



Роль медіа у формуванні політичного дискурсу в умовах російсько-української війни

Вікторія М. Чекштуріна  1*

¹ Західноукраїнський національний університет (Україна). Доцент кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності, д. соц. ком., доцент.

* Автор-кореспондент, e-mail: chekshturina.victoria@gmail.com



СТАТТЯ

АНОТАЦІЯ

Дослідницька

отримана:

30 липня 2024 р.

переглянута:

2 вересня 2024 р.

прийнята:

15 вересня 2024 р.

опублікована

онлайн:

30 вересня 2024 р.

Авторське право

© 2024 автора



Цей твір

ліцензовано на умовах Ліцензії Creative Commons «Із Зазначенням Авторства — Некомерційна 4.0 Міжнародна» (CC BY-NC 4.0).

DOI: [10.70651/3041-2498/2024.1.06](https://doi.org/10.70651/3041-2498/2024.1.06)

У статті розглянуто роль медіа у формуванні політичного дискурсу під час російсько-української війни. Основна увага приділяється тому, як медіа впливають на сприйняття подій, мобілізацію громадської думки та поширення наративів у різних соціальних групах. Визначено поняття політичний дискурс, конфлікт, наративи, пропаганда. Метою дослідження є аналіз наративів, які використовують російські та українські медіа, визначити як російська пропаганда маніпулює аудиторією, спотворюючи факти, та як Україна протистоїть цьому через інформаційні кампанії в медіа і соціальних мережах. Джерелами для дослідження ролі медіа у формуванні політичного дискурсу в умовах російсько-української війни є академічні роботи та наукові статті, аналітичні звіти та дослідження медіамоніторингових організацій, медіа контент. Для досягнення поставленої мети використано низку загальнонаукових методів дослідження: історичний метод дозволив виявити трансформацію ролі ЗМІ у міжнародних конфліктах. За допомогою системного методу вдалося з'ясувати загальні тенденції впливу ЗМІ на міжнародні конфлікти. Автор аналізує медіа як інструмент інформаційної війни, вивчаючи їхню здатність формувати національну ідентичність, політичні позиції та підтримувати міжнародний імідж України. Дослідження акцентує увагу на маніпулятивних технологіях, дезінформації та пропаганді, які використовуються в медійному просторі. Особлива увага приділяється ролі дезінформації, пропаганди та інформаційних атак, що використовуються для маніпуляції громадською думкою і підризу довіри до українських та міжнародних джерел інформації. У дослідженні було встановлено, що медіа відіграють центральну роль у формуванні політичного дискурсу під час російсько-української війни. Визначено, що медіа активно впливають на формування суспільного сприйняття подій війни, підтримуючи національні наративи та зміцнюючи українську ідентичність. Аналіз показав, що українські та міжнародні медіа відіграють важливу роль у протистоянні російській пропаганді та дезінформації. У статті було доведено, що ефективні контрнарративи допомагають нейтралізувати маніпулятивні меседжі, які поширюються через проросійські медіа та соціальні платформи. Доведено, що через висвітлення конфлікту медіа впливають на міжнародне співтовариство, сприяючи дипломатичній та військовій підтримці України. Наукова новизна полягає в тому, що медіа є не просто джерелом інформації, але й активним учасником політичних та військових процесів, визначаючи розвиток дискурсу війни як на національному, так і на міжнародному рівні.

КЛЮЧОВІ СЛОВА

дискурс, політичний дискурс, наративи, пропаганда, маніпуляція.





e-ISSN 3041-2498

Public Management and Policy

<https://www.eu-scientists.com/index.php/pmap>



The role of media in shaping political discourse in the context of the Russian-Ukrainian war



Victoria Chekshturina  1 *

¹ Western Ukrainian National University (Ukraine). Associate Professor at the Department of Information and Socio-Cultural Activities, Doctor of Social Communications, Associate Professor.

* **Corresponding Author**, e-mail: chekshturina.victoria@gmail.com

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Research Article

Received:

30 July 2024

Revised:

2 September 2024

Accepted:

15 September 2024

Published online:

30 September 2024

Copyright © 2024 by author



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)

DOI: [10.70651/3041-2498/2024.1.06](https://doi.org/10.70651/3041-2498/2024.1.06)

The article examines the role of the media in shaping political discourse during the Russian-Ukrainian war. The main focus is on how the media influence the perception of events, mobilize public opinion and spread narratives in different social groups. The concepts of political discourse, conflict, narratives, and propaganda are defined. The purpose of the study is to analyze the narratives used by Russian and Ukrainian media, to determine how Russian propaganda manipulates the audience by distorting facts, and how Ukraine counteracts this through information campaigns in the media and social networks. The sources for the study of the role of media in shaping political discourse in the context of the Russian-Ukrainian war are academic papers and research articles, analytical reports and studies by media monitoring organizations, and media content. To achieve this goal, a number of general scientific research methods were used: the historical method allowed us to identify the transformation of the role of the media in international conflicts. The systematic method helped to identify general trends in the impact of the media on international conflicts. The author analyzes the media as an instrument of information warfare, studying their ability to shape national identity, political positions, and support Ukraine's international image. The study focuses on manipulative technologies, disinformation and propaganda used in the media space. Particular attention is paid to the role of disinformation, propaganda and information attacks used to manipulate public opinion and undermine trust in Ukrainian and international information sources. The study found that the media play a central role in shaping political discourse during the Russian-Ukrainian war. It is determined that the media actively influence the formation of public perception of the events of the war, supporting national narratives and strengthening Ukrainian identity. The analysis shows that Ukrainian and international media play an important role in countering Russian propaganda and disinformation. The article proves that effective counter-narratives help to neutralize manipulative messages spread through pro-Russian media and social platforms. It is proved that through the coverage of the conflict, the media influence the international community, contributing to diplomatic and military support for Ukraine. The scientific novelty is that the media is not just a source of information, but also an active participant in political and military processes, determining the development of the war discourse at both the national and international levels.



KEYWORDS

discourse, political discourse, narratives, propaganda, manipulation.

1. Вступ

У контексті російсько-української війни медіа відіграють критичну роль у формуванні наративів та політичного дискурсу як всередині країни, так і на міжнародній арені. З одного боку, українські медіа стали важливим механізмом для мобілізації громадської думки, посилення національної ідентичності та протидії російській пропаганді. Вони активно використовуються для поширення правдивої інформації про війну, документування воєнних злочинів та формування підтримки серед міжнародних партнерів. З іншого боку, російська пропаганда продовжує застосовувати медіа як інструмент інформаційної війни, спотворюючи факти та створюючи альтернативні наративи, що підтримують агресивні дії Кремля. Таким чином, медіа стають не лише полем боротьби за правду, а й засобом формування політичних позицій різних країн та міжнародних організацій. У цьому контексті дослідження ролі медіа є важливим для розуміння того, як інформаційний вплив впливає на політичні рішення, міжнародні відносини та внутрішню стабільність під час війни.

2. Огляд літературних джерел

Огляд літературних джерел, що досліджують роль медіа у формуванні політичного дискурсу в умовах російсько-української війни, виявляє значну кількість робіт, присвячених інформаційній війні, впливу медіа на громадську думку та пропаганді.

І. Волянчук дослідила виступи, промови та інтерв'ю Президента України Володимира Зеленського і радника голови Офісу Президента Олексія Арестовича, звернувши увагу на лексико-семантичні та функціональні аспекти. Авторка доводить, що вибір комунікативних стратегій залежить від статусу політика, його функціональних обов'язків та соціальної ролі, а також семіотики простору, в якому відбувається комунікація [1, с. 49].

Визнаючи важливу роль телемарафону «Єдині новини» в інформаційному опорі України, не можна однозначно стверджувати, що після початку повномасштабного вторгнення весь медіапростір був зосереджений в руках однієї групи контент-виробників, зазначає Е. Мамонтова [2, с. 138]

Формування політичного дискурсу в умовах російсько-української війни велику роль відіграє медіа Е. Мамонтова [2, с. 139] не випадково зазначала, що у перші дні повномасштабної агресії нападу зазнали телевежі Києва, Луцька, Харкова, Лисичанська Луганської області, Коростеня Житомирської області, що розташовані на шляхах просування загарбницьких військ т. зв. СВО. Технологія об'єднання медіа продемонструвала свою ефективність у справі національного спротиву.

Ю. Ніколаєць дослідив вплив медіа на формування регіональної ідентичності жителів саме Донбасу, оскільки одним із регіонів, який за активної участі мас-медіа було перетворено на своєрідний символ регіональної ідентичності. Формування політичного дискурсу супроводжувалося загостренням міжетнічних конфліктів, викликаних особливостями налагодження та розширення сфер економічної діяльності [3, с. 91].

У працях таких дослідників, як Ж. Зілінський та ін. [4], підкреслюється думка, що соціальні медіа, особливо коли вони використовуються авторитарною владою з підлими цілями, роблять громадян демократичних країн вразливими до кампаній психологічного впливу. Але такі занепокоєння ігнорують схильність одержувачів неправдивих заяв відкидати (або схвалювати) конспірологічні наративи. У статтях М. Навальолі та Н. Костюк [5] досліджується, як в інформаційній війні з Росією важливу роль відіграє культура, бо одна з головних тез російської пропаганди – нема української ідентичності, а все українське створила комуністична влада. Зокрема, вони наголошують на тому, що редакційна політика суттєво змінилася, відбувається ретельніший фактчекінг, оскільки російська пропаганда працює ще винахідливіше. Війна – важкий виклик для будь-якого бізнесу, а тим більше для незалежних онлайн-медіа.

У праці О. Мелих і А. Корбут [6], аналізуються сегменти медіапростору, де представлені російські розважальні продукти присутні в Україні, та інструменти, які використовує Росія для нав'язування своїх наративів через медіаконтент. Обмежувальні заходи України щодо деяких російських ЗМІ, соціальні мережі та контент виявилися ефективними в тому, що вони зменшили споживання та довіру для російських ЗМІ серед української аудиторії. Дослідження Л. Ісмаїлзаде [7] доводять, що маніпуляції ЗМІ підкреслюють важливість свідомого та критичного

споживання ЗМІ для суспільства. Журналістам, новинним організаціям і платформам соціальних мереж також важливо дотримуватися етичних стандартів і вживати заходів для обмеження поширення маніпулятивного контенту.

Цей огляд літератури демонструє широкий спектр тем, пов'язаних з роллю медіа у формуванні політичного дискурсу під час російсько-української війни. Він також підкреслює важливість подальшого вивчення цієї тематики, враховуючи еволюцію медіапростору та глобальні виклики інформаційної безпеки.

3. Постановка завдання

Метою дослідження є аналіз наративів, які використовують російські та українські медіа, визначити як російська пропаганда маніпулює аудиторією, спотворюючи факти, та як Україна протистоїть цьому через інформаційні кампанії в медіа і соціальних мережах.

4. Методи та матеріали

Джерелами для дослідження ролі медіа у формуванні політичного дискурсу в умовах російсько-української війни є академічні роботи та наукові статті, аналітичні звіти та дослідження медіамоніторингових організацій, медіа контент.

5. Результати та обговорення

У часи збройного конфлікту медіа відіграють центральну роль у формуванні політичних наративів та громадської думки. Інформаційна війна стала невід'ємною частиною російсько-української війни, і медіа впливають не лише на внутрішній політичний дискурс, але й на міжнародні відносини. Відповідно, важливо дослідити, як обидві сторони конфлікту використовують медіа для впливу на суспільство.

Засоби масової інформації (ЗМІ) стали невід'ємною частиною сучасних міжнародних відносин та відіграють дедалі важливішу роль у сучасних міжнародних конфліктах. У XXI столітті, внаслідок становлення інформаційної епохи та процесів глобалізації ЗМІ впливають на сприйняття подій. У залагодженні конфліктів застосовуються інструменти медіа-дипломатії.

Для початку необхідно визначити роль медіа у сучасних конфліктах загалом. Низка міжнародних організацій розглядають питання конструктивної ролі ЗМІ у врегулюванні конфліктів. Дедалі частіше визнається, що ефективні ЗМІ є складовою запобігання конфліктам. З'явилися декілька проектів та ініціатив, спрямованих на просування «журналістики миру» [8, с. 147].

ЗМІ відіграють важливу роль як постачальники та інтерпретатори інформації. Завдяки розвитку інформаційних технологій та появі нових медіа, таких як інтернет і соціальні мережі, інформація надходить до аудиторії значно швидше та з різних джерел, що допомагає краще її осмислити. ЗМІ виступають посередниками, надаючи зворотний зв'язок стосовно важливих суспільних проблем, зокрема через журналістські розслідування, які розкривають приховані факти. Окрім того, медіа часто виступають арбітрами, визначаючи порядок денний, відбираючи теми та намагаючись утримувати баланс думок.

Хоча ЗМІ часто позиціонують себе як «незалежні та об'єктивні», вони можуть просувати певні наративи та обмежувати доступ до широкого спектра інформації. Їхній вплив особливо помітний на політиків, зокрема в питаннях запобігання конфліктам та способах реагування на них. Медіа також є каналом, через який політики передають свої ідеї та меседжі. Деякі дослідники стверджують, що у випадках гуманітарних криз, як, наприклад, CNN, ЗМІ впливають на формування політики.

ЗМІ також використовуються для підтримки дипломатичних ініціатив, коли прямі канали комунікації відсутні. Через медіа сторони конфлікту можуть передавати сигнали або повідомлення, щоб оцінити можливі реакції на пропозиції переговорів. Медіа також можуть допомагати в організації діалогу між лідерами протилежних сторін, сприяючи зміцненню довіри для початку переговорів. Такі заходи можуть бути корисними для створення сприятливого клімату для переговорів і мобілізації громадської підтримки угод.

У наукових колах досі немає єдиного підходу до визначення поняття «дискурс», а також відсутні чіткі принципи класифікації його різновидів. Зокрема, А. Загнітко розглядає дискурс як: 1) процес мовленнєвої та мисленнєвої діяльності, що відтворює та формує складні лінгвістичні структури, які складаються з висловлювань і їхніх груп, об'єднаних дискурсивними операціями; 2) саму цю складну лінгвістичну структуру, яка перевищує за обсягом речення [9, с. 179]. Ф. Бацевич підкреслює, що «дискурс – це тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, тривалий процес, який виражається через різноманітні повідомлення; це мовленнєвий потік, який має різні форми (усну, писемну тощо) і реалізується у межах кількох каналів комунікації. Він регулюється стратегіями і тактиками учасників і є синтезом когнітивних, мовних та позамовних чинників» [10, с. 42–43]. Саме це визначення використовується у нашому дослідженні.

Термін «політичний дискурс» почав активно використовуватися в науковій літературі у другій половині ХХ століття. Його трактування значною мірою залежить від дисциплінарного підходу. О. Януш зазначає, що політичний дискурс слід розглядати в контексті політичної комунікації, яка відбувається між учасниками політичної діяльності [11, с. 82].

Політичний дискурс виник і функціонує на межі таких наук, як політологія, соціологія та лінгвістика, та у нашій статті зосереджуємо увагу насамперед на лінгвальній та комунікативній природі цього феномена. Тож під політичним дискурсом розуміємо «комплекс мовленнєвих структур у певному лінгвістичному контексті – контексті політичної діяльності, політичних поглядів і переконань ...» [12, с. 219].

Отже, політичний дискурс являє собою складний комунікативний феномен, що поєднує лінгвістичні та політичні аспекти, виникаючи на основі взаємодії різних суспільних інститутів та виражаючись через комунікативні стратегії та тактики його учасників. Його ключовими ознаками є комунікативність і цілісність, логічність та аргументованість, культурна обумовленість, а також просторово-часова структура і абстрактність.

У контексті російсько-української війни політичний дискурс виділяється використанням специфічних лексичних одиниць — маркерів, що виконують номінативну, прагматичну, експресивну та інтерпретаційну функції, а також функцію вказівок (дейктичну). На основі цього можна стверджувати, що як змістова частина, так і виражальні засоби політичного дискурсу українських політиків є чітко структурованими і реалізованими через численні комунікативні стратегії, що забезпечують їх ефективність.

Пропаганда є основним методом впливу, який активно використовує Росія для дезінформації та спотворення реальних подій. Важливим є вивчення пропагандистських тактик, таких як поширення неправдивих фактів, демонізація супротивника та створення альтернативної реальності для внутрішнього та зовнішнього споживання.

Російська пропаганда порушує право людей на доступ до неупередженої та розширеної інформації, тим самим викривлює сприйняття реальності.

Російський уряд вклав значні кошти в свої пропагандистські та дезінформаційні кампанії як усередині країни, так і за кордоном. Хоча точні цифри важко перевірити через непрозорість російського бюджету, оцінки вказують на значні витрати. Наприклад, до 2021 року Росія, за оцінками, витратила понад 1,5 мільярда доларів на рік на контрольовані державою ЗМІ, такі як RT (Russia Today) і Sputnik, які відіграють ключову роль у формуванні наративів за кордоном [13].

Крім того, Росія виділяє значні кошти на маніпулювання соціальними медіа, кібероперації та підтримку ферм тролів, причому приблизно 300 мільйонів доларів США спрямовано на приховану дезінформацію, спрямовану проти західних демократій [14]. Під час вторгнення в Україну витрати, ймовірно, зросли, оскільки Росія посилила свої зусилля, щоб впливати на громадську думку та виправдовувати свої дії.

Ці кошти є частиною ширшої стратегії інформаційної війни, спрямованої на те, щоб представити НАТО та Україну як агресорів і виправдати вторгнення Росії як для внутрішньої, так і для міжнародної аудиторії [15].

На початку повномасштабного вторгнення в Україну – видатки державних ЗМІ були збільшені втричі порівняно з 2021 року [16]. Однак в офіційному виконанні бюджету немає інформації щодо детальних видатків за весь 2022 рік [17]. З середини того ж року влада перестала розкривати деталі бюджетних витрат за окремими напрямками та обмежила формат оприлюднення даних про витрати. Тим не менш, інформація про витрати за минулий рік по

секторах, включаючи засоби масової інформації, доступна на сайті Економічної експертної групи, мозкового центру, який тісно співпрацює з урядом Росії [18].

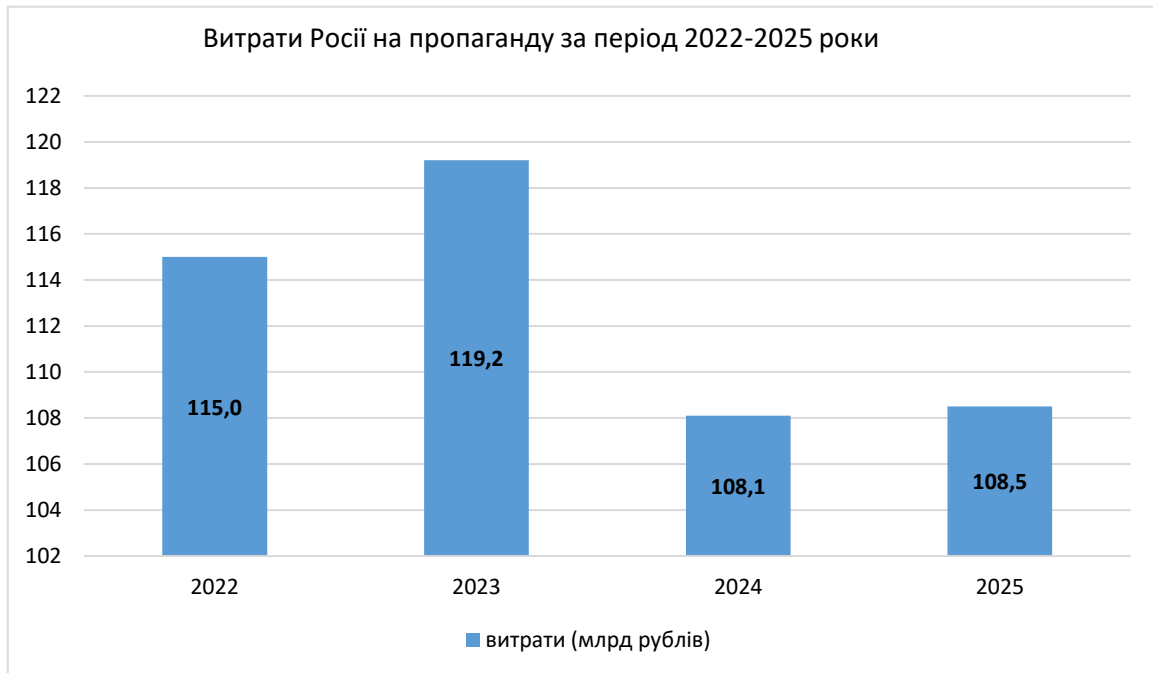


Рис. 1. Статистика витрат Росії на пропаганду в період 2022–2025 рр.

Джерело: сформовано автором.

За даними Мінфіну Росії, у 2023 році загальне фінансування ЗМІ зросло більш ніж на 4 млрд руб., досягнувши в цілому 119,2 млрд руб. Згідно з бюджетним прогнозом на наступні два роки, очікується, що фінансування ЗМІ істотно скоротиться, досягнувши 108,1 млрд рублів у 2024 році та 108,5 млрд рублів у 2025 році.

Однак спостережувані тенденції показують, що прогнози російського федерального бюджету на наступні два роки щоразу істотно занижуються. Наприклад, бюджет фінансування ЗМІ в 2023 році становив 108 млрд рублів, що фактично на 11 млрд рублів менше, ніж ЗМІ реально отримали. Тому не виключено, що обсяги фінансування головних інформаційних агентств Росії в 2024–2025 роках будуть набагато вище, ніж записано в проекті [19].

Російська медійна стратегія часто використовує наративи та тактики маніпуляції, щоб впливати на громадську думку. Деякі з найпоширеніших методів включають:

1. Поширення фейкових новин: російські пропагандисти часто поширюють неправдиву інформацію, щоб переконати людей у власних наративах.
2. Використання емоцій: пропагандисти грають на емоціях, таких як страх, гнів або ненависть, щоб вплинути на поведінку людей.
3. Маніпуляція фактами: російські пропагандисти часто спотворюють факти або вибирають лише частину інформації, щоб створити хибну картину подій.
4. Поширення дезінформації: пропагандисти поширюють дезінформацію, щоб збити з пантелику людей та послабити їх довіру до достовірних джерел інформації.

У науковій літературі представлені класифікації пропаганди за різними характеристиками. В. Е. Гапій у цитованій вище статті, аналізуючи пропаганду в сучасних умовах та узагальнюючи думки вітчизняних і зарубіжних дослідників, подає класифікацію пропаганди за метою впливу: пропаганда створення, що покликана переконати в необхідності побудови чогось нового (інституту, суспільства) та пропонує приєднуватися до цього процесу, вона не завжди є позитивною; пропаганда руйнування, що переконує в наявності ворога, який щось задумує проти нас, вона не завжди є негативною; пропаганда роз'єднання, що розпалює ворожнечу, переконує, що «ми не такі як вони», така пропаганда тільки під час війни виконує позитивну функцію; пропаганда залякування, що запевняє супротивника у власній економічній силі, впливає на внутрішню аудиторію; пропаганда відчаю, що наголошує на безнадійному становищі опонента, примушує його здатися, не використовується для впливу на свій народ; пропаганда героїзму, що закликає до згуртування навколо певних цінностей, допомагає легше

пережити труднощі, ілюструє приклади, до яких необхідно прагнути, зазвичай має позитивний характер; пропаганда просвітництва, що виконує інформативну функцію, тобто повідомляє населення про дії керівництва різного рівня, рекламує спосіб життя; залежно від умов може бути як негативною, так і позитивною [20, с. 638].

Погоджуємось із автором у тому, що пропаганда в широкому розумінні може мати як позитивні, так і негативні наслідки, залежно від умов і від суб'єкта впливу. Ураховуючи, що пропаганда є одним із виявів мовного впливу, а останній, за критерієм відповідності моральним нормам, може бути як позитивним (конструктивним), так і негативним (деструктивним) [21, с. 124], розмежуємо і пропаганду, за цим самим критерієм, на позитивну (конструктивну) і негативну (деструктивну) та визначимо відповідні характеристики. Позитивна пропаганда здійснюється в інтересах реципієнтів, в інтересах суспільства. Негативна (деструктивна) пропаганда здійснюється в інтересах суб'єкта впливу і не враховує інтереси реципієнтів – окремих громадян чи суспільства в цілому.

З урахуванням наведених визначень і характеристик пропаганди виділимо критерій відкритості/прихованості й розмежуємо пропаганду відкриту і пропаганду маніпулятивну (приховану).

Ураховуючи зміст різних дефініцій маніпулятивного впливу, тлумачимо його як прихований вид мовно-психологічного впливу, спрямований на збудження в реципієнта намірів, що відповідають комунікативним інтенціям суб'єкта впливу [22, с. 246]. За основний критерій виділення маніпулятивного впливу приймаємо його прихований характер, неусвідомлюваність адресатом. Уважаємо, що саме прихований характер визначає такі особливості маніпулювання, як усвідомлюваність суб'єктом і здійснення поза волею реципієнта [23, с. 124]. Маніпулювання становить найбільшу небезпеку в аспекті інформаційної агресії. Застосування маніпулювання в мас-медіа робить небезпечним будь-який вплив, оскільки його наслідки можуть бути непередбачуваними. Прихований характер маніпулювання може виражатись як у приховуванні істинних намірів, так і в приховуванні інформації (повному або частковому замовчуванні, викривленні, вибірковості, підтасовуванні фактів). При цьому маніпулятивний вплив в умовах інформаційної війни є переважно деструктивним.

Воєнні дії в Україні значно посилили роль інформаційної боротьби та виявили нові загрози інформаційної війни. Проблема негативного інформаційного впливу в умовах воєнного конфлікту є надзвичайно складною. Пропаганда стала одним із методів інформаційної агресії проти України, і вона, як і інші методи, застосовується з використанням маніпулятивних технологій.

Отже, Росія активно використовує засоби масової інформації для створення пропагандистського контенту, що спотворює реальність, завдяки таким методам, як

- фейкові новини: поширення неправдивої інформації для створення паніки.
- маніпуляція емоціями: апеляція до страху, національних почуттів і жалю.

- використання соціальних мереж: створення ботів та тролів для поширення дезінформації та формування фальшивих настроїв.

Розглянемо медійну стратегію України.

Українська медійна стратегія щодо протидії російській пропаганді базується на кількох ключових напрямках. Вони спрямовані на боротьбу з дезінформацією, підвищенням інформаційної безпеки та формуванням єдиного інформаційного фронту. По-перше Україна створила єдиний інформаційний простір, зокрема через «національний телемарафон «Єдині новини»». Це дозволяє координувати роботу провідних медіа та запобігати поширенню хаотичних чи неперевіраних новин. Основний акцент робиться на швидке і достовірне інформування населення про ситуацію в країні, хід війни та підтримку бойового духу.

Для боротьби з російською дезінформацією створені спеціалізовані проекти, як-от «StopFake», які перевіряють і спростовують фейки та маніпуляції, поширені у ЗМІ та соцмережах. Окрім цього, українські ЗМІ активно висвітлюють російські інформаційні атаки, розкриваючи їхні справжні цілі.

Українські посадовці, включаючи Президента Володимира Зеленського, активно використовують «соціальні мережі» для прямої комунікації з міжнародною аудиторією. Цей підхід дозволяє доносити українську позицію у світі, а також протидіяти російським наративам в онлайн-просторі.

Міжнародна підтримка та партнерство відіграє важливу роль у співпраці з Україною, щоб отримати підтримку в інформаційній війні. «Офіс Президента та Міністерство закордонних справ» координують інформаційні кампанії за кордоном, зосереджуючись на європейських і західних аудиторіях.

Для захисту громадян від впливу російської пропаганди Україна розвиває програми з «медіаграмотності», що допомагають населенню відрізнити правдиву інформацію від фейкової та маніпулятивної. Зокрема, підвищується обізнаність щодо механізмів пропаганди і дезінформації.

Український уряд запровадив «обмеження на трансляцію російських медіа» і пропагандистського контенту на території України. Це включає заборону російських телеканалів, а також блокування проросійських інтернет-ресурсів та соцмереж. Українські медіа та урядові структури активно використовують «героїчні наративи» та образи, щоб зміцнювати національний дух. Історії про українських захисників, волонтерів та мирних жителів, що чинять опір агресії, є важливим елементом цієї стратегії.

Таким чином, медійна стратегія України є комплексною і багаторівневою, покликаною як інформувати суспільство, так і протидіяти російській пропаганді в усіх її проявах.

Україна використовує медіа для залучення підтримки з боку західних країн, що є важливим аспектом її стратегії в умовах конфлікту. Міжнародні ЗМІ відіграють ключову роль у формуванні світової думки про ситуацію в Україні, що, в свою чергу, впливає на політичні рішення в Європейському Союзі (ЄС) та Сполучених Штатах Америки (США) [24].

Перш за все, українські медіа, разом із зусиллями офіційних представників країни, активно працюють над висвітленням подій, що відбуваються на території України, а також над створенням позитивного іміджу країни на міжнародній арені. Залучення західних журналістів та медіа-платформ дозволяє Україні доносити свою позицію до глобальної аудиторії, підкреслюючи питання порушення прав людини, гуманітарних криз та загрози міжнародній безпеці. Міжнародні ЗМІ мають значний вплив на формування світової громадської думки, що може призвести до збільшення підтримки з боку західних країн. Успішне медіа-висвітлення конфлікту в Україні може стимулювати міжнародну спільноту до прийняття рішень на підтримку України, таких як введення санкцій проти агресора, надання гуманітарної допомоги або військової підтримки. Медіа кампанії та інформаційні стратегії, що реалізуються Україною, можуть впливати на політичний курс країн ЄС та США. Розгорнута інформаційна кампанія про наслідки конфлікту для міжнародної безпеки та економічних інтересів західних країн може спонукати їх до більш активної участі в дипломатичних ініціативах та підтримці України [25].

Таким чином, медіа є потужним інструментом у сучасній міжнародній політиці, і для України його ефективне використання є критично важливим. Міжнародні ЗМІ не лише висвітлюють події, але і формують сприйняття ситуації в глобальному контексті, що може суттєво вплинути на політичні рішення та дипломатичні кроки країн ЄС та США.

Війна між Росією та Україною, яка розпочалася в 2014 році, продемонструвала, як медіа можуть суттєво впливати на політичні процеси як в Україні, так і за її межами. Автором наведено кілька прикладів того, як медіа вплинули на ситуацію у цьому конфлікті:

1. Під час війни медіа в Україні активно використовувалися для підвищення патріотичних настроїв і мобілізації населення. Телевізійні канали, радіо та інтернет-платформи висвітлювали події на фронті, героїчні вчинки військових і добровольців, що допомогло зміцнити моральний дух і підтримку населення. Наприклад, збройні сили України та волонтерські організації активно просували свої досягнення та героїчні історії через медіа, що сприяло підвищенню національної єдності.

2. Медіа також вплинули на політичні рішення в Україні. Наприклад, численні розслідування, що висвітлюють корупційні скандали та зловживання в армії та уряді, сприяли політичним змінам та реформам. Розслідування журналістів, таких як про недоліки у забезпеченні військових та корупційні схеми, змусили уряд реагувати та вжити заходів для покращення ситуації.

3. Міжнародні медіа відіграли важливу роль у формуванні глобальної думки про конфлікт. Висвітлення російської агресії, порушень прав людини та гуманітарних криз, таких як ситуація в Криму і на Донбасі, сприяло формуванню негативного іміджу Росії на міжнародній арені. Приміром, репортажі про збитий рейс МН17, що стався влітку 2014 року, та про гуманітарні

наслідки конфлікту для цивільного населення, допомогли заручитися підтримкою західних країн.

4. Вплив медіа також був очевидним у контексті міжнародних санкцій. Міжнародні новинні агентства і медіа активно висвітлювали порушення міжнародного права з боку Росії, що сприяло введенню санкцій з боку ЄС і США. Наприклад, висвітлення анексії Криму і підтримки сепаратистів на сході України привело до введення економічних санкцій проти Росії, що вплинуло на її економіку та міжнародні відносини.

5. Медіа також відіграли роль у залученні міжнародної гуманітарної допомоги. Репортажі про гуманітарні наслідки конфлікту для цивільних осіб, такі як відео з руйнуваннями і наслідками бойових дій, привернули увагу міжнародних гуманітарних організацій і країн-донорів, що призвело до збільшення обсягів гуманітарної допомоги Україні.

Таким чином, медіа в період російсько-української війни стали важливим фактором, який вплинув на політичні процеси як в Україні, так і за її межами. Вони допомогли формувати громадську думку, вплинули на міжнародні політичні рішення і забезпечили підтримку для України в її боротьбі проти агресії.

6. Висновки

Медіа відіграють вирішальну роль у формуванні політичного дискурсу під час російсько-української війни. У цей період медіа стали не лише каналом для передачі новин, але й потужним інструментом, який впливає на сприйняття конфлікту як всередині країни, так і за її межами.

Російська пропаганда активно використовує медіа для поширення дезінформації та маніпуляції громадською думкою. Через контрольовані медіа-ресурси і пропагандистські кампанії, Росія поширює перекручену інформацію, яка має на меті дискредитацію України, виправдання своїх агресивних дій та створення негативного іміджу України на міжнародній арені. Ці інформаційні атаки спрямовані на посилення політичного і соціального розколу в Україні та на заважання міжнародній підтримці українських зусиль.

Водночас, Україна ефективно протидіє російській дезінформації через інформаційні кампанії, мобілізацію суспільства та міжнародну підтримку за допомогою медіа і соціальних мереж. За допомогою прозорого і чесного висвітлення подій, українські медіа сприяють формуванню позитивного іміджу країни, інформують міжнародну спільноту про реальні події та порушення прав людини, що відбуваються в зоні конфлікту. Активна присутність в соціальних мережах дозволяє Україні безпосередньо звертатися до світової аудиторії, формуючи суспільну думку та залучаючи міжнародну підтримку.

Отже, медіа стали важливим полем битви в інформаційній війні, де боротьба за контроль над наративами і думкою є ключовою для політичних стратегій обох сторін конфлікту.

References

1. Volianyuk, I. O. (2022). Political discourse in the context of the Russian-Ukrainian war: A linguistic aspect. *Transcarpathian Philological Studies*, 1(23), 47-51. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.23.1.8> (in Ukrainian)
2. Mamontova, E. V. (2023). Public analytics as a phenomenon of media discourse in the Russian-Ukrainian war. *Current Problems of Politics*, (71), 136-143. <https://doi.org/10.32782/app.v71.2023.18> (in Ukrainian)
3. Nikolaets, Y. (2018). The role of mass media discourse in shaping regional identity of Donbas residents in the late 20th and early 21st centuries. *Scientific Notes*, 5(67), 84-108. https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/nikolaets_rol.pdf (in Ukrainian)
4. Zilinsky, J., Theocharis, Y., Pradel, F., Tulin, M., de Vreese, C., Aalberg, T., ... Zoizner, A. (2024). Justifying an Invasion: When Is Disinformation Successful? *Political Communication*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2352483>
5. Navalna, M., & Kostusiak, N. (2023) Ukrainian media during the war. In *Materials of the International Scientific Conference Social Sciences for Regional Development 2022. Part I. Issues of Sociology and Management Sciences* (pp. 67-84.). DU Akadēmiskais apgāds "Saule". <http://surl.li/tmrgtv>
6. Melykh, O., & Korbut, A. (2020). Entertainment media in the context of hybrid war in the post-Soviet countries: the case of Ukraine. *Economic Annals-XXI*, 182(3-4), 25-33. <https://doi.org/10.21003/ea.V182-03>

7. Ismailzadeh, L. (2023). Media, manipulation and information warfare. *Scientific and theoretical almanac Grani*, 26(5), 55–65. <https://doi.org/10.15421/1723102>
8. Kornat, L. Ya., & Senchakevich, N. V. (2023). The role of mass media in resolving international conflicts of the 21st century. *Politicos: Political Problems of International Systems and Global Development*, (5), 145–149. <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2023-5.22>
9. Zagnytko, A. P. (2008). *Osnovy dyskursolohi* [Foundations of discourse studies]. DonNU. <http://surl.li/yuelag> (in Ukrainian)
10. Batsevyich, F. S. (2007). *Slovnnyk terminiv mizhkulturnoi komunikatsii* [Dictionary of intercultural communication terms]. Dovira. <http://surl.li/iaoecu> (in Ukrainian)
11. Yanush, O. B. (2010). Dyskurs u systemi politychnoi linhvistyky [Discourse in the system of political linguistics]. *Bulletin of Zhytomyr State University*, (51), 81–84. http://eprints.zu.edu.ua/4202/1/vip51_19.pdf (in Ukrainian)
12. Sotnykov, A. V. Keywords in political discourse. In *Linguistics of the 21st Century: New Research and Perspectives* (pp. 216–224). <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/9962/20-Sotnykov.pdf> (in Ukrainian)
13. Global Engagement Center. (2020). GEC special report: Russia's pillars of disinformation and propaganda. *U.S. Department of State*. <https://www.state.gov/russias-pillars-of-disinformation-and-propaganda-report>
14. Klug, T., & Baig, R. (02/13/2023). Fact check: Russia's disinformation campaign targets NATO. *DW*. <https://www.dw.com/en/fact-check-russias-disinformation-campaign-targets-nato/a-64675398>
15. Filtr. (2023, July 31). How much does Russia spend on propaganda? *Ministry of Foreign Affairs of Ukraine*. <https://filter.mkip.gov.ua/en/how-much-does-russia-spend-on-propaganda/>
16. Billions on propaganda. Budget spending on state media surged threefold amid war (2022, April 12). *The Moscow Times*. <https://bit.ly/3JY7oGe>
17. Ministry of Finance of Russia. (2024). Ministry of Finance of Russia website. <https://minfin.gov.ru/ru/statistics/fedbud/execute>
18. Economic Expert Group. (2024). Economic Expert Group website. <http://www.eeg.ru>
19. Kremlin spent 1.9 billion USD on propaganda last year, budget exceeded by a quarter. (2023, May 4). *Debunk.org*. <https://www.debunk.org/kremlin-spent-1-9-billion-usd-on-propaganda-last-year-the-budget-exceeded-by-a-quarter>
20. Hapiy, V. E. (2018). Propaganda as a tool of subconscious influence in modern Ukraine. *Young Scientist*, (1), 636–641. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_1\(2\)_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_1(2)_20) (in Ukrainian)
21. Posmitna, V. V. (2019). Communicative strategies and tactics of mass media discourse in the context of potential threats of destructive linguistic influence. *Scientific Bulletin of International Humanitarian University: Philology Series*, 39(3), 123–126. <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2019.39.3.28> (in Ukrainian)
22. Posmitna, V. V. (2012). Features of manipulative linguistic influence in military and law enforcement periodicals of Ukraine. *Scientific Bulletin of Kryvyi Rih National University*, (7), 245–257. <https://journal.kdpu.edu.ua/filstd/article/download/711/710/1399> (in Ukrainian)
23. Rizun, V. V. (2008). *Teoriia masovoi komunikatsii* [Mass communication theory]. Prosvita Publishing Centre. https://www.researchgate.net/publication/308796925_Teoriia_masovoi_komunikatsii (in Ukrainian)
24. Mashkova, Y. (2023). Ukrainian media and the war: Results of IMI monitoring for 2022. *Institute of Mass Information*. <https://imi.org.ua/en/monitorings/ukrainian-media-and-the-war-imi-monitorings-2022-summarized-i49969>
25. Klynytskyi, D. (2024). The impact of the Russian-Ukrainian war on the content of electronic media from February 24, 2022, to February 24, 2023 [Master's thesis]. National University of Kyiv-Mohyla Academy. <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/132c0557-fad8-40c5-97c4-12a584be4a19/content> (in Ukrainian)