вищий рівень патріотизму та відповідальності за інформаційні дії.

На зовнішньому напрямі Україна змогла сформувати позитивний міжнародний імідж, який став одним із чинників широкої політичної, фінансової та військової підтримки. Активна присутність українських тем у світових медіа, численні дипломатичні звернення, культурні проєкти та інформаційні кампанії створили чітке розуміння суті війни серед іноземної аудиторії. Україна постає як держава, що бореться за демократичні цінності, а Росія сприймається як агресор. Це наративне зміщення суттєво зміцнило міжнародну позицію країни. Водночас інформаційна боротьба триває, і перед українськими комунікаційними структурами залишаються нові завдання. Росія продовжує спроби впливати на громадську думку в Україні та за її межами, використовуючи сучасні технології, зокрема штучний інтелект і дипфейкові відео. Її мета полягає у створенні ефекту втоми від війни серед західних суспільств і у розпалюванні внутрішніх суперечностей в українському медіапросторі. Тому українським державним і громадським організаціям необхідно підтримувати

високий рівень інформаційної активності, оновлювати стратегії, удосконалювати механізми моніторингу та оцінки ефективності кампаній. Експерти підкреслюють важливість постійного аналізу результатів кожного інформаційного проєкту, щоб своєчасно виявляти сильні сторони і визначати напрями для подальшого розвитку.

Інформаційний компонент сьогодні є невід’ємною частиною національної безпеки. Успіх інформаційних кампаній забезпечив стійкість держави, згуртував суспільство та підтримав віру у власні сили. Український досвід комунікаційної політики в умовах війни вже вивчається іншими країнами як приклад ефективної адаптації демократичного суспільства до гібридних викликів. Закладений у 2022–2023 роках фундамент у вигляді єдності, довіри та розвиненої культури інформаційної взаємодії створює основу для подальшого розвитку національної системи стратегічних комунікацій.

3.3. Перспективи розвитку українських ЗМІ: інноваційні формати, міжнародна підтримка та інформаційна безпека

Український медіасектор продовжує активно розвиватися, незважаючи на безпрецедентні виклики, спричинені повномасштабною війною. Особливого поширення набули візуальні та мультимедійні проєкти, серед яких відеоподкасти, сатиричні блоги, інтерактивні карти та інфографіка. Тематичні програми на YouTube, подкасти про війну і суспільно важливі питання, а також аналітичні онлайн-стріми стали дієвим засобом контрпропаганди та засобом залучення молодіжної аудиторії. Нові медіа-проєкти, що поєднують елементи гумору, аналітики та фактчекінгу, свідчать про прагнення українських журналістів шукати інноваційні способи подачі новин. Такі формати є більш інтерактивними, доступними та адаптованими до цифрового середовища. Дослідники зазначають, що впровадження сучасних форматів у період інформаційної війни сприяє розвитку критичного мислення, формуванню громадської думки та підвищенню рівня медіаграмотності населення [31]. Перед редакціями постає завдання подальшого вдосконалення цих форматів, збільшення інтерактивності та залучення сучасних технологій, зокрема елементів штучного інтелекту, для ще глибшої взаємодії з аудиторією.

Однією з ключових тенденцій останніх років стало зростання ролі журналістики даних і використання відкритих джерел у висвітленні подій війни. Українські медіа активно застосовують методи аналізу великих обсягів інформації, створюють інтерактивні панелі та карти, що дозволяють суспільству отримувати перевірені факти про перебіг бойових дій і спростовувати фейки. Відомим прикладом є діяльність дата-редакції «Тексти», яка ще до початку повномасштабного вторгнення створила інтерактивну карту для відстеження пересування російських військ і допомагала мешканцям Києва знаходити найближчі укриття [12]. Надалі журналісти цього видання, як і інших команд, системно аналізують вплив війни на державу, розслідують випадки дезінформації та створюють інноваційні платформи для моніторингу пропаганди. Журналістика даних стала важливою складовою боротьби за правду, забезпечуючи документування воєнних злочинів, фіксацію ракетних ударів і викриття неправдивих повідомлень. Використання даних і технологій підвищує точність, достовірність і впливовість сучасних українських медіа.

Після 2022 року в українському медіасередовищі почалося поступове впровадження технологій штучного інтелекту. Великі редакції вивчають досвід автоматизації виробництва новин і використання цифрових асистентів у журналістській роботі. Попри обережність через можливі етичні ризики, українські медіа формують внутрішні правила регулювання застосування таких інструментів. Важливим завданням є збереження балансу між підвищенням ефективності завдяки автоматизації та забезпеченням якості контенту. Використання алгоритмів дозволяє швидше обробляти інформацію, персоналізувати новини й адаптувати їх під потреби різних груп читачів. Однак редакції прагнуть не втрачати людського контролю над змістом, щоб зберігати достовірність і редакційну відповідальність. Зростає потреба у правовому врегулюванні питань, пов'язаних із захистом авторських прав, адже журналістські матеріали часто використовуються без згоди авторів для навчання моделей штучного інтелекту [49]. Таким чином, українські медіа поступово інтегрують новітні технології у власну діяльність, поєднуючи інноваційність із дотриманням етичних норм і принципів цифрової безпеки.

Одним із головних чинників стійкості українських засобів масової інформації під час війни стала безпрецедентна міжнародна підтримка, що охоплює як фінансову, так і технічну допомогу. У 2022–2023 роках Україна отримала найбільший у світі обсяг допомоги від демократичних держав, значна частина якої була спрямована саме на зміцнення незалежних медіа. За результатами аналітичних досліджень, донорська та благодійна підтримка нині становить критично важливу частину бюджетів українських редакцій. Для більшості місцевих і невеликих національних медіа гранти міжнародних організацій стали основним, а подекуди й єдиним джерелом фінансування. У дослідженнях, проведених у 2023 році, зазначається, що зовнішні гранти та краудфандинг забезпечують від третини до дев'яноста п'яти відсотків доходів незалежних редакцій [76]. Саме ці кошти дозволили багатьом виданням уникнути закриття та зберегти редакційні колективи. Донорська допомога, як у формі довгострокових програм, так і у вигляді термінових грантів, допомогла вижити більшості малих і середніх медіа, які зазнали втрат через падіння рекламного ринку та економічні труднощі, спричинені війною.

Міжнародні партнери підтримують українські медіа не лише фінансово. Журналісти отримують технічне обладнання, навчальні ресурси та експертну допомогу. За два роки війни завдяки програмам організації «Репортери без кордонів» понад півтори тисячі журналістів і близько ста п'ятдесяти редакцій по всій країні отримали засоби захисту, генератори та інше необхідне обладнання. У Львові та Києві було створено центри свободи преси, які надають фінансову, технічну та консультаційну підтримку журналістам, особливо тим, що постраждали від бойових дій, окупації чи обстрілів. Підтримку отримували як національні, так і регіональні медіа, деякі – неодноразово [88].

Міжнародні фонди також приділяють увагу людському фактору. Вони організовують програми психологічної допомоги, релокації та відпочинку для журналістів, які працюють у небезпечних зонах або зазнали професійного вигорання. До цих ініціатив долучаються як великі міжнародні організації, так і професійні медійні об'єднання різних країн. ЮНЕСКО у 2022–2024 роках надала понад п'ятсот екстрених грантів українським журналістам, зокрема тим, хто працює у

прифронтових регіонах [93]. Наприкінці 2024 року ще дві сотні журналістів отримали фінансування на продовження роботи, причому особливу увагу було приділено регіональним і переміщеним редакціям.

Частину отриманих коштів редакції спрямовують на технічну модернізацію. Наприклад, невелике видання в Запорізькій області придбало сучасне обладнання та опанувало навички мобільної журналістики, що дозволило створювати відеорепортажі для місцевої громади. Такі приклади свідчать, що міжнародна допомога не лише стабілізує медіасектор у фінансовому плані, але й стимулює його інноваційний розвиток. Вона сприяє підвищенню професійного рівня журналістів, розвитку цифрових навичок і появі нових форматів контенту, які допомагають українським ЗМІ залишатися впливовими навіть у найскладніших умовах війни.

Важливою складовою міжнародної підтримки стали освітні та партнерські програми, спрямовані на підвищення професійної стійкості українських журналістів. Провідні світові медійні організації, серед яких Internews, DW Akademie та BBC Media Action, спільно з українськими неурядовими організаціями реалізують програми обміну досвідом, професійні тренінги та грантові ініціативи. У 2023 році відбулося багато вебінарів і практичних занять для українських редакцій, присвячених сучасним журналістським навичкам, зокрема роботі з відкритими джерелами, журналістиці даних та висвітленню тем, пов'язаних із вразливими групами населення під час війни [74]. За підтримки DW Akademie українські медійники дослідили особливості роботи Telegram-каналів та ефективність боротьби з дезінформацією, результати чого стали підґрунтям для вироблення рекомендацій у сфері медійної політики.

Крім того, міжнародні фонди, серед яких International Media Support, фінансують спільні проєкти українських та іноземних редакцій, що сприяє створенню якісного контенту і зміцненню міжнародного співробітництва. Одним із яскравих прикладів стала співпраця харківської мультимедійної платформи Gwara Media з британськими колегами, у результаті якої у 2023 році з'явився документальний фільм про розслідування воєнних злочинів на звільнених територіях. Стрічка отримала міжнародне визнання та відзнаку BAFTA, що підтвердило високий рівень української

журналістики [80]. Подібні проекти демонструють користь інтеграції українських журналістів у світову професійну спільноту. Завдяки грантам на стажування українські репортери мають змогу тимчасово працювати в провідних європейських медіа, переймаючи сучасні стандарти та технології виробництва контенту. Міжнародна спільнота розглядає підтримку українських медіа як інвестицію у зміцнення демократичної стійкості держави.

Співпраця України з великими технологічними компаніями у сфері інформаційної безпеки залишається надзвичайно важливою. Держава та відповідальні установи налагодили взаємодію з соціальними платформами, щоб зменшити вплив ворожої пропаганди в інтернеті. З початку війни компанія Meta вжила низку заходів для обмеження поширення російських інформаційних кампаній, видаливши сотні підроблених акаунтів і сайтів, що імітували роботу медіа. Інші цифрові платформи також реагують на звернення української сторони щодо блокування каналів, які поширюють дезінформацію та координуються російськими структурами.

Разом із тим виникають нові виклики, адже пропагандисти переходять на альтернативні платформи і використовують платні позначки верифікації для створення ілюзії достовірності неправдивого контенту. Це змушує Україну посилювати міжнародну співпрацю з технологічними корпораціями з метою забезпечення більшої прозорості у модерації контенту та швидкого реагування на інформаційні атаки. На початку 2024 року аналітики виявили майже п'ятсот інтернет-ресурсів, що системно поширюють російську дезінформацію про війну. Використання штучного інтелекту зробило можливим масове створення фейкових матеріалів, що посилило загрозу для глобального інформаційного простору. У відповідь українські медіа та ІТ-спільнота впроваджують власні механізми перевірки фактів. Створюються автоматизовані боти, алгоритми для виявлення скоординованих атак та інструменти співпраці з міжнародними ініціативами на кшталт NewsGuard, які допомагають відстежувати джерела дезінформації [61].

Важливим напрямом підвищення стійкості інформаційного середовища стало впровадження принципів прозорості та підзвітності в самих редакціях. За підтримки

Європейського Союзу українські медіа долучилися до програми Journalism Trust Initiative, яку започаткували «Репортери без кордонів». У межах цієї ініціативи сімдесят сім українських видань проаналізували власні стандарти роботи відповідно до міжнародних критеріїв доброчесності, а понад тридцять уже оприлюднили звіти для своєї аудиторії [46]. Серед учасників є найбільші суспільні мовники та провідні аналітичні ресурси, що прагнуть підвищити рівень довіри до медіа. У майбутньому деякі редакції планують пройти незалежну сертифікацію, яка підтвердить їхній високий стандарт професійної етики.

Паралельно розвивається фактчекінг як складова редакційної політики. Українські ЗМІ створюють окремі рубрики для спростування неправдивих повідомлень, співпрацюють із волонтерськими об'єднаннями OSINT-аналітиків, які відстежують інформаційні атаки в реальному часі. Така взаємодія сприяє формуванню єдиного захисного інформаційного поля, де держава, журналісти та громадські ініціативи працюють узгоджено. Стратегія інформаційної безпеки України базується на поєднанні державних дій, професійної відповідальності медіа та підтримки міжнародних партнерів і технологічних платформ. Комплексний підхід дозволяє ефективно захищати національний інформаційний простір від зовнішніх впливів і водночас модернізувати його відповідно до вимог сучасного цифрового світу.

У підсумку, вдалося виокремити практичні механізми використання українських ЗМІ як інструменту суспільно-політичної інтеграції в умовах війни. Аналіз продемонстрував, що медіа виконують провідну роль у підсиленні національної єдності, формуванні спільних смислів та забезпеченні стійкості суспільства до інформаційних загроз. Важливим інструментом цієї діяльності є стратегічна комунікація, яка об'єднує журналістів, військових речників, дипломатів та лідерів думок у рамках узгоджених інформаційних підходів. Така модель дозволяє створити цілісний інформаційний фронт, через який суспільству передаються перевірені дані та ключові повідомлення, що підтримують стабільність та запобігають поширенню маніпуляцій.

Встановлено, що українські ЗМІ активно сприяють консолідації суспільства завдяки орієнтації на достовірність інформації, прозорість джерел та зміцнення довіри громадян. За даними опитувань, зростає рівень підтримки традиційних медіа, що свідчить про високий суспільний запит на відповідальну комунікацію. Медіа відіграють ключову роль у забезпеченні інформованості громадян під час кризових ситуацій, допомагаючи орієнтуватися у складних умовах воєнного часу та формуючи відчуття спільності та взаємної підтримки.

Значне місце у дослідженні посідає оцінка ефективності інформаційних кампаній, які реалізує держава та громадянське суспільство. Їхній успіх залежить від здатності медіа поєднувати професіоналізм та чутливість до потреб аудиторії. Приклади масових комунікаційних ініціатив демонструють, що українським медіа вдалося виробити функціональний баланс між інформуванням і мобілізацією громадян, що посилює стійкість суспільства й забезпечує єдність у критичні моменти.

У розділі проаналізовано також перспективи розвитку українського медіаринку, які значною мірою залежать від міжнародної підтримки та впровадження інноваційних форматів. За даними міжнародних аналітичних центрів, під час війни медіа отримали суттєву допомогу у вигляді фінансування, технічних ресурсів та освітніх проєктів. Це створює умови для зміцнення редакційної незалежності, розвитку нових форм подачі контенту та підвищення рівня інформаційної безпеки. Застосування сучасних комунікаційних технологій сприяє появі більш гнучких та витривалих медіаструктур, здатних протистояти дезінформаційним атакам і забезпечувати якісне інформування громадян.

Узагальнюючи результати третього розділу, можна зробити висновок, що українські ЗМІ не лише реагують на виклики війни, а й формують підґрунтя для довгострокової суспільної єдності. Вони виконують функції стратегічного інституту, що забезпечує зв'язок між державою та громадянами, формує спільні цінності та підтримує політичну суб'єктність суспільства. Подальший розвиток медіа залежить від здатності поєднати професійні стандарти, інноваційні рішення та міжнародну кооперацію. Така модель забезпечить стійкість інформаційного простору та

сприятиме формуванню зрілої політичної культури навіть за умов тривалих безпекових загроз.

ВИСНОВОК

Проведене дослідження дозволило комплексно оцінити роль українських засобів масової інформації як чинника суспільно політичної інтеграції в умовах російсько української війни. Обґрунтовуючи теоретико методологічні засади функціонування українських засобів масової інформації як чинника суспільної інтеграції у воєнний період, можна зазначити, що ЗМІ залишаються ключовим елементом формування інформаційного середовища та суспільної солідарності. Медіа забезпечують стабільний канал комунікації між суспільством і державою, створюючи спільне уявлення про перебіг подій та їхнє значення. У період війни цей вплив значно посилюється, оскільки інформація стала не лише інструментом пояснення реальності, а й засобом підтримки психологічної стійкості громадян. Дослідження підтвердило, що засоби масової інформації виконують функції інформування, мобілізації та консолідації, які визначені у численних наукових працях з теорії медіа і політичної комунікації.

Отримані дані свідчать, що інформаційний простір України за останні роки зазнав змін. Серед факторів, які підтверджують інтеграційну роль ЗМІ, варто відзначити зростання суспільної довіри до вітчизняних джерел новин. Понад половина громадян регулярно переглядають телемарафон, а 38 відсотків висловлюють до нього повну довіру. Це свідчить про наявність спільного інформаційного поля, яке допомагає формувати колективне бачення подій. Під час активної фази війни засоби масової інформації стали одним із фундаментальних чинників, що забезпечують об'єднання громадян навколо ключових цінностей та стратегічних цілей держави.

Аналіз основних інформаційних викликів та загроз для українських медіа під час війни, надав змогу визначити ключові виклики, пов'язані з дезінформацією та маніпулятивними комунікаціями, які активно застосовуються проти України. За результатами соціологічних опитувань, понад 84 відсотки громадян вважають російську дезінформацію однією з найбільших загроз. Найбільш уразливими залишаються соціальні мережі, де новини споживають понад 80 відсотків населення. Попри це, аналітичні дослідження VoxUkraine і ОПОРИ демонструють, що рівень

реальної суспільної поляризації є низьким, а спроби штучного поділу суспільства в більшості випадків не досягають успіху. Це свідчить про ефективність державної інформаційної політики та діяльності інституцій, відповідальних за моніторинг і спростування фейкових матеріалів.

Паралельно з цим аналіз продемонстрував, що в умовах війни українські медіа не лише протидіють зовнішнім інформаційним атакам, а й активно сприяють внутрішній мобілізації. Сучасні проекти стратегічної комунікації, співпраця журналістів із державними структурами та використання інструментів кризової комунікації забезпечують оперативність і точність поширення важливої інформації. Значну роль відіграє Центр протидії дезінформації, чії рекомендації та аналітичні звіти допомагають громадянам відрізнити достовірні повідомлення від маніпуляцій. Таким чином друге завдання дослідження підтвердило, що боротьба з дезінформацією є системною та багаторівневою, а медіа відіграють центральну роль у стримуванні інформаційного впливу агресора.

Також досліджено суспільно політичний дискурс у медійному просторі. Після початку вторгнення рекламний ринок скоротився майже на дві третини, а приблизно 15 відсотків телерадіоорганізацій припинили мовлення. Це створює складні умови для діяльності незалежних ЗМІ, які нерідко змушені переходити на грантове фінансування. За даними міжнародних звітів, частка грантової підтримки у доходах редакцій може сягати від 33 до 95 відсотків залежно від типу медіа. Попри труднощі, українські журналісти зберігають професійні стандарти та забезпечують стабільне інформування громадян.

Подальший аналіз показав, що значну роль у функціонуванні медіасфери відіграє міжнародна допомога. За останні два роки понад тисячу п'ятсот журналістів отримали підтримку від міжнародних організацій, а ЮНЕСКО надала понад п'ятсот грантів на розвиток українських редакцій. Крім того, Міністерство культури та інформаційної політики створило понад п'ятсот одиниць контенту, які охопили понад двісті мільйонів переглядів. Ці дані свідчать, що українські медіа поступово адаптуються до нових умов та знаходять можливості розвитку навіть у період війни.

Таким чином третє завдання дослідження підтвердилось в контексті стійкості медіапростору за рахунок поєднання внутрішніх зусиль та зовнішньої підтримки.

Охарактеризовано трансформації українського медіаринку та журналістських стандартів. Результати дослідження свідчать, що ефективність медіа залежить від здатності підтримувати довіру аудиторії, забезпечувати достовірність інформації та пропонувати громадянам чіткі орієнтири. Статистика демонструє, що рівень довіри до вітчизняних ЗМІ становить близько 27 відсотків, а недовіра сягає 42 відсотків, тому підвищення стандартів журналістики та прозорість редакційної політики залишаються ключовими завданнями. Водночас у воєнних умовах зростає запит на відповідальну комунікацію, яка не лише інформує, а й пояснює складні явища та допомагає суспільству уникати дезінформаційних атак.

Аналіз показав, що засоби масової інформації здатні виконувати більш глибоку функцію, ніж просто передавання фактів. Вони формують відчуття спільності, створюють інформаційні рамки для розуміння національних цілей і зміцнюють політичну суб'єктність громадян. Українські ЗМІ демонструють високий потенціал у розвитку медіаграмотності та критичного мислення, оскільки активно співпрацюють з експертними організаціями, аналітичними центрами та міжнародними партнерами. Така взаємодія дає змогу розвивати інформаційний простір, який сприяє єдності та посиленню демократичних процесів навіть у період військових загроз.

В завершення дослідження, основні зусилля були спрямовані на визначення перспективних напрямів удосконалення ролі ЗМІ в забезпеченні суспільно політичної інтеграції. Аналіз показав, що одним з головних викликів є потреба у підвищенні довіри населення до медіа. Рівень довіри до українських ЗМІ становить приблизно двадцять сім відсотків, а недовіра сягає сорока двох відсотків. Це свідчить про необхідність посилення стандартів прозорості, відповідальності та етичності у медіакомунікаціях. Розвиток медіаграмотності також є ключовим, оскільки зменшує сприйнятливність населення до маніпуляцій та фейкових матеріалів.

Подальший розвиток української медіасфери залежить від здатності журналістської спільноти адаптуватися до нових реалій. Актуальними залишаються питання цифрової трансформації редакцій, використання аналітичних інструментів

для моніторингу інформаційних загроз та впровадження інноваційних форматів комунікації. Співпраця між ЗМІ, державними структурами та міжнародними партнерами сприятиме формуванню медіапростору, який зможе забезпечувати не лише оперативне інформування, а й зміцнення демократичних процесів, зниження поляризації та розвиток критичного мислення. Це дає підстави вважати, що українські ЗМІ мають значний потенціал для подальшого зміцнення суспільної інтеграції та підтримки політичної єдності.

Узагальнюючи результати дослідження, можна зробити висновок, що засоби масової інформації залишаються одним з ключових інститутів, які забезпечують стійкість українського суспільства та підтримують його здатність протистояти зовнішнім загрозам. Попри складні виклики українські медіа демонструють здатність до адаптації, взаємодії та розвитку, що створює основу для зміцнення суспільно політичної інтеграції у майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Безпальча О. Проблема громадської свідомості для створення української державності. Актуальні питання державотворення в Україні : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених (24 квіт. 2013 р.): [зб. наук. праць]. Київ: Прінт-Сервіс, 2014. С. 19- 20.
2. Бідзиля Ю., Сніцарчук Л., Соломін Є., Шкурко Г., Швець В. The Role of the Media in the Formation of National (Ethnic) Identity. *Brazilian Journal of Education, Technology and Society (BRAJETS)*, 2024, № (se2), с. 208-219.
3. Білан Н. ЗМК як фактор суспільно-політичної взаємодії. Інформаційне суспільство: науковий журнал. Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. Київ, 2019. Вип. 10, липень - грудень. С. 23- 26.
4. Бондар І. Формування громадської думки в новинах періоду російсько-української війни / І. В. Бондар. Запоріжжя, 2024. С 32-33.
5. Буняк В. У парламенті зареєстрували законопроект про регулювання «платформ загального доступу до інформації», зокрема Telegram. *ms.detector.media*. Електронний ресурс. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/34512/2024-03-25-u-parlament-i-zareiestruvaly-zakonoproiekt-pro-regulyuvannya-platform-zagalnogo-dostupu-do-informatsii-zokrema-telegram.com> .
6. Владимиров В. Журналістика, особа, суспільство: проблема розуміння: монографія. К.: Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2013. С. 210-220.
7. Всеохопна інформаційно-просвітницька кампанія з протидії дезінформації. Продукти та результати. *Центр стратегічних комунікацій*. Електронний ресурс. URL: <https://spravdi.gov.ua/vseohopna-informacijno-prosvitnyczka-kampaniya-z-protydiyi-dezininformacziyi-produkty-ta-rezultaty.com>.
8. ГО «Інтерньюз-Україна». Українські медіа: споживання новин і довіра у 2025 році : звіт. Київ : ГО «Інтерньюз-Україна», 2025. 56 с. Електронний ресурс. URL: <https://detector.media/infospace/article/244362/2025-09-23-internyuz->

- ukraina-prezentuvav-doslidzhennya-ukrayinski-media-spozhyvannya-novyn-i-dovira-u-2025-rotsi/.
9. Гончаренко О. Єдиний інформаційний фронт: досвід України у поєднанні журналістики, дипломатії та військових комунікацій. Вісник КНУ імені Т. Шевченка. Серія: Міжнародні відносини. 2024. № 3. С. 29–41.
 10. Гуцуляк Д. Фактчекінг як інструмент протидії дезінформації в умовах гібридних конфліктів. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Серія: Філологія. Випуск 2(12), 2024. С. 23-25.
 11. Данькова Н. Що відбувається з медіабізнесом Ріната Ахметова?. *detector.media*. URL: <https://detector.media/rinok/article/200916/2022-07-12-shcho-vidbuvaietsya-z-mediabiznesom-rinata-akhmetova/>.
 12. Дата-редакція «Тексти». Як ми створювали інтерактивну карту укриттів і стежили за пересуванням російських військ. *Тексти.org.ua*. 2022. Електронний ресурс. URL: <https://texty.org.ua>.
 13. Дейнеко О. Медіа як ресурс соціальної єдності: локальні практики під час війни. // «Медіазміни». 2023. № 2. С. 14–21.
 14. Детектор медіа. Україна виграла війну наративів: як світ перестав вірити російській пропаганді. Детектор медіа. 2023. Електронний ресурс. URL: <https://detector.media/infospace/article/213654/2023-09-15-ukraina-vygrala-viynu-naratyviv-yak-svit-perestav-viryty-rosiyskiy-propagandi/>.
 15. Закон України «Про інформацію» Електронний ресурс. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
 16. Замовлення Сербією 20 000 Shahed-136 – це написаний нейромережею фейк, що підхопили ЗМІ / AIN. Електронний ресурс. Електронний ресурс. URL: <https://ain.ua/2023/08/15/zamovlennya-serbiyeyu-20-000-shahed-136-cze-napysanyj-nejromerezheyu-fejk-shho-pidhopyly-zmi/>.
 17. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. Львів: ПАІС, 2014. 268 с.
 18. Зубченко Я. У марафоні «Єдині новини» з'явиться телетижневик. *detector.media*. Електронний ресурс. URL:

- <https://detector.media/production/article/207005/2023-01-13-u-marafoni-iedyni-povyny-zyavytsya-teletyzhnevyyk/>.
- 19.Іванов В. Соціологія масової комунікації: навч. посіб. К.: ВПЦ «Київ. ун-т», 2010. 210 с.
 - 20.Інститут масової інформації. Фактчекінг під час війни: проблеми сталості та підтримки ініціатив. Аналітичний огляд ІМІ. 2023. Електронний ресурс. Електронний ресурс. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/i58282>.
 - 21.Інститут масової інформації. Як українці оцінюють протидію дезінформації: результати опитування. ІМІ – Звіти та дослідження. 2024. Електронний ресурс. URL: <https://imi.org.ua/research/>.
 - 22.Карловський О. Вплив війни на політичну культуру українського суспільства / О. Карловський. Перегляд: Вплив війни на політичну культуру українського суспільства. 2025. № 21-11. С. 7-23.
 - 23.Карловський О. Вплив війни на політичну культуру українського суспільства. REICST Journal. 2025. № 21-11. С. 7-23.
 - 24.Квіт С. Медіа та війна: трансформація журналістських практик в Україні. Київ : Український медіацентр, 2023. 156 с.
 - 25.Кліницький Д. Вплив російсько-української війни на контент електронних медіа : монографія. Київ : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2024. 68 с.
 - 26.Кобанець А. Мовна політика як фактор впливу на суспільну свідомість (на прикладі видання «Громадська думка» / «Рада» (1905-1914)). Наукові записки Інституту журналістики. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут журналістики. Київ, 2006. Т. 25. С. 69-73.
 - 27.Колодяжна А., Горбач В. Інформаційна війна в сучасному світі. Progressive research in the modern world. Proceedings of the 2nd International scientific and practical conference. BoScience Publisher. Boston, USA. 2022. Pp. 335-342.
 - 28.Крайня В. КМІС: Українським медіа довіряють 27% респондентів, не довіряють 42%. *detector.media*. Електронний ресурс. URL:

- [https://detector.media/infospace/article/236875/2025-01-09-kmis-ukrainskym-media-doviryayut-27-responentiv-ne-doviryayut-42/#:~:text="](https://detector.media/infospace/article/236875/2025-01-09-kmis-ukrainskym-media-doviryayut-27-responentiv-ne-doviryayut-42/#:~:text=)
29. Крайня В. КМІС: Українським медіа довіряють 27% респондентів, не довіряють 42% Електронний ресурс. URL: <https://detector.media/infospace/article/236875/2025-01-09-kmis-ukrainskym-media-doviryayut-27-responentiv-ne-doviryayut-42/#:~:text=%D1%96%20%D0%BC%D0%B8%20%D0%B1%D0%B0%D1%87%D0%B8%D0%BC%D0%BE%20%D1%81%D1%83%D1%82%D1%82%D1%94%D0%B2%D1%83%20%D1%84%D1%80%D0%B0%D0%B3%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8E,%D0%B2%D0%B>
detector.media.
30. Критичне мислення українців та ефективність стратегічних комунікацій – запорука стійкості України, – Ігор Соловей | Міністерства культури та стратегічних комунікацій. *Міністерства культури та стратегічних комунікацій*. Електронний ресурс. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/krytychne-myslennya-ukrayincziv-ta-efektyvnist-strategichnyh-komunikaczij-zaporuka-stijkosti-ukrayiny-igor-solovej/.com>.
31. Кузик В. Інноваційні формати журналістики в умовах інформаційної війни: виклики та перспективи розвитку. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2023. № 50. С. 112–124.
32. Лісовський П. Маніпуляція свідомістю: сутність, структура, механізм у сучасному трансформаційному суспільстві (соціальнофілософський аналіз). К. Вид-во Нац. пед. ун-ту ім. М.П.Драгоманова, 2016. 200 с.
33. Медіамейкер. Що таке телемарафон «Єдині новини»: історія, канали ... / Тетяна Миронишена. MediaMaker. 2024. Електронний ресурс. URL: <https://mediamaker.me/shlyah-telemarofonu-vid-spilnogo-informuvannya-do-konfliktiv-i-glyadaczkoyi-nedoviry-9431/>.
34. Михайлин І. Журналістика як всесвіт: вибрані медіадослідження. Х.: Прапор, 2018. 512 с.

35. Міністерство закордонних справ України. Заступник міністра закордонних справ України з питань цифрового розвитку розповів про спільні ініціативи з кібербезпеки та інформаційної протидії / Facebook. 2024. Електронний ресурс. URL: [\[https://www.facebook.com/UkraineMFA/posts/заступник-міністра-закордонних-справ-україни-з-питань-цифрового-розвитку-/1251128050390991/\]](https://www.facebook.com/UkraineMFA/posts/заступник-міністра-закордонних-справ-україни-з-питань-цифрового-розвитку-/1251128050390991/).
36. Ніколаєць Ю. Єдиний телемарафон як феномен українського інформаційного простору: виклики та ризики. // Журнал «Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво». 2023.
37. Огляд українських ініціатив з медіаграмотності за 2024 рік Електронний ресурс. URL: <https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2024/12/zvit-ukr-inicziatyv-zmediagramotnosti.pdf>.
38. Опитування: 84% українців стурбовані дезінформацією та фейками РФ. *inform.zp.ua*. Електронний ресурс. URL: https://www.inform.zp.ua/uk/2025/09/25/339611_opytuvannya-84-ukrayincziv-sturbovani-dezinformacziyeyu-ta-fejkamy-rf/.
39. Офіційний сайт Центру протидії дезінформації URL: <https://cpd.gov.ua/>.
40. Перелік інформації, яку не можна публікувати ЗМІ. – Платформа прав людини. *Платформа прав людини*. Електронний ресурс. URL: <https://ppl.org.ua/perelik-informacii-yaku-ne-mozhna-publikuvati-zmi.html>.
41. Поліковська Ю. Директорка IREX в Україні Мяхрібан Дракман: Ми працюємо з молоддю, освітянами, лідерами громадянського суспільства та професіоналами зі сфери медіа для забезпечення доступу до якісної інформації, освіти, посилення інституцій і виховання лідерів. *ms.detector.media*. Електронний ресурс. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/35402/2024-07-01-dyrektorka-irex-v-ukraini-myakhriban-drakman-my-pratsyuemo-z-moloddyu-osvityanamy-lideramy-gromadyanskogo-suspilstva-ta-profesionalamy-zi-sfery-media-dlya-zabezpechennya-dostupu-do-yakisnoi-informatsii-osvity-posylennya-instytutsiy-i-vykhovannya-lideriv/>.

42. Поліковська Ю. 34% опитаних громадян свідомо зменшили споживання новин, – «Kantar Україна». *ms.detector.media*. Електронний ресурс. URL: <https://ms.detector.media/internet/post/35630/2024-07-24-34-opytanykh-gromadyan-svidomo-zmenshyly-spozhyvannya-novyn-kantar-ukraina/>.
43. Поліковська Ю. IREX в Україні запустила кампанію про ключові поняття медіаграмотності. *ms.detector.media*. Електронний ресурс. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/36562/2024-10-28-irex-v-ukraini-zapustyla-kampaniyu-pro-klyuchovi-ponyattya-mediagramotnosti/>.
44. Прогноз Центру щодо інформзагроз на першу половину вересня 2025 року | Центр протидії дезінформації. *Центр протидії дезінформації | Головна сторінка*. Електронний ресурс. URL: <https://cpd.gov.ua/international-direction/yevropa/prognoz-czentru-shhodo-informzagroz-na-pershu-polovynu-veresnya-2025-roku/.com>.
45. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо висвітлення подій, пов'язаних з воєнними діями ЗСУ на території Російської Федерації - Комісія з журналістської етики. *Комісія з журналістської етики*. Електронний ресурс. URL: <https://cje.org.ua/statements/recommendations-cje/> (дата звернення: 12.10.2025).
46. Репортери без кордонів. Journalism Trust Initiative в Україні: прозорість і довіра медіа. RSF Reports. 2024. Електронний ресурс. URL: https://rsf.org/sites/default/files/medias/file/2024/10/Rapport%20Ukraine_UA.pdf.
47. (РО)З'ЄДНАНІ: поляризація в українському суспільстві» / ОПОРА, Київська школа економіки. Електронний ресурс (PDF). Електронний ресурс. URL: https://api.home.ednannia.ua/upload/kch/24/10/23/OPORA_poliaryzaciya.pdf.
48. Романюк А. Медіа і демократія: виклики воєнного часу. Вісник Львівського університету. Серія: Філософсько-політологічні студії. 2023. № 41. С. 22–34.
49. Савчук І. Авторське право у добу штучного інтелекту: виклики для українських медіа. Право і медіа. 2024. № 2. С. 28–39.

50. Стахнік Р. Роль медіа у якості агентів військово-політичної мобілізації населення в умовах російсько-української війни, ТНПУ (Тернопільський національний педагогічний університет). 2023.
51. Стратегія інформаційної безпеки Електронний ресурс. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/685/2021#Text>.
52. Суспільне Новини. За хронікою нашої роботи напишуть підручники з історії: як працюють українські журналісти в умовах війни / *suspilne.media*. 2022. Електронний ресурс. URL: [<https://suspilne.media/247248-za-hronikou-nasoi-roboti-napisut-pidrucniki-z-istorii-ak-pracuut-ukrainski-zurnalisti-v-umovah-vijni/>](<https://suspilne.media/247248-za-hronikou-nasoi-roboti-napisut-pidrucniki-z-istorii-ak-pracuut-ukrainski-zurnali>).
53. Суспільне Новини. Перша леді Олена Зеленська виступила на глобальному саміті Генеральної Асамблеї ООН / suspilne.media. 2023. Електронний ресурс. URL: <https://suspilne.media/284452-vijna-ogolue-nervi-persa-ledi-olena-zelenska-vistupila-na-globalnomu-samit-genasamblei-onn/>.
54. Указ Президента України «Про Центр протидії дезінформації» : Указ № 187/2021 від 07 травня 2021 року. Електронний ресурс. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1872021-38841>.
55. Українські медіа: споживання новин і довіра у 2025 році. Аналітичний звіт. Київ: Інтерньюз-Україна, 2025. URL: https://internews.ua/themes/internews/assets/img/media-research/UPD_UKR_Ukrainian_Media_News_Consumption_and_Trust_in_2025.pdf
56. Українське суспільство в умовах війни. Рік 2023. *Інститут соціології НАН України*. Електронний ресурс. URL: https://isnasu.org.ua/news/news_item.php?id=ukr-suspilstvo-2023&year=2023#:~:text=війни»%20С,Така%20постановка%20питання%20в%20соціально (дата звернення: 23.09.2025).

57. Українській національній ідентичності загрожує російська імперіалістична асиміляція – експерти. *Головна - Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва*. Електронний ресурс. URL: <https://dif.org.ua/article/ukrainskiy-natsionalniy-identichnosti-zagrozhue-rosiyska-imperialistichna-asimilyatsiya-eksperti>.
58. «Фактчек у регіонах»: досвід локальних медіа / MediaSapiens. 2024, 2 жовтня. Електронний ресурс. URL: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/36315/2024-10-02-faktchek-u-regionakh-dosvid-lokalnykh-media/>.
59. «Хто потрапляє до соціальних бульбашок? Дослідження поведінки молодих користувачів соціальних медіа в Україні». VoxUkraine. 18 червня 2024. Електронний ресурс. Електронний ресурс. URL: <https://voxukraine.org/hto-potraplyaye-do-sotsialnyh-bulbashok-doslidzhennya-povedinky-molodyh-korystuvachiv-sotsialnyh-media-v-ukrayini>.
60. Цюприк Г. Стратегічні комунікації України у протидії російській агресії. Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2023. № 52. С. 117–126.
61. Чайкун О. Медіа в умовах кризових ситуацій. – Київ : Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Серія: Філологія, 2024. № 4(14). С. 45-67.
62. Як журналістам підтримати себе й інших у критичній ситуації, AIRPU. 2025, 24 квітня. Електронний ресурс. URL: <https://airpu.org/news/yak-zhurnalistam-pidtrymaty-sebe-j-inshyh-u-krytychnij-sytuacziyi/>.
63. Як патріотичність впливає на взаємодію з контентом | Медіа Inweb. *Медіа Inweb*. Електронний ресурс. URL: [https://theinweb.media/yak-patriotychnist-vplyvaye-na-vzayemodiyu-z-kontentom/#:~:text=дослідження%20USAID/Internews%20\(2024\),%2084,роблять%20це%20виключно%20там](https://theinweb.media/yak-patriotychnist-vplyvaye-na-vzayemodiyu-z-kontentom/#:~:text=дослідження%20USAID/Internews%20(2024),%2084,роблять%20це%20виключно%20там).
64. 75 медійників загинули з початку російсько-української війни в період із 2014 до 2023 року – ІМІ. *Інститут масової інформації*. Електронний ресурс. URL:

- <https://imi.org.ua/news/75-medijnykiv-zagynuly-z-pochatku-rosijsko-ukrayinskoyi-vijny-u-period-z-2014-po-2023-roky-imi-i56614>.
65. Alliance for Peacebuilding. Ukraine Call to Action: Combat mis/disinformation and promote cybersecurity in Ukraine and globally. Alliance for Peacebuilding. 2024. Електронний ресурс. URL: [<https://www.allianceforpeacebuilding.org/ukraine-call-to-action-combat-misdisinformation-and-promote-cybersecurity-in-ukraine-and-globally>](<https://www.allianceforpeacebuilding.org/ukraine-call-to-action-combat-misdisinformation->.
 66. BBC News. Concert For Ukraine: Refugees' stories centre stage at £12m charity show. *BBC Home - Breaking News, World News, US News, Sports, Business, Innovation, Climate, Culture, Travel, Video & Audio*. Електронний ресурс. URL: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-60912544>.
 67. Chekshturina, V. The Role of Media in Shaping Political Discourse in the Context of the Russian-Ukrainian War. *Public Management and Policy*, 2024, № 1, с. 53–62.
 68. de Buitrago S., Reinke C. Visual framings of the war in Ukraine. *Discourse & Communication, Working Paper Series*, No. 8-5. 2022.
 69. detector.media. Медіа ландшафт друкованих медіа в Україні - 2024. *detector.media*. Електронний ресурс. URL: <https://detector.media/infospace/article/234226/2024-11-02-media-landshaft-drukovanykh-media-v-ukraini-2024/>.
 70. detector.media. Як виживають районні медіа під час війни? Історії з «поля». *detector.media*. Електронний ресурс. URL: <https://detector.media/infospace/article/220385/2023-12-09-yak-vyzhyvayut-rayonni-media-pid-chas-viyny-istorii-z-polya/> (дата звернення: 12.10.2025).
 71. Espírito Santo P. Anticipatory approach to war and agenda building: the press role during the Russia-Ukraine war. *Frontiers in Political Science*. 2024. Vol. 6, Article 1341515. P. 1–12.
 72. Forbes UA. Facebook, YouTube і Twitter махнули рукою на російську пропаганду. Аналіз від *The Washington Post* / Forbes.ua. 15 липня 2022. Електронний ресурс. URL: [<https://forbes.ua/inside/tekhnogiganti-makhnuli->

- rukoyu-na-rosiysku-propagandu-analiz-the-washington-post-14072022-7174](https://forbes.ua/inside/tekhnogiganti-makhnuli-rukoyu-na-rosiysku-propagandu-analiz-the-washington-post-14072022-7174).
73. Hallin D., Mancini P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge : Cambridge University Press, 2004. 342 p.
 74. Internews. Supporting Ukrainian media resilience through training and capacity building. Internews. 2023. Електронний ресурс. URL: <https://internews.ua/en/report/2023-year>.
 75. Kaltseis M. (De)legitimization strategies of Russia's war against Ukraine. International Journal. 2024. Vol. 79, № 2. P. 123–145.
 76. Media Development Foundation. Донорська підтримка українських медіа в умовах війни: аналітичний звіт за 2023 рік. Київ, 2023. Електронний ресурс. URL: <https://mediadevelopmentfoundation.org>.
 77. Mishalova O. Russia's War in Ukraine as a War for Identity and Appropriation of Cultural Tradition. Journal of Political Studies. 2024. Vol. 32, № 2. P. 77–89.
 78. New Voice of Ukraine. Ukrainians donate almost US\$10 million in a day to buy Bayraktar drones for army / *english.nv.ua*. 23 June 2022. Електронний ресурс. URL: [<https://english.nv.ua/life/ukrainians-donate-almost-10-million-in-a-day-to-buy-bayraktar-drones-for-army-ukraine-news-50251825.html>](<https://english.nv.ua/life/ukrainians-donate-almost-10-million-in-a-day-to-buy-bayraktar-drones-for-army-ukraine-news-5025182>).
 79. Per-Erik Nilsson. Be Brave Like Ukraine: Strategic Communication and the Mediatization of War. Volume 25, No. 1, 2024. 3 p.
 80. Pulitzer Center. On the Front Lines of the Ukrainian Media's Fight for Funding in Wartime / pulitzercenter.org. 2025. Електронний ресурс. URL: <https://pulitzercenter.org/stories/front-lines-ukrainian-medias-fight-funding-wartime>.
 81. Reuters Institute. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023: Ukraine Focus. Електронний ресурс. URL:

- <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2023>.
82. Riera P. Overlapping polarization: On the contextual determinants of affective and ideological polarization. *Electoral Studies*. 2023. 5 p.
 83. Shuster/Kyiv S. Volodymyr Zelensky Is TIME's 2022 Person of the Year. *TIME*. Електронний ресурс. URL: <https://time.com/person-of-the-year-2022-volodymyr-zelensky/> (date of access: 12.10.2025).
 84. Social trends 2023: how the war turned Ukrainians into a more conscious nation. *Worldwide online and smartphone surveys | Gradus*. Електронний ресурс. URL: <https://gradus.app/en/open-reports/gradus-report-social-trends-2023-ua/#:~:text=Crystallization%20of%20identity>.
 85. Soldatenko A. Social cohesion and media during war: discussing social research. IRMI - Institute of Regional Press and Information.
 86. StopFake – фактчекінговий проєкт / Центр Медіареформи. Електронний ресурс. URL: <https://www.stopfake.org/uk/pro-nas/>.
 87. Tao, Yuan; Meindl, Jan; Li, Zheng. National Identity in Media Discourses from Russia and Ukraine Amid the 2022 Russo-Ukrainian War. *Zeitschrift für Slawistik*. 2023, Vol. 68, № 3, с. 419–439.
 88. Two years of war in Ukraine: more than 1,500 journalists and 150 media supported by RSF. *Bienvenue sur le site de Reporters sans frontières | RSF*. URL: <https://rsf.org/en/two-years-war-ukraine-more-1500-journalists-and-150-media-supported-rsf>.
 89. Ukraine's Media Landscape in 2022: Martial Law Unavoidably Reorders the Media System. Center for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF). Електронний ресурс. URL: <https://cmpf.eui.eu/ukranian-media-landscape-in-2022/>.
 90. Ukrinform. Артем Захарченко: держава має посилити інформаційний фронт, який тримався на громадянах в перший рік війни. *Укрінформ - актуальні новини України та світу*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3731002-artem-zaharcenko-derzava-mae-posiliti-informacijnij-front-akij-trimavsa-na-gromadanah-v-persij-rik-vijni.html>.

- 91.Ukrinform. Серед українців зростає довіра до новин традиційних медіа/ URL:
<https://www.ukrinform.ua/rubric-society/4039589-sered-ukrainsiv-zrostaie-dovira-do-novin-tradicijnih-media.html#:~:text=%D0%94%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%96%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%B7%D0%B0%D1%81%D0%B2%D1%96%D0%B4%D1%87%D0%B8%D0%BB%D0%BE%2C%20%D1%89%D0%BE%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D1%82%D0%B5%D0%B%D0%B5%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%>. *Укрінформ - актуальні новини України та світу.*
- 92.Ukrinform. Україна запустила телеканал «FREEDOM», який мовитиме російською. *Укрінформ - актуальні новини України та світу.* URL:
https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3426877-ukraina-zapustila-telekanal-freedom-akij-movitime-rosijskou.html?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 12.10.2025).
- 93.UNESCO. UNESCO continues providing financial support to Ukrainian journalists. UNESCO. 2024. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/unesco-continues-providing-financial-support-ukrainian-journalists>.
- 94.VoxUkraine. VoxCheck – фактчекінговий проект незалежної аналітичної платформи VoxUkraine. Електронний ресурс. URL:
<https://voxukraine.org/en/voxcheck>.
- 95.Zakharchenko A. Frontiers | Advantages of the connective strategic narrative during the Russian–Ukrainian war. *Frontiers*. URL:
<https://www.frontiersin.org/journals/political-science/articles/10.3389/fpos.2025.1434240/full> (date of access: 03.10.2025).
- 96.Zelenko G., Kononenko N. Threats of Toxic Polarization in Conditions of War: the Case of Ukraine. Інститут політичних та етнічних досліджень НАН України, 2024. 12. с.
- 97.Zmina / «Справи проти волонтерів: як силовики підставляють тих, хто допомагає армії». Zmina.info. 29 грудня 2022. Електронний ресурс. URL:

<https://zmina.info/articles/spravy-proty-volonteriv-yak-sylovyky-pidstavlyayut-tyh-hto-dopomagaye-armiyi/>.