**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ**

**КАФЕДРА ПОЛІТОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота**

**бакалавра**

**ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ЗМІ В УМОВАХ ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ**

Виконала: студентка групи 6.0520

спеціальності 052 Політологія

освітньо-професійної програми «Політологія»

Ю. О. Климкіна

Керівник професор кафедри політології, професор, д.політ.н. Н. В. Горло

Рецензент доцент кафедри політології, доцент, к.політ.н. Ю. Г. Мальована

Запоріжжя – 2024

**ЗМІСТ**

[ВСТУП……………………………………………………………………………...7](#_Toc169449266)

[РОЗДІЛ 1.](#_Toc169449267) [ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЗМІ В УМОВАХ ВІЙНИ ………………………………………10](#_Toc169449268)

[1.1 Уточнення основних понять дослідження ……………………………….10](#_Toc169449269)

[1.2 Ступінь дослідженості проблеми ……16](#_Toc169449270)

[1.3. Методологія дослідження особливостей діяльності ЗМІ в умовах збройних конфліктів 18](#_Toc169449271)

[РОЗДІЛ 2.](#_Toc169449272) [ЗМІ ЯК СУБ’ЄКТИ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ….………...22](#_Toc169449273)

[2.1. Види ЗМІ та їх роль у формуванні громадської думки 22](#_Toc169449274)

[2.2. Поняття і види фейків та пропаганди у ЗМІ 25](#_Toc169449275)

[РОЗДІЛ 3.](#_Toc169449276) [ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗМІ У ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТАХ…………………………………………………..30](#_Toc169449277)

[3.1. Роль міжнародних ЗМІ в інформаційному просторі війни 30](#_Toc169449278)

[3.2. Досвід співпраці ЗМІ з владою та армією у військових умовах 32](#_Toc169449279)

[3.3. Використання фейків та пропаганди у ЗМІ під час військових конфліктів та інформаційної війни 36](#_Toc169449280)

[3.4. Рекомендації щодо оптимізації діяльності ЗМІ в умовах військових конфліктів 41](#_Toc169449281)

[ВИСНОВКИ…………………………………………………………………….…45](#_Toc169449282)

[СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ………………………………………………………….47](#_Toc169449283)

#

# ВСТУП

*Актуальність дослідження.* У сучасному світі розгортання та вирішення конфліктів неможливе без впливу засобів масової інформації (ЗМІ), які мають величезний вплив на уявлення аудиторії про складні ситуації та їхні наслідки. ЗМІ, використовуючи різноманітні техніки та стратегії, активно впливають на думки та переконання громадян, формуючи їхню реакцію на конфліктні ситуації.

В умовах зростаючої складності сучасних збройних конфліктів роль ЗМІ стає визначальною у формуванні громадської думки та інформаційної безпеки. Дослідження особливостей їхньої діяльності в цих умовах є актуальним, оскільки вони впливають на сприйняття конфліктів та міжнародних відносин.

Дослідження взаємодії медіа з аудиторією є ключовим для розуміння механізмів, які використовуються сучасними ЗМІ для маніпуляції громадською думкою та впливу на розвиток конфліктів. Різноманітність підходів та методів, які застосовуються ЗМІ, варто досліджувати з метою визначення основних факторів впливу та розробки механізмів запобігання негативним наслідкам.

Як результат, аналіз цієї взаємодії може поліпшити стратегії управління інформацією в умовах криз та сприяти інформаційній грамотності населення та зміцненню світового суспільства.

Отже, аналіз ролі та впливу ЗМІ в сучасних конфліктних ситуаціях є актуальною темою для наукових досліджень, оскільки він сприяє розумінню та ефективному управлінню процесами формування громадської думки і сприяє мирному вирішенню конфліктів.

Детальне вивчення цих аспектів може привести до розробки конкретних стратегій та рекомендацій для владних структур, суспільства та ЗМІ.

Враховуючи вагомий внесок і наукову та практичну значущість розглянутих наукових праць, слід, однак, зауважити, що серед невирішених питань залишається наступна проблемна ситуація.

*Проблемна ситуація.* Залученість ЗМІ у психологічні війни, поширення фейків та пропаганди стає проблемою, порушуючи інформаційну безпеку та впливаючи на сприйняття подій суспільством.

Необхідність у вивченні особливостей діяльності ЗМІ в умовах конфліктів полягає у розкритті механізмів впливу на формування громадської думки та реального сприйняття конфлікту, а також у розробці стратегій управління інформаційним простором для підвищення інформаційної грамотності та забезпечення стабільності суспільства.

*Об’єкт дослідження:* ЗМІ як соціально-політичний інститут.

*Предмет дослідження*: аспекти функціонування ЗМІ під час збройних конфліктів.

*Мета дослідження*: розкрити роль та вплив ЗМІ в умовах збройних конфліктів, вивчити їхню взаємодію з учасниками конфлікту, визначити вплив на громадську думку та розробити рекомендації для покращення інформаційної стратегії в кризових ситуаціях.

Досягнення мети передбачає виконання наступних *завдань*:

* проаналізувати основні поняття дослідження;
* проаналізувати ступінь дослідженості проблеми та сформулювати методологію дослідження;
* вивчити роль ЗМІ у формуванні громадської думки під час війни;
* розглянути практичні аспекти функціонування ЗМІ у військових конфліктах;
* вивчити використання фейків та пропаганди під час військових конфліктів;
* розробити рекомендації щодо оптимізації використання ЗМІ в умовах військового протистояння.

*Гіпотеза дослідження:*в умовах збройних конфліктів ЗМІ виконують не лише роль інформаційного посередника, але й активно впливають на формування громадської думки та сприйняття конфлікту.

Дослідження спрямоване на визначення особливостей цього впливу та розробку стратегій для забезпечення об’єктивного сприйняття подій суспільством.

*Структура**дослідження:*дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку літератури.

# РОЗДІЛ 1

# ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЗМІ В УМОВАХ ВІЙНИ

## **1.1 Уточнення основних понять дослідження**

Дослідження спрямоване на вивчення взаємозв’язків між засобами масової інформації, політичною пропагандою та конфліктами, зокрема збройними. Збагачення та уточнення основних понять дослідження дозволить порівняти та актуалізувати основні терміни, які використовують ЗМІ під час формування суспільно-політичних процесів та які впливають на критичні точки виникнення конфліктів.

У сучасному світі, який піддавався стрімким змінам під впливом технологій та геополітичних трансформацій, роль масових комунікацій стала критичною для формування суспільно-політичної атмосфери. Засоби масової інформації, виступаючи як ключовий інструмент впливу на громадську думку, здатні не тільки відображати реальність, але й активно формувати її сприйняття. Враховуючи розмаїття понять, дотичних до даної теми, таких як ЗМІ, пропаганда, війна, збройний конфлікт та інші, виникає необхідність їх уточнення через призму політологічного аналізу.

На сьогоднішньому етапі існує декілька варіацій поняття «засоби масової інформації». Так, одним із провідних визначень є наступна дефініція: «Засоби масової інформації – це розгалужена мережа установ, що займаються збором, обробкою, поширенням інформації» [20, с. 72].

Тож виникає потреба розглядати ЗМІ як комплекс організаційних структур та комунікаційних каналів, які виробляють та поширюють інформацію, призначену для масової аудиторії.

А.А. Карнаух описує засоби масової інформації як «розгалужену мережу установ, що займаються збором, обробкою, поширенням інформації». У цю мережу входять теле-, радіопрограми, газети, журнали, інформаційні агентства, кінодокументалістика [16, c. 129].

У свою чергу канадський вчений М. Маклуен створив наукову працю «Розуміння медіа»: зовнішні розширення людини» та у 1964 створив на її основі ще роботу «Закони медіа», де ЗМІ розглянуто не лише як засоби та канали передачі інформації, а в значно ширшому значенні – як посередник між людиною – суб’єктом і певним об’єктом сприйняття або іншої діяльності [5, с. 196].

Тож, враховуючи усю вищезазначену інформацію, можна стверджувати, що ЗМІ – це посередник, який збирає, опрацьовує та публікує інформацію для суспільства через різні канали. Це розуміння є більш універсальним і охоплює усі вище наведені визначення.

Також дуже важливим аспектом даної роботи буде вивчення поняття «пропаганда». Цей термін цілеспрямовано залучений та активно використовується під час війни через медіа.

Тож важливо зазначити, що Велика українська енциклопедія дає таке визначення терміну «пропаганда»: «Пропага́нда (від лат. propago – поширюю) – поширення різних політичних, філософських, наукових, художніх, мистецьких, інших ідей з метою їхнього впровадження в масову свідомість суспільства та активізації масової практичної діяльності населення; систематичні спроби маніпулювання переконаннями, поглядами чи діями інших за допомогою слів, знаків, символів (прапорів, пам’ятників, музики, одягу, жестів, знаків розрізнення, зачісок, зображень на монетах і поштових марках тощо)» [29].

Також важливо те, що питання пропаганди вивчали різні вчені з різних галузей знань. Серед них:

Едвард Бернайс (1891-1995) – американський піонер в галузі зв’язків з громадськістю, який розробив основи теорії пропаганди. Він вважав, що пропаганда може бути використана для управління думками та поведінкою людей [36].

Вільгельм Райх (1897-1957) – німецько-американський психоаналітик, який вивчав вплив пропаганди на психіку людини. Він вважав, що пропаганда може використовуватися для створення у людей певних установок, цінностей та поведінкових стереотипів [41].

**Враховуючи вищезазначені описані вченими дефініції, можна сформувати висновок, що** найбільш змістовним визначенням поняття «пропаганда» у даному контексті може бути таке: «систематичні спроби маніпулювання переконаннями та діями інших за допомогою різних засобів комунікації та символів».

Такий підхід до розуміння пропаганди відповідає зазначеному в тексті поняттю про активне використання ЗМІ для поширення ідей та впливу на суспільство.

Не менш важливо розглянути таке поняття як «фейк», адже воно також тісно пов’язано з темою роботи. У своїй праці «Фейк як метод маніпуляції в медіа: Український досвід» Ірина Пуцята розглянула даний термін та надала свій варіант тлумачення. За її визначенням, слово «фейк» (від англійського «fake» — фальшивий, заткнутий; розмовний варіант – фейковий), з його негативною прагматикою, набуло широкого вжитку в останнє десятиліття [24, c. 172].

Ще одна праця, у якій розглянуто цей термін, – робота Ірини Мудрої «Поняття «Фейк» та його види у змі». Вона його трактує таким чином: «Фейк – це спеціально створена новина, подія чи журналістський матеріал, який містить неправдиву або перекручену інформацію, що дискримінує певну людину чи групу осіб в очах аудиторії» [21, с. 185].

Беручи до уваги праці та терміни, запропоновані в дослідженні «Особливості діяльності ЗМІ в умовах збройних конфліктів», важливо розуміти і аналізувати термін «фейк». Сучасне інформаційне середовище зазнало значних змін через розвиток соціальних мереж та інтернет-платформ, що зробило поширення фейків ще більш актуальним і серйозним в контексті збройних конфліктів.

Як висновок, важливо враховувати, що фейки можуть мати серйозний вплив на формування громадської думки, ставлення до конфліктів та визначення стратегій і поведінки в умовах кризи. Тому розуміння та вміння розпізнавати фейки є критично важливими аспектами для професійної діяльності журналістів у зоні збройних конфліктів.

Наступним для розгляду є важливе поняття «військовий конфлікт». До основної ознаки можно віднести:

* наявність суперечок різного рівня (внутрішньодержавні або міждержавні);
* трансформацію мирного способу життєдіяльності у військовий;
* застосування військової сили обома сторонами конфлікту.

Науковці і юристи дотримуються думки, що поняття «військовий конфлікт» ширше за поняття «війна».

Академічний тлумачний словник української мови пропонує таке визначення поняття «війна»: «Організована збройна боротьба між державами, суспільними класами тощо» [2].

Згідно зі смисловою характеристикою терміну «війна» – це «боротьба, суб’єктами якої є держави чи суспільні класи». У політологічному енциклопедичному словнику війна розуміється як «збройна боротьба між державами (їх коаліціями) або соціальними, етнічними та іншими спільнотами; засіб боротьби за світову гегемонію та захист національних інтересів» [10, c. 79].

Найбільш широке визначення поняття «війни» надає дослідник С. Сірий. Він визначав війну як «соціально-політичне явище, що супроводжується докорінними змінами характеру відносин між країнами, народами, націями, класами і соціальними групами, відходом ворогуючих сторін від використання ненасильницьких форм і методів боротьби до використання ненасильницьких методів боротьби», як «…безпосереднє застосування зброї та інших засобів насильства для вирішення окремих соціальних, політичних, економічних, ідеологічних, етнічних, релігійних, територіальних та інших конфліктів» [26, с. 126].

Існує певна різниця та розмежування між поняттями «військовий конфлікт» і «війна». Військові конфлікти є локальними і не призведуть до якісних змін суспільних умов. Війни характеризуються підвищеним ступенем напруженості та змін у різних сферах суспільного життя та економіки [26, с. 132].

У свою чергу Г. П. Ситник у роботі «Воєнно-політичні Конфлікти та Міжнародна Безпека» зазначає, що військовий конфлікт – це зіткнення інтересів соціально-політичних суб’єктів із застосуванням військової сили [25, c. 12].

Ще один варіант розуміння даного поняття: «військовий конфлікт – форма дозволу міждержавних або внутрішньодержавних протиріч з двостороннім використанням – військового насильства» Поняття «військовий конфлікт» охоплює всі види збройного протистояння у соціально-політичних цілях, включаючи світові, регіональні, – локальні – війни та збройні конфлікти. У сучасному міжнародному праві терміни «військовий конфлікт» та «війна» використовується як синонім [30, c. 83].

Ще одне визначення для розгляду – поняття «інформаційна війна». Воно з’явилося в середині 70-х років ХХ століття. Даний термін запропонував фізик Томас Рон. Важливо зауважити, що він не тільки створив термін, а і науково обґрунтував масштаби впливу на будь-яку армію [13, c. 58].

Інформаційна війна визначається тоді, коли одна нація прагне отримати стратегічні важелі над іншою шляхом підриву, зриву або пошкодження інформаційних систем [13, c. 58].

Сучасна наука стверджує, що термін «інформаційна війна» походить (від англ. Information war) – та розділяє значення на дві складові:

1. робота з громадським населенням;
2. вплив на військових у державі шляхом поширення певної інформації [13, c. 59].

Ще один не менш важливий термін для даної кваліфікаційної роботи – «Гібридна війна». Поняття являє собою поєднання традиційної військової тактики з використанням нерегулярних збройних формувань. Держава, яка веде таку війну, співпрацює з недержавними виконавцями – бойовиками, місцевими групами населення та організаціями, зв’язок з якими офіційно заперечується [28, c. 115].

Також важливо звернутися до Великої Української Енциклопедії, адже у ній термін відображається наступним чином. Гібри́дна війна́ (англ. hybrid warfare) – різновид ескалації конфліктів, властивий для ХХІ ст., що поєднує застосування державних та недержавних, традиційних і нетрадиційних стратегій, ресурсів, засобів, методів підривної діяльності, механізмів кібервійни з метою досягнення певних політичних цілей [9].

Тож, враховуючи усю інформацію та вивчену літературу, можна дійти висновку, що терміни «війна» та «військовий конфлікт» дуже схожі, але мають розбіжності. Розуміння терміну «військовий конфлікт» може бути сформульоване нами як «збройне зіткнення між різними соціально-політичними суб’єктами, що використовують військову силу для досягнення своїх цілей чи вирішення конфліктних ситуацій».

Що стосується терміну «інформаційна війна», який виник у 70-х роках, то він описує стратегічну конкуренцію за контроль над інформаційними системами з метою досягнення переваги над іншими державами. Сучасні дослідження формують більш детальне уявлення щодо його визначення. Стосовно поняття «гібридна війна», то воно об’єднує традиційну військову тактику з використанням нерегулярних збройних формувань та застосуванням недержавних акторів. Ці концепції відображають сучасні тенденції у веденні збройних конфліктів і є ключовими для розуміння сучасного світу.

## **1.2. Ступінь дослідженості проблеми**

Особливості діяльності ЗМІ в умовах збройних конфліктів нині є актуальними і потребують більш глибокого дослідження. На сьогоднішній день є велика кількість наукових робіт, що аналізують роль та вплив ЗМІ на збройні конфлікти, а також методи захисту журналістів у таких умовах.

Сьогодні цю проблему вивчають політологи, журналісти та правознавці. Деякі з цих досліджень зосереджуються на етичних аспектах роботи журналістів у військових зонах, інші – на використанні нових технологій у військовому журналістському репортажі.

Аналіз провідних досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як А. Алексеєва, О. Батрименко, О. Воротнюк, Л. Землянова, В. Конєв, Н Луман, О. Мережко, М. Неліп, А. Нікітін, І. Панарін, В. Радецький, В. Савчук, О. Чікін та інших, дасть можливість зробити висновки щодо важливих аспектів впливу ЗМІ на конфліктні ситуації.

Окрім того, вивчення останніх публікацій свідчить про широкий спектр поглядів на роль ЗМІ в суспільстві як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні.

Проблеми взаємозв’язку влади та ЗМІ висвітлені в працях В. Лизанчука, А. Москаленка, Г. Почепцова, В. Різуна та інших дослідників. Особливу увагу приділяється проблемам створення, функціонування та втілення державної політики в медіа сфері, що є предметом досліджень О. Гриценка, Г. Почепцова, В. Шкляра та інших.

Також значна увага приділяється питанням інформаційної безпеки, що стає предметом досліджень таких вчених, як В. Бондаренко, О. Литвиненко, Г. Перепелиця та інші.

На сьогодні існує декілька найбільш впливових робіт, які розкривають проблематику та актуальність питання. Саме вони є найбільш репрезентативними по вивченню даної теми.

Перша використана нами робота, яка відображає діяльність ЗМІ під час збройного протистояння, – робота Л.А. Богуш «Роль засобів масової інформації у висвітленні збройних конфліктів у світі: теоретичний підхід» [4].

Дослідник зробив вичерпний аналіз провідних компонентів та понять «ЗМІ» та «війна», розкрив їх взаємодію. Ця робота зробила вагомий внесок у вивчення даного питання через те, що у ній розкривається дуже актуальна тема. Але треба зауважити, що для повного розкриття проблеми ця робота не достатньо вичерпна через те, що стаття не враховує всі аспекти ролі ЗМІ у висвітленні збройних конфліктів. Наприклад, вона не розглядає вплив соціальних мереж або не враховувує регіональні особливості. Також проблема у тому, що стаття не досліджує, як вплив ЗМІ змінює сприйняття конфлікту громадськістю. Це важливий аспект, оскільки ЗМІ можуть формувати думку та ставлення до конфлікту.

Не менш важливою є стаття «Особливості діяльності ЗМІ в умовах збройних конфліктів» [15].

У ній автор Світлана Чернецька акцентує увагу на законності використання та висвітлювання інформації. Стаття актуальна і підіймає дуже важливі питання, зокрема, демонструє важливість чіткого розуміння та кордонів використання публікація та не публічних даних, через те, що під час військових зіткнень розвивається інформаційна війна, яка напряму перетинається з питанням фейків та пропаганди, а також особистих прав громадян. Але треба зауважити, що стаття не до кінця дає відповіді на питання, через те, що автор не детально розглядає обмеження прав і свобод громадян під час військового стану. Це важливий аспект, який вимагає більшої уваги.

Також не менш актуальною та важливою для нашого дослідження є робота В.В. Марчука «Політико-інституційні механізми регулювання політичних конфліктів в Україні», у якій вчений детально вивчив поняття «політичний конфлікт», його етапи, позитивні та негативні аспекти [14].

Автор роботи змістовно та детально розглянув питання, які у подальшому допомагають якісно розглянути особливості діяльності ЗМІ в умовах збройних конфліктів. Але потрібно зауважити, що є необхідність у актуалізації даних, тому що конфлікти відбуваються щороку і через це вони динамічно змінюються та осучаснюються. Саме це обумовлює необхідність додаткового вивчення питання.

Аналізуючи вищезазначені роботи про особливості діяльності ЗМІ в умовах збройних конфліктів, можна дійти висновку, що це питання є надзвичайно актуальним і потребує подальшого глибшого дослідження.

Всі наукові розробки вказують на необхідність подальшого вивчення ролі ЗМІ у збройних конфліктах, враховуючи динамічний характер таких ситуацій і постійні зміни в методах і підходах. Тому, хоча вже багато зроблено для розуміння цієї теми, вона залишається відкритою для подальших досліджень та осучаснення.

## **1.3. Методологія дослідження особливостей діяльності ЗМІ в умовах збройних конфліктів**

У дослідженні політичних конфліктів важливо враховувати їхню суперечливість, різноманітні форми та динамічний характер, який залежить від контексту. Особливості впливу на трансформацію конфліктів можуть бути складними і включають різні стратегії, механізми та технології регулювання. Для аналізу цих аспектів застосовуються методи, що дозволяють детально дослідити контекстуальні фактори та їхню роль у розвитку і вирішенні конфліктів.

Кожне дослідження має свою індивідуальність, визначену предметними характеристиками, а концептуальні основи допомагають зрозуміти цілісну картину. У цьому контексті важливо визначити основні методологічні підходи, що використовуються у дослідженні, для досягнення результативності.

Потрібно зауважити, що одним із найважливіших підходів є системний, у якому предмет описують як систему з набором взаємозв’язків та елементів. Тобто передбачається розглядати конфлікт як вивчену та передбачувану подію у різних формах та рівнях.

Аналіз структури, динаміки, типології та функцій конфліктів представляє собою унікальне системне явище. Під час дослідження процесу регулювання конфліктів і його інституціоналізації важливо розглядати це з точки зору системності, оскільки ці процеси включають різноманітні дії, методи, способи, засоби, технології тощо, що спільно сприяють трансформації політичного конфлікту. У написанні даної роботи роботи цей метод допоможе більш чітко зрозуміти природу і структуру конфліктів, у тому числі збройних.

Підхід системності дозволяє аналізувати взаємодію органів державної влади та інститутів громадянського суспільства як систему внутрішнього конфліктного менеджменту, усіх міжнародних урядових та неурядових організацій, а також роль провідних держав світу у визначенні системи зовнішнього управління конфліктом [14, c. 68].

 У рамках кваліфікаційної роботи важливо зосередити увагу на синергетичному підході та його застосуванні для аналізу діяльності ЗМІ в умовах збройних конфліктів. Цей підхід дозволяє розглядати політичні процеси як складні системи, що розвиваються під впливом випадкових та спонтанних подій, які можуть істотно впливати на динаміку конфліктів.

**Синергетичний підхід** визнає, що політичні системи є відкритими та динамічними, і що вони можуть переходити від одного стану до іншого під впливом зовнішніх факторів. Це особливо актуально для збройних конфліктів, де ЗМІ можуть виступати як такий зовнішній фактор, впливаючи на перебіг подій.

**Особливості діяльності ЗМІ** в умовах збройних конфліктів полягають у їх здатності формувати громадську думку та впливати на рішення, що приймаються. ЗМІ можуть впливати на поширення інформації. Вони відіграють ключову роль у зборі та розповсюдженні інформації, яка може бути як об’єктивною, так і суб’єктивною. Також впливають на сприйняття, наприклад, тон повідомлень, вибір джерел інформації та спосіб їх подачі. Все це може впливати на те, як конфлікт сприймається суспільством. У деяких випадках ЗМІ можуть бути використані як метод пропаганди для поширення її або дезінформації.

Також фундаментальним методом є метод аналізу, за допомогою якого можна досягти більш точного результату. Аналіз відіграє вирішальну роль у процесі вивчення деталей діяльності ЗМІ в умовах збройного конфлікту. Це пов’язано з тим, що аналіз забезпечує інформаційну базу для висновків про динаміку та структуру більшості вимірюваних показників.

І навпаки, метод об’єднання різних складових предмета дослідження в єдине ціле для подальшого наукового пошуку називається «синтез».

Це не «арифметичне» поєднання структурних одиниць, а логічне узагальнення певних компонентів, за допомогою методу можна сформувати один вимірюваний і важливий показник, тобто отримати більш точне розуміння предмету дослідження [8, c. 97].

Тож можна зробити висновок, що аналіз виявляється як важлива складова у вивченні діяльності ЗМІ під час збройних конфліктів, надаючи необхідну інформаційну базу для вивчення динаміки та структури показників.

Синтез, натомість, представляє метод об’єднання різних аспектів дослідження в єдине ціле, що дозволяє логічно узагальнити компоненти і створити значущий показник для подальшого аналізу. Обидва методи є необхідними для досягнення точних результатів у наукових дослідженнях [8, c. 97].

Не менш важливо використовувати такі методи, як порівняння та узагальнення.

Вимірювання та порівняння представляють собою два варіанти спостереження, які можна розглядати як підвиди. Основна мета вимірювання полягає у наданні кількісної оцінки процесу або явища в абсолютних величинах. В цьому випадку здійснюється числове визначення параметрів та характеристик.

Порівняння, натомість, передбачає зіставлення різних величин або показників, зазвичай подібних за своєю природою чи функціонуванням. Це дозволяє виділити спільні або відмінні риси між ними та встановити зв’язки.

Отже, вимірювання спрямоване на точне числове визначення, тоді як порівняння виявляє подібності та відмінності між об’єктами чи явищами [8, c. 97].

У дослідженні політичних конфліктів важливо використовувати комплексний підхід, який поєднує в собі різні методології. Системний підхід дозволяє розглядати конфлікт як цілісну систему з взаємопов’язаними елементами. В той час як синергетичний метод допомагає зрозуміти динаміку конфлікту під впливом випадкових факторів. Аналіз та синтез даних дають можливість отримати точні результати дослідження. Порівняння та узагальнення дозволяють виділити спільні та відмінні риси між конфліктами.

Як висновок можна зазначити, що дослідження засобів масової інформації, пропаганди та їхнього впливу на збройні конфлікти є критично важливим для розуміння сучасних суспільно-політичних процесів. ЗМІ виступають як потужний інструмент впливу на громадську думку, здатний не тільки відображати реальність, але й формувати її сприйняття. Пропаганда, зокрема, є систематичними спробами маніпулювання переконаннями та діями через різні засоби комунікації та символи.

Фейки, або спеціально створені новини з перекрученою або неправдивою інформацією, також відіграють значну роль у формуванні громадської думки та можуть впливати на ставлення до конфліктів. Тому критично важливо вміти розпізнавати пропаганду та фейки, особливо в умовах збройних конфліктів, де інформаційна війна стає важливою складовою стратегії обох сторін. Загалом, розуміння цих явищ допомагає краще орієнтуватися в інформаційному просторі та приймати обґрунтовані рішення.

# РОЗДІЛ 2

# ЗМІ ЯК СУБ’ЄКТИ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

## **2.1. Види ЗМІ та їх роль у формуванні громадської думки**

Головну роль у формуванні та розповсюдженні громадської думки відіграють засоби масової інформації. Вони не лише поширюють інформацію та надають новини, але й активно просувають різноманітні концепції, точки зору, політичні стратегії та беруть активну участь у формуванні суспільних настанов, а також у соціальному управлінні. Медіа впливають на поведінку та рішення людей, спонукаючи їх до певних дій та вчинків через формування громадської думки, встановлення певних соціальних норм і сприяння утвердженню різних переконань.

Засоби масової інформації виступають знаряддям, яке безпосередньо впливає на формування громадської думки та відіграє ключову роль у соціальному управлінні. Вони володіють потужним маніпулятивним потенціалом, впливаючи на установки, моделі поведінки та сприйняття реальності [23, c. 384].

Засоби масової інформації можна класифікувати за різними ознаками. За формою поширення (носієм) виділяють друковані та аудіовізуальні ЗМІ. Друковані включають газети, журнали та бюлетені, тоді як аудіовізуальні охоплюють телебачення та радіо.

За способом поширення сигналу електронних ЗМІ виділяють ефірне, супутникове та кабельне мовлення.

За територією поширення ЗМІ поділяються на транснаціональні, які охоплюють кілька держав, національні, що поширюються по всій країні, регіональні, які обслуговують окремі області або регіони, та місцеві, що діють у межах міст або невеликих населених пунктів [18, c. 105].

За формою власності ЗМІ можуть бути державними, приватними, громадськими або змішаними. Державні ЗМІ контролюються урядом, приватні належать приватним особам чи корпораціям, громадські фінансуються громадськими організаціями, а змішані мають різні форми власності.

За аудиторією ЗМІ поділяються на масові, орієнтовані на широку аудиторію, та спеціалізовані, орієнтовані на певні групи населення, як-от наукові журнали чи професійні видання [18, c. 107].

За часом виходу ЗМІ бувають щоденні, щотижневі, щомісячні та щоквартальні, а за періодичністю виходу – регулярні, що виходять за встановленим графіком, та нерегулярні, що виходять залежно від потреби.

Нарешті, за форматом видання розрізняють великоформатні, наприклад, традиційні широкоформатні газети, та малоформатні, як-от журнали кишенькового формату або брошури [18, c. 107].

У сучасному світі медіа вважаються важливим регулятором та незмінною складовою системи влади. Засоби масової інформації та політична система постійно взаємодіють, функціонуючи як взаємопов’язані складові єдиної соціальної системи і взаємозалежні одна від одної. У сучасному інформаційному суспільстві медіа виконують ключову роль у передачі вимог та підтримки політичній системі.

ЗМІ здійснюють потужний вплив на формування громадської думки.

Аналізуючи процес формування громадської думки, можна визначити його складові. Важливо детально розглянути кожен елемент процесу, такі як: інформація, інструменти громадської думки, учасники процесу, способи маніпулювання громадською думкою, сама громадська думка та її вплив.

Рис. 2.1. Процес формування громадської думки

Інформація має два важливі аспекти: зовнішній (який відображає відношення громадян до важливих суспільних проблем) і внутрішній (що включає соціальний контроль) процеси.

Ці два аспекти взаємодіють між собою і мають значний вплив на формування громадської думки та соціальний порядок. Обмін інформацією в мозку громадян базується на обробці фактів, подій і явищ, що призводить до формування системи переконань, оцінок і поведінки.

Дуже важливо розглянути інструменти, за допомогою яких формується суспільна думка:

* по-перше, це офіційні канали комунікації, такі як телебачення, газети, журнали, радіо, Інтернет, аудіо- та відеозаписи, реклама, наукова інформація, система освіти та інші засоби;
* по-друге, це неофіційні канали комунікації, такі як чутки, плітки, особистий досвід, думки відомих особистостей тощо.

У формуванні суспільної думки важливу роль відіграють різноманітні суб’єкти. Еліта, яка володіє значними ресурсами та впливом, активно формує й направляє суспільні настанови через свої дії та заяви. Державні політичні органи також мають великий вплив на формування громадської думки через свою законодавчу та виконавчу діяльність.

Громадські організації, від малих місцевих груп до великих міжнародних об’єднань, активно працюють над просуванням своїх ідей і вимог, впливаючи на суспільну думку через акції, кампанії та інші форми діяльності. Міжнародні організації та транснаціональні структури також відіграють свою роль у формуванні суспільної думки, особливо в контексті глобальних проблем і викликів.

Нові соціокультурні рухи та підкатегорії, які активно виникають у сучасному суспільстві, також мають значний вплив на формування громадської думки. Вони можуть стати майданчиком для висловлення нових ідей, цінностей та поглядів, що змінюють загальний ландшафт суспільної думки [32, с. 131].

Отже, ЗМІ можна класифікувати за такими критеріями, як форма поширення, спосіб передачі сигналу, територія охоплення, форма власності, цільова аудиторія, час виходу та формат видання. Кожна з цих класифікацій визначає спосіб, яким інформація досягає громадськості, і її ефективність у формуванні суспільної свідомості. А громадська думка та розвиток суспільства значною мірою формуються під впливом засобів масової інформації, на які впливають різні суб’єкти, від еліти до громадських рухів.

## **2.2. Поняття і види фейків та пропаганди у ЗМІ**

У сучасному світі медіа відіграють ключову роль у формуванні суспільної думки та уявлень. Проте, разом із загальновизнаними функціями інформаційного посередника, нам варто бути свідомими і про існування темної сторони цього впливового засобу – фейків та пропаганди. Вони стають об’єктом уваги споживачів інформації, оскільки їх вплив може бути надзвичайно сильним та навіть небезпечним. Щоб краще зрозуміти це явище, потрібно розглянути поняття та види фейків та пропаганди у ЗМІ.

Тож можна зазначити, що фейк – це спеціально створена новина, подія чи журналістський матеріал, який містить неправдиву або перекручену інформацію, що дискримінує певну людину чи групу осіб в очах аудиторії [21, с. 185].

 Фейки відрізняються за формою, способом розповсюдження та змістом, тож розглянемо їх класифікацію.

За методом поширення розрізняють фейки: масмедійні, які поширюють за допомогою засобів масової інформації і для них спеціально створені. Другий метод поширення – мережеві чутки (коли навмисно поширюють вигадку, а не факти).

Також фейки розрізняють за формою. Наприклад, фото, журнальні матеріали або відео. Потрібно відзначити, що робота з фото – один з найпоширеніших і найдоступніших способів створення візуальних фейків.

Однак легкість, з якою створюються фотографії, також полегшує їхнє виправлення чи спростування. Розвиток технологій обробки фотографій дозволяє здійснювати широкий спектр маніпуляцій – від простих фільтрів і корекції кольору до більш складного редагування та ретушування фотографій.

Це означає, що навіть непрофесійні користувачі можуть легко змінювати фотографії. Тому важливо враховувати можливість легкої модифікації при оцінці фотографічного матеріалу. Важливо використовувати додаткові інструменти перевірки автентичності фотографій і критично аналізувати зображення, перш ніж робити висновки на основі фотографії [22, с. 92].

Таким чином, можна зазначити, що робота з фотографіями є одним із найпоширеніших і найдоступніших методів візуальної фальсифікації. Але така сама легкість може полегшити їх виправлення або спростування.

У роботі з відео важливо мати певний рівень навичок і знань під час роботи з ним, оскільки це більш складний процес, ніж робота з простим текстом або зображеннями.

Відео вимагає не тільки розуміння технічних аспектів його обробки та монтажу, а й творчого підбору контенту та створення цікавих візуалів. Відео-спростування вимагають від автора не лише технічних навичок, а й аналітичного мислення та критичної оцінки інформації.

Оскільки відео може містити багато різних ефектів, фільтрів і технік редагування, важливо мати навички, щоб відрізнити справжню інформацію від підробленої та підробленої [1, с. 133].

Щодо фейкових журналістських матеріалів, то автори нерідко вдаються до цитування авторитетних ЗМІ або перекручування повідомлень та коментарів. Ця стратегія широко використовується з метою підсилення достовірності чи авторитетності викладеного матеріалу.

Таким чином, у глядача чи читача буде більша впевненість у джерелі та менше критичного мислення щодо інформації. Однак серед таких матеріалів часто зустрічаються вигадки маргінальних чи заангажованість інтернет-ресурсів, які потребують обов’язкової перевірки. Для визначення правдивості інформації необхідно знайти вказану новину в авторитетних джерелах, на які посилаються.

У оманливих новинах часто використовуються цитати з достовірних медіа або є спотворення інформації задля створення достовірного враження. Це може призвести до послаблення уваги читачів, але такі статті часто містять вигадки, які потрібно перевіряти.

У сучасному світі, де масові комунікаційні засоби відіграють вирішальну роль у формуванні громадської думки та уявлень, поняття пропаганди у ЗМІ стає вельми актуальним. Це відкриває широкий спектр можливостей для впливу та маніпуляції інформацією з метою формування певних уявлень або переконань у громадськості.

Використання пропагандистських технік у ЗМІ виявляється у багатьох формах, від перекручення фактів до створення образів та маніпулювання емоціями аудиторії. Надзвичайно важливо розуміти ці методи, оскільки вони можуть значно впливати на сприйняття подій і явищ суспільством. Із цього виникає необхідність розглядати деякі з основних типів пропагандистських спрямувань, які часто застосовуються в медіа.

Основний зміст процесу пропаганди включає такі елементи: суб'єкт (соціальна група), зміст, форму і спосіб, засоби або канали спрямування (телебачення, радіо, преса) та цільову групу (аудиторія чи соціальна група).

Вирішальним чинником у розумінні пропагандистського процесу є соціальні інтереси його суб’єктів, їх співвідношення з суспільними інтересами загальні та окремі групи, на які він спрямований. Це визначає її зміст і впливає на вибір форм, методів і засобів пропаганди [19, c. 72].

ЗМІ є важливим інструментом у поширенні пропаганди, оскільки їхні можливості впливу значною мірою залежать від типу спрямування. Чи це внутрішня пропаганда, яка націлена на внутрішніх споживачів, або зовнішня, спрямована на «експорт» впливу за межі країни.

Перша – внутрішня пропаганда, орієнтована на внутрішніх споживачів. Цей вид пропаганди має нахил шовінізму, тобто формує уявлення «зовнішнього ворога». Це робиться за допомогою контролю свідомості через психоемоційне навантаження, залякування і нав’язуванням певних однозначно «правильних» поглядів та ідей та ізоляції суспільства від інших незалежних ЗМІ [31, c. 120].

Друга – зовнішня пропаганда, яка у свою чергу спрямована на «експорт», а її цілями часто стають люди поза «системою», тому вона часто є більш прихованою та обґрунтованою. Її основна мета – створення лояльних до режиму угруповань за кордоном та приховування або спотворення його справжніх цілей і дій [12, c. 154].

У сучасному світі ЗМІ відіграють ключову роль у поширенні пропаганди та шейків, впливаючи на громадську думку. Вони використовують різні методи, від перекручення фактів до маніпуляції емоціями, щоб формувати уявлення та переконання. Розрізняють внутрішню та зовнішню пропаганду, кожна з яких має свої цілі та особливості. Важливо розуміти ці методи для критичного аналізу інформації, яка подається людям.

Як висновок, фейки класифікуються за формою, способом розповсюдження та змістом. Вони поширюються через масмедіа або як мережеві чутки. Фейки можуть бути у вигляді фото, відео або журналістських матеріалів. Журналістські матеріали часто спотворюють інформацію або використовують цитати з авторитетних джерел для підвищення довіри. Для боротьби з фейками необхідно перевіряти автентичність матеріалів і використовувати надійні джерела. Це зменшить вплив дезінформації та маніпуляцій.

У висновку, засоби масової інформації відіграють важливу роль у сучасному суспільстві, формуючи громадську думку, установки та поведінку людей. Перш за все, ЗМІ поширюють інформацію та надають новини, активно просувають концепції, точки зору та політичні стратегії.

Вони впливають на утворення соціальних норм, сприяють утвердженню різних переконань і навіть відображають відношення громадян до важливих суспільних проблем.

По-друге, тема передає важливість різноманітних суб’єктів, що впливають на формування громадської думки через ЗМІ, таких як еліта, державні органи, громадські організації, міжнародні структури та соціокультурні рухи.

По-трете важливо якісно класифікувати ЗМІ за різними ознаками, що допомагає краще зрозуміти їх роль і вплив у формуванні громадської свідомості.

# РОЗДІЛ 3

# ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗМІ У ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТАХ

## **3.1. Роль міжнародних ЗМІ в інформаційному просторі війни**

Засоби масової інформації в інформаційному просторі війни не лише стають джерелом новин та аналізу подій, але й мають надзвичайно важливе значення у формуванні глобального сприйняття конфлікту. В єдиному суспільному просторі, де інформація швидко поширюється та перетворюється, міжнародні ЗМІ виступають як ключовий посередник між подіями на передньому фоні та глобальною аудиторією.

Вони не лише відтворюють події, але й впливають на їхнє сприйняття та інтерпретацію, формуючи образи сторін конфлікту для міжнародного співтовариства. Таким чином, роль міжнародних ЗМІ у військовому інформаційному просторі є не лише інформаційною, а й стратегічною, визначаючи настрої та реакції на світовій арені.

Важливо зазначити, що за допомогою міжнародних ЗМІ в інформаційному просторі під час військових дій можна активно впливати на хід подій.

У першу чергу потрібно захопити інформаційний простір, тож міжнародні ЗМІ допомагають формуванню інформаційних наративів.

Міжнародні ЗМІ відіграють вирішальну роль у формуванні того, як світ сприймає війну та її учасників. За допомогою висвітлення подій, вибору акцентів та інтерпретації інформації вони здатні формувати певні наративи, які згодом впливають на громадську думку та політичні рішення [37].

ЗМІ мають потужну здатність мобілізувати громадську думку та формувати політичний тиск на уряди у контексті військового конфлікту. Їхні звіти, які розглядають ситуацію з різних ракурсів та збирають свідчення про події, можуть викликати масові протести, що вимагатимуть втручання або реакції від уряду.

У той же час вони також можуть закликати до збереження нейтралітету та стриманості, акцентуючи на важливості дипломатичних рішень та миротворчих зусиль. Таким чином, міжнародні ЗМІ виступають як ключовий фактор у формуванні громадської думки та визначенні реакції суспільства на воєнні конфлікти, впливаючи на політичні процеси та рішення влади [6, c. 3].

Часто спостерігаються маніпуляції з використанням міжнародних медіа, які мають на меті досягти своїх політичних, економічних чи ідеологічних цілей. Це може включати створення фальшивих новин, підтасовування фактів, виривання слів з контексту та інші методи, спрямовані на введення в оману аудиторії.

Це схоже на те, що стверджують про роль радіо RTLM у геноциді в Руанді. Іншим прикладом є New York Times, яка представляє Ізраїль як жертву, а палестинців як агресорів. Ізраїль вважає газету важливим джерелом, тому що громадяни Ізраїлю більше довіряють і поважають New York Times, адже ця газета підтримала їхню позицію, що також можна вважати або використовувати у якості маніпуляції.

Наслідки таких дій можуть бути надзвичайно небезпечними. В умовах конфлікту міжнародні медіа, що використовуються як зброя, можуть сприяти ескалації насильства, посиленню ворожнечі та ненависті між сторонами конфлікту. Це, в свою чергу, призводить до збільшення кількості жертв серед мирного населення та військових, ускладнює процес мирного врегулювання та відновлення [37].

Як висновок, можна зазначити, що роль міжнародних засобів масової інформації в інформаційному просторі війни є надзвичайно значущою та багатогранною. Вони не тільки виступають джерелом новин та аналізу подій, але й впливають на глобальне сприйняття конфліктів.

Міжнародні ЗМІ виконують функцію посередника між подіями на фронті та світовою аудиторією, формуючи образи сторін конфлікту та визначаючи наративи, що впливають на громадську думку та політичні рішення.

Їхні звіти можуть мобілізувати громадськість, викликати масові протести та створювати політичний тиск на уряди, що підкреслює їхню стратегічну важливість.

Проте, міжнародні ЗМІ можуть також використовуватися для маніпуляцій з метою досягнення політичних, економічних чи ідеологічних цілей. Приклади маніпуляцій включають створення фальшивих новин, підтасовування фактів та виривання слів з контексту, що може призвести до дезінформації та введення в оману аудиторії.

## **3.2. Досвід співпраці ЗМІ з владою та армією у військових умовах**

Військові конфлікти створюють унікальні виклики та можливості для взаємодії між засобами масової інформації, владою та армією. У таких умовах інформаційна підтримка стає критично важливою для забезпечення національної безпеки, підвищення морального духу суспільства та підтримки бойового духу військовослужбовців.

Водночас, ЗМІ мають зберігати свою незалежність та об’єктивність, щоб виконувати свою функцію надання суспільству правдивої та неупередженої інформації.

ЗМІ відіграють ключову роль у донесенні до громадськості офіційних заяв та повідомлень влади та армії під час військових конфліктів. Ця діяльність включає інформування населення про хід військових дій, втрати, перемоги, а також про плани та стратегії, які реалізуються на полі бою.

Публікація таких заяв допомагає збудувати довіру до влади та армії, оскільки громадяни отримують чітку та офіційну інформацію з перших джерел. Це особливо важливо в умовах, коли чутки та дезінформація можуть швидко поширюватися і підірвати моральний дух населення.

Надання точної та своєчасної інформації сприяє підтримці стабільності в суспільстві, знижує рівень паніки та сприяє збереженню порядку.

На прикладі повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України можна відмітити якісну та сфокусовану роботу ЗМІ та співпрацю з владою та інформування щодо подій на фронті. Засоби масової інформації цілодобово публікують інформацію щодо ситуації на полі бою та просуванні ворожих військ. За підтримки Державної Служби з надзвичайних ситуацій було створено проєкт, який інформує населення про обставини на фронті, – «Deepstatemap». Саме цей проект напряму використовують ЗМІ у свої публікаціях та інформуванні населення [35].

Ще один важливий аспект діяльності ЗМІ – це постійне інформування українських громадян про міжнародні зустрічі президента України та їх результати, а також досягнення у перемовинах з міжнародними лідерами. Ця інформація швидко розповсюджується через усі можливі медійні портали, щоб громадяни могли оперативно ознайомитися з нею.

Такий підхід має на меті не лише інформувати, а й підтримувати моральний дух громадян, спрямовуючи їхню увагу на позитивні аспекти і досягнення в українській зовнішній політиці. Наприклад, новина про надання Україні літаків F-16, опублікована на медійному порталі «КореспонденТ.net», стала яскравим прикладом такої інформаційної роботи, яка сприяла консолідації громадськості навколо успіху країни в міжнародних відносинах [3].

ЗМІ також відіграють важливу роль у розповсюджені інформації про безпеку під час війни. Вони можуть публікувати матеріали, що містять поради та інструкції щодо того, як залишатися в безпеці під час бомбардувань, як розпізнавати та уникати вибухових пристроїв, а також як надавати першу допомогу постраждалим.

Така інформація є життєво важливою, оскільки вона допомагає зменшити ризик для життя та здоров’я цивільного населення, підвищує обізнаність про потенційні загрози та сприяє формуванню правильної поведінки в екстремальних ситуаціях.

Щодо цього аспекту, можна звернутися до новин Ізраїлю, які постійно транслюють інформацію про дії населення у разі повітряної тривоги та обстрілу. Як наприклад, портал «THE TIMES OF ISRAEL» своїй статті чітко дає інформацію як діяти і де можна знайти інформацію під час обстрілу [42].

Досвід співпраці засобів масової інформації з владою та армією у військових умовах показує важливість координації та стратегічного управління інформаційними потоками для підтримки морального духу, консолідації суспільства і забезпечення успіху військових операцій. Тому виникає нагальна потреба в розгляді ключових аспектів цієї співпраці на прикладі досвіду Великої Британії під час світових війн.

Потрібно звернути увагу на координацію та контроль інформації. Першочергова мета – це забезпечення єдності інформаційного простору та уникнення дезінформації, яка може послабити моральний дух або створити паніку серед населення.

Наприклад, міністерство інформації Великої Британії, яке створене під час Першої та відновлене під час Другої світової війни. Воно мало на меті координувати всі інформаційні потоки. Це включало випуск офіційних повідомлень, контроль над випуском новин та використання пропаганди для підтримки громадського духу.

Наступний прийом – чесність і реалістичність у комунікаціях. Першочергова мета полягала у підтриманні довіри до влади та зміцнення морального духу населення. Наприклад, промова В. Черчіля у травні 1940 року, в якій він говорив про «кров, важку працю, сльози і піт». Це є прикладом чесного і реалістичного підходу. Це не злякало населення, а навпаки, консолідувало його для тривалої боротьби [34].

Ще один метод, про який важливо згадати, – «переключення» уваги. Він полягає у тому, що ЗМІ навмисно відволікає населення від гострих соціально-економічних подій, або подій на полі бою, або інших неприємних для влади питань шляхом акцентування уваги на іншому, менш важливому або штучно створеному питанні. Цей метод є потужним інструментом маніпуляції масовою свідомістю, який дозволяє урядам і армії контролювати громадську думку та підтримувати стабільність і порядок у суспільстві навіть у кризових ситуаціях.

Влада та армія можуть співпрацювати, використовуючи цей метод, щоб звернути увагу громадськості на конкретні проблеми або загрози.

Наприклад, під час війни в Україні волонтерські організації збирали кошти на підтримку армії та цивільних жителів. Це відбувалося через різні благодійні ініціативи та платформи, які залучали мільйони гривень для забезпечення військових зброєю, амуніцією, обладнанням, харчовими продуктами та засобами тактичної медицини [38].

Ще не менш актуальний метод – «залякування». Він є однією з найпотужніших і найчастіше використовуваних технік маніпуляції, особливо в контексті співпраці ЗМІ з владою та армією у військових умовах. Цей метод базується на створенні і підтриманні атмосфери страху та невизначеності серед населення для досягнення конкретних цілей, таких як зміцнення підтримки влади, виправдання обмежувальних заходів або мобілізація громадськості на підтримку військових дій.

Влада та армія можуть використовувати цей метод, обираючи менше з двох зол. Наприклад, під час війни в Україні волонтерські організації активно збирали кошти на підтримку армії, наголошуючи на загрозі ворожого вторгнення та необхідності оборони. Цей підхід став ефективним засобом залучення ресурсів та мобілізації громадськості, використовуючи емоційний фактор страху та потребу в захисті національних інтересів [27].

Метод навіювання є однією з найважливіших технік маніпуляції, використовуваних засобами масової інформації (ЗМІ) для впливу на свідомість аудиторії. Цей метод полягає у створенні стану сприйнятливості у людей, коли вони безкритично приймають інформацію і нав’язувані їм ідеї, думки або переконання. Це досягається через використання спеціальних технік, таких як повторення, емоційний вплив, спрощення складних тем і акцент на певних аспектах, що вигідні для маніпулятора.

Метод навіювання активно використовується в умовах співпраці ЗМІ з владою та армією, особливо під час військових конфліктів або кризових ситуацій. У такі періоди суспільство стає більш вразливим до маніпуляцій через підвищений рівень стресу та невизначеності. ЗМІ можуть сприяти формуванню певного світогляду або настрою, використовуючи навіювання для мобілізації підтримки серед населення, зниження критичного сприйняття інформації та створення образу ворога або героя.

Цей метод передбачає уведення масової свідомості в так званий «сугестивний стан». Влада та армія можуть використовувати цей метод, щоб впливати на громадську думку та сприйняття. Наприклад, розповіді про героїчні вчинки військових можуть навіювати певні переконання та підтримку військових дій [39].

Як висновок, можна зазначити, що досвід співпраці ЗМІ з владою та армією у військових умовах підкреслює важливість скоординованих і стратегічно продуманих інформаційних кампаній. ЗМІ відіграють критичну роль у формуванні громадської думки, підтримці морального духу, консолідації суспільства та забезпеченні інформаційної безпеки.

Використання різних підходів, таких як навіювання, залякування, переключення уваги та чесність у комунікаціях, показує багатогранність і складність цієї співпраці.

## **3.3. Використання фейків та пропаганди у ЗМІ під час військових конфліктів та інформаційної війни**

Під час військових конфліктів засоби масової інформації відіграють ключову роль у формуванні громадської думки, поширені інформації та впливу на поведінку різних соціальних груп.

Однак у сучасному світі зростає небезпека використання фейків та пропаганди, які стають потужною зброєю в інформаційній війні. Ці методи можуть мати далекосяжні наслідки, створюючи хибні уявлення про події, маніпулюючи емоціями та свідомістю людей, а також підриваючи довіру до традиційних джерел інформації. Дослідження використання фейків, дезінформації та пропаганди в ЗМІ під час військових конфліктів дозволяє краще зрозуміти механізми їхнього впливу та розробити стратегії протидії, забезпечуючи суспільство надійною об’єктивною інформацією або інформацією, яка допоможе державі.

Перше – це стратегічні інформаційні кампанії. Їх першочергова мета – формування громадської думки таким чином, щоб підтримувати військові зусилля і сприяти єдності суспільства у важкі військові часи.

Наприклад, Велика Британія використовувала прийом «Кампанія гніву» для активного залучення населення у підтримку військових зусиль та створення негативного образу ворога. Це включало інформацію про жорстокість нацистського режиму, щоб мотивувати громадян до активної підтримки військових операцій.

Друге, що використовувала Британія, – сатира і гумор. Першочергова мета цієї маніпуляції – зниження страху перед ворогом і підвищення морального духу за допомогою висміювання противника. Наприклад, британський кінорежисер Чарльз Рід використав кадри з фільму Лені Ріфеншталь «Тріумф волі» і наклав на них комічний музичний супровід. Це було ефективним засобом розвінчування величі ворога і зниження страху перед ним [43].

Також ще однією маніпуляцією було спрямування на інформування про повоєнну відбудову. Першочергова мета цієї маніпуляції – інформаційна підтримка процесу відбудови країни після війни та забезпечення плавного переходу від військової мобілізації до мирного життя. Задача була в створенні прагнення населенням прикласти максимально сил, щоб якомога швидше прийти до мирного життя. Наприклад, наративи про те, що після війни ЗМІ повинні сприяти відновленню економіки та соціальної сфери, інформувати населення про успіхи у відбудові і тим самим підтримувати високий моральний дух [11, c. 182].

Потрібно також звернути увагу на період Другої світової війни через те, що саме тоді розпочалася ера активного розвитку зовнішньополітичної пропаганди в західних країнах. Перед вступом Сполучених Штатів Америки у війну у 1941 році країна мала дві ключові установи, які забезпечували інформаційну діяльність за межами країни.

Перша із цих установ – Управління по координації міжамериканських справ (Coordinator of inter-American Affairs, CIAA). У своєму розпорядженні вона мала ЗМІ, радіо, кіно, а також активно займалася культурними обмінами.

У липні 1942 року під керівництвом Ф. Рузвельта було створено Управління воєнною інформацією (УВІ). УВІ відповідало за контроль всієї внутрішньої інформації та «білої пропаганди», яка надсилалась за кордон, тоді як «чорна пропаганда» залишалась у компетенції стратегічних служб [17, c. 54].

Програма інформаційної війни союзників була націлена на досягнення перемоги з найменшими витратами військових ресурсів. Союзники намагалися підкреслити недоліки у військових засобах супротивника та свою власну перевагу. Основною метою було переконати німецьких офіцерів у необхідності здатися супротивнику після участі в боях і що це не страшно.

У рамках інформаційної війни влада Британії активно використовувала прийоми пропаганди радіомовлення через компанію BBC, яка працювала майже на всіх територіях Європи. Наприклад, вони створили радіостанцію, яка вела трансляцію з території Німеччини, але фактично була розташована на території Лондона. Голосом на станції був британський журналіст, який виступав в якості німецького офіцера та ідеально спілкувався німецькою. Він вигадував різноманітні інтриги та плітки про армійське командування та особисте життя німецького лідера. Це призвело до збільшення незадоволеності серед німецьких офіцерів та допомагало формувати хоч і не великий, але розкол серед офіцерів. [17, c. 55].

Сполучені Штати також долучилися до інформаційної війни та дуже влучно та практично використовували ЗМІ. Наприкінці 1942 року, радіостанція «Голос Америки» розпочала мовлення іноземними мовами.

Американський коментатор, під псевдонімом Роберт Лі Норден, виступав з радіопередачами, присвяченими подіям у німецькому підводному флоті. Ці передачі впливали на німецьких моряків, а саме на підводний флот.

Також радіостанція УВІ використовувалася для розповсюдження інформації про події в Італії, її вплив також був направлений на моряків. У ефірі постійно транслювалися чіткі інструкції щодо процедури здачі у полон, що допомогло країні через три дні взяти у полон весь флот [17, c. 55].

Також ще одним важливим прикладом інформаційної війни є війна проти німців після відкриття другого фронту 6 червня 1944 року, що стало переломним моментом у Другій світовій війні. Була розпочата масштабна кампанія, спрямована на підрив морального духу німецьких військових і цивільного населення. Відділ психологічної війни, використовуючи літаки, артилерію та агентуру, здійснював масове поширення газет і мільйонів листівок, які розкидалися в розташування ворожих військ. [44, c. 76].

Перед тим як ці матеріали потрапляли до рук німців, їхній вміст ретельно перевіряли на військовополонених. Це дозволяло визначити ймовірний психологічний ефект від їхнього впливу і вносити необхідні корективи для максимального результату. Листівки містили інформацію про успіхи союзників, заклики до капітуляції, а також спростування німецької пропаганди. Вони мали на меті посіяти сумніви, страх і невпевненість серед німецьких солдатів і офіцерів, підриваючи їхній бойовий дух.

Зі свого боку Німеччина також активно вела інформаційну війну, використовуючи подібні методи. Німецькі пропагандисти розповсюджували листівки серед союзних військ, намагаючись розпалити ворожнечу між ними і підірвати їхню єдність. У своїх посланнях вони намагалися переконати союзників, що їхні уряди використовують їх як гарматне м’ясо і що боротьба проти Німеччини є марною [40, c. 19].

Пропагандисти Третього рейху, керуючись принципами Йозефа Геббельса, використовували різноманітні психологічні прийоми, щоб посилити страх і ненависть серед німецьких військових. Серед німецьких офіцерів активно вели пропаганду, що краще загинути у бою, ніж жити під владою окупантів, намагаючись таким чином підштовхнути їх до героїчного опору. Німецька пропаганда малювала образ союзників як жорстоких і безжальних ворогів, що лише посилювало страх перед полоном і капітуляцією.

Таким чином, обидві сторони використовували інформаційну війну як важливий інструмент для досягнення своїх стратегічних цілей, розуміючи, що перемога на полі бою значною мірою залежить від морального стану військових і цивільного населення.

Важливу роль у веденні інформаційної війни за допомогою поширення різних публікацій зіграли військові відомства розвідувальної служби США (United States Information Service, ЮСИС).

Ці урядові установи розповсюджували оригінальні публікації, журнали та буклети, включаючи статті американських та британських політиків, уривки з офіційних документів та виступів. Така продукція служила інструментами пропаганди, розповсюджуючи американський спосіб життя та ідеали демократії, створювали позитивний імідж Сполучених Штатів у світі.

Важливу роль в цій діяльності, що стала ключовою в інформаційній війні країн антигітлерівської коаліції, зіграли Міністерство військової розвідки і Міністерство інформації. Їхня діяльність включала не тільки популяризацію власних країн, але й викриття справжніх цілей та агресивних намірів Німеччини [33, c. 125-317].

Ці установи активно використовували медіа для поширення інформації, яка підривала довіру до нацистського режиму і мотивувала союзників до боротьби.

Таким чином, інформаційні служби США і Великої Британії під час Другої світової війни здійснили значний вплив на громадську думку та міжнародні відносини, використовуючи інформацію як потужну зброю проти нацистської пропаганди та сприяючи зміцненню антигітлерівської коаліції.

Як висновок, можна зазначити, що інформаційні війни в контексті Другої світової війни показують, що ЗМІ стали не менш важливою складовою військових стратегій, ніж бойові дії на полі бою. Сторони конфлікту активно використовували масові медіа, такі як радіо та преса, а також інші засоби комунікації, щоб впливати на моральний дух та думку як громадян, так і противника.

Використання різних методів, таких як радіопередачі, листівки та газети, демонструє велику різноманітність інструментів, які були доступні для здійснення інформаційної війни. Ці методи використовувалися для розповсюдження пропаганди, психологічної війни та сприяння мобілізації громадськості.

Важливо відзначити, що інформаційна війна є двостороннім явищем. Обидві сторони конфлікту активно використовували пропаганду та психологічні методи для досягнення своїх стратегічних цілей.

## **3.4. Рекомендації щодо оптимізації діяльності ЗМІ в умовах військових конфліктів**

Оптимізація діяльності засобів масової інформації в умовах військових конфліктів є критично важливою для забезпечення об’єктивного інформування громадськості, захисту журналістів і підтримки національної безпеки.

В умовах, коли інформація може стати потужним інструментом як для зміцнення суспільної моралі, так і для дезінформації, ЗМІ повинні бути особливо уважними до своїх обов’язків. Співпраця або діяльність медіа з військовими чи політиками під час військових конфліктів уособлює у собі міст, який об’єднує ці складові з суспільством. По причині такого великого впливу ефективне виконання цих обов’язків вимагає впровадження цілого ряду стратегій і підходів, які забезпечують безпеку журналістів та агентів, які співпрацюють зі ЗМІ, точність і об’єктивність новин, а також відповідність інформаційної політики національним інтересам.

Перше, на що необхідно звернути увагу, – верифікація інформації. Необхідність проводити фактчекінг є однією з ключових рекомендацій. Необхідне впровадження суворих протоколів перевірки інформації. Це допоможе уникнути поширення неправдивих новин, ІПСО та пропаганди, які можуть суттєво вплинути на громадську думку і моральний дух населення.

Важливо створити внутрішні інструкції для журналістів, що включають перевірку кожного факту з декількох незалежних джерел, аналіз контексту та уникнення використання інформації з ненадійних або анонімних джерел. Не менш важливо створити та надати інструменти, за допомогою яких можна буде швидко та безперешкодно аналізувати інформацію. Це допоможе швидко реагувати на фейки та спростовувати чи навіть ліквідувати їх до того, як вони наберуть оберти у інформаційному просторі.

Також важливо, співпрацюючи державі та військовим через ЗМІ, навчати громадян самостійно проводити фактчекінг та навчати, як правильно реагувати на новини. Такі маніпуляції допоможуть тримати у спокої суспільство та зробити його стабільним і тим самим дадуть можливість правильно впливати на громадян на користь держави.

Також потрібно проводити співпрацю з незалежними експертами. Це допоможе підвищити надійність та об’єктивність інформації. ЗМІ повині активно співпрацювати з незалежними фактчекінговими організаціями та експертами.

Це дозволить верифікувати інформацію на професійному рівні і зменшити ризики поширення дезінформації. Важливо створити мережу контактів з фахівцями у різних галузях, які зможуть надати експертну оцінку і допомогти у підтвердженні або спростуванні певних фактів.

Експерти мають бути і державними і закордонними для залучення нових методів для розвитку цієї галузі та формуванню більшого авторитету та підвищенню довіри. Уся інформація про експертів має бути прозорою та надійною, щоб громадяни не мали сумнівів відносно експертності чи знати представників. Також важливо, щоб у пропаганді не з’явилася інформація, яка б нашкодила державі та підірвала довіру до державних видань.

Наступним щодо оптимізації діяльності ЗМІ в умовах військових конфліктів є забезпечення технологічними інструментами та безпекою.

Необхідно стежити за новими тенденціями та методами маніпуляції, адже це напряму впливає на можливості реагування та захисту від пропаганди або дезінформації. Використання сучасних технологій може суттєво допомогти у перевірці інформації. Наприклад, геолокація та аналіз супутникових знімків можуть підтвердити або спростувати повідомлення з місця подій, або заперечити та продемонструвати використання штучного інтелекту.

Ще не менш важливий пункт – кібербезпека. Необхідно більш якісно захищати інформацію та джерела, які є критично важливими в умовах військових конфліктів. Журналісти, військові та політики повинні використовувати надійні методи шифрування для збереження конфіденційності своїх даних та контактів. Крім того, варто впровадити політику кібербезпеки для захисту редакційних серверів та комунікаційних каналів від хакерських атак.

Ще один не менш важливий етап – підвищення етичних стандартів журналістики.

Дотримання етичних норм в умовах військових конфліктів важливе і більше актуальне, ніж у мирний час, адже засоби масової інформації висвітлюють актуальні події та напряму впливають на підтримку та залучення суспільства, що докорінно може змінити хід подій.

 Необхідно суворо дотримуватись етичних стандартів журналістики, що включає об’єктивність, нейтральність, уникання сенсаційності, та повагу до приватного життя осіб, які можуть стати героями новин. Журналісти повинні усвідомлювати відповідальність за свої матеріали та розуміти, що їхні дії можуть мати серйозні наслідки для учасників конфлікту та цивільного населення.

Необхідне навчання і підвищення кваліфікації, а саме регулярні тренінги та навчальні програми для журналістів, які допоможуть підтримувати високі стандарти професійної етики. Ці програми повинні включати теми, що стосуються специфіки роботи в зонах конфліктів, роботи з чутливою інформацією та захисту джерел.

В умовах військових конфліктів оптимізація діяльності ЗМІ включає забезпечення доступу до більш комфортних джерел актуальної та перевіреної інформації. Це можна досягти шляхом встановлення партнерських відносин з надійними інформаційними агенціями та незалежними аналітичними центрами, які спеціалізуються на зборі та перевірці даних у зонах конфлікту. Використання сучасних технологій для автоматизації процесів фактчекінгу та інтеграція з міжнародними мережами новин також сприятиме підвищенню точності та своєчасності інформації. Крім того, створення внутрішніх платформ для обміну перевіреною інформацією між журналістами та редакторами допоможе зменшити ризик поширення дезінформації та забезпечити громадськість достовірними новинами.

Як висновок можна зазначити, що оптимізація діяльності засобів масової інформації в умовах військових конфліктів є критично важливою для забезпечення об’єктивного інформування громадськості, захисту журналістів і підтримки національної безпеки. В умовах, коли інформація стає потужним інструментом як для зміцнення суспільної моралі, так і для дезінформації, ЗМІ повинні бути особливо уважними до своїх обов’язків.

Впровадження стратегій для перевірки інформації, співпраця з незалежними експертами, використання сучасних технологій та забезпечення кібербезпеки, дотримання високих етичних стандартів, а також навчання журналістів є ключовими компонентами цього процесу.

Крім того, важливо забезпечити доступ до актуальних та перевірених джерел інформації через партнерські відносини з надійними інформаційними агенціями та аналітичними центрами.

Виконання цих рекомендацій сприятиме зменшенню ризиків поширення дезінформації, підвищенню довіри до ЗМІ та забезпеченню громадськості достовірними новинами, що в свою чергу підтримає стабільність і моральний дух суспільства в умовах конфлікту.

# ВИСНОВКИ

Дослідження зв’язків між ЗМІ, пропагандою та конфліктами, зокрема збройними, дозволяє краще розуміти їхній вплив на суспільно-політичні процеси. Роль ЗМІ у формуванні громадської думки критична, вони є посередниками у передачі інформації та засобами маніпуляції переконаннями. Фейки та інформаційна війна впливають на громадську думку, особливо під час військових конфліктів. Це допоможе більш якісно розглянути та вивчити тему кваліфікаційної роботи через те, що вивчення ролі ЗМІ в умовах збройних конфліктів є актуальним, проте вимагає додаткового дослідження через невирішені аспекти, такі як вплив соціальних мереж та регіональні особливості.

Узагальнюючи розділ «Методологія дослідження», можна відзначити, що розуміння політичних конфліктів вимагає урахування їхньої складності, різноманітності форм і динаміки, що залежить від контексту. Для аналізу цих аспектів використовуються різні методи, такі як системний підхід, який дозволяє розглядати конфлікт як цілісну систему з взаємопов’язаними елементами, та синергетичний підхід, який допомагає зрозуміти динаміку конфлікту під впливом випадкових факторів. Аналіз та синтез даних, порівняння та узагальнення є важливими методами для отримання точних результатів дослідження. Дослідження ролі ЗМІ в умовах збройних конфліктів важливо проводити з врахуванням їхнього впливу на формування громадської думки та сприйняття конфлікту, а також здатності до поширення інформації та можливості використання для пропаганди та маніпуляції.

У сучасному світі роль медіа у формуванні громадської думки надзвичайно велика. Однак, разом із позитивним впливом, ми також повинні враховувати наявність фейків та пропаганди. Фейки, які мають різні форми, способи поширення та зміст, можуть бути дуже шкідливими для суспільства. Вони можуть впливати на наше сприйняття подій та явищ, а також наші переконання. Боротьба з фейками вимагає критичного мислення та використання надійних джерел інформації. Тільки так можна зменшити вплив дезінформації та маніпуляцій у медіа.

Міжнародні ЗМІ у військовому інформаційному просторі грають ключову роль у формуванні світової думки про конфлікт. Їхні звіти впливають на сприйняття подій та визначають стратегії міжнародного співтовариства. Це робить їх важливими учасниками у сучасних воєнних конфліктах.

Використання фейків та пропаганди у ЗМІ під час військових конфліктів та інформаційної війни є небезпечною практикою, що може спотворити громадську думку та підривати довіру до джерел інформації. Ретельне дослідження цього явища дозволяє краще зрозуміти механізми впливу та розробити стратегії протидії, забезпечуючи суспільство достовірною інформацією та сприяючи міжнародній стабільності.

В умовах військових конфліктів оптимізація діяльності ЗМІ є критично важливою для об’єктивного інформування громадськості та захисту журналістів. Виконання рекомендацій, таких як верифікація інформації, співпраця з експертами, використання сучасних технологій і дотримання етичних стандартів, сприятиме зменшенню ризиків дезінформації та підвищить довіру до ЗМІ. Забезпечення доступу до перевіреної інформації через партнерство з надійними джерелами також є ключовим чинником. Ці заходи сприятимуть стабільності і моральному духу суспільства в умовах конфлікту.

Отже, гіпотеза дослідження підтвердилася, адже проведений нами аналіз ролі ЗМІ та особливостей їх діяльності в умовах збройних конфліктів у різні періоди показав, що ЗМІ традиційно виконують не лише роль інформаційного посередника, але й активно впливають на формування громадської думки та сприйняття конфлікту. Зазначимо, що в умовах інформаційного суспільства цей вплив розширився завдяки новим каналам впливу на громадськість (інтернет-ЗМІ та ін.).

# СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Агаєв Н. А. Теорія та практика інформаційно-психологічного впливу на масову свідомість : метод. посіб. Київ : НДЦ ГП ЗС України, 2015. 167 с.
2. Академічний тлумачний словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/s/vijna> (дата звернення 13.05.2024).
3. Байден і Зеленський обговорили F-16 - Білий дім. URL: <https://ua.korrespondent.net/world/4618112-baiden-i-zelenskyi-obhovoryly-F-16-bilyi-dim> (дата звернення: 16.06.2024).
4. Богуш Л. А. Роль засобів масової інформації у висвітленні збройних конфліктів у світі: теоретичний підхід. Рівне : Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені Академіка Степана Дем’янчука, 2021. 295 с.
5. Боровик Л. А. Щодо визначення понять "ЗМІ" та "МЕДІА". *Дослідження інновацій та перспективи розвитку науки і техніки у ХХІ столітті* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Рівне, 25-26 лист. 2021 р.). Рівне : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 196-198.
6. Волос Н. М. Політика та медіа: взаємодія та вплив на громадську думку. Вінниця : Вінницький національний технічний університет, 2024. 4 с.
7. Вплив медіа на формування громадської думки у світі. URL: <https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/1_2021/part_3/52.pdf> (дата звернення: 16.06.2024).
8. Голинський Ю. О. Методи наукових досліджень та аналізу процесу виконання бюджетів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* Серія: Економіка і менеджмент. 2016. Вип. 15. С. 96-99.
9. Горбатенко В. П. Гібридна війна. *Велика українська енциклопедія.* URL: https://vue.gov.ua/Гібридна війна (дата звернення: 16.06.2024).
10. Горбатенко В. П. Політологічний енциклопедичний словник / упорядник, за ред. Ю. С. Шемшученка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. Київ : Генеза, 2004. 144 с.
11. Деміденко Н. М. Психологічні аспекти впливу засобів масової інформації в умовах війни: з досвіду Великої Британії. *Підготовка правоохоронців в системі МВС України в умовах воєнного стану* : зб. наук. пр. (м. Харків, 26 трав. 2022 р.). Харків : ХНУВС, 2022. С. 181-183.
12. Драбюк С. С. Пропаганда та її види. Шляхи протидії пропаганді. Ужгород : *Електронне наукове видання «Аналітично-порівняльне правознавство».* 2022. № 1. С. 153-157.
13. Жаровська І., Ортинська Н. Інформаційна війна як сучасне глобалізаційне явище. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка».* Серія : «Юридичні науки». 2020. Том 7. № 2. С. 56-61.
14. Жекало Г. І. Політико-інституційні механізми регулювання політичних конфліктів в Україні. Івано-Франківськ : ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», 2016. 225 с.
15. ЗМІ і війна: особливості поширення інформації та фото під час воєнного стану. URL: [https://ppl.org.ua/zmi-i-vijna-osoblivosti-poshirennya-informaciї-ta-foto-pid-chas-voyennogo-stanu.html](https://ppl.org.ua/zmi-i-vijna-osoblivosti-poshirennya-informaci%D1%97-ta-foto-pid-chas-voyennogo-stanu.html) (дата звернення: 16.06.2024).
16. Карнаух А. А. Роль політичної освіти та виховання у процесі формування політичної культури молоді. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова.* Серія 22 : Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін. 2010. Вип. 3. С. 190-195.
17. Клиніна Т. С. Інформаційна війна США та Великої Британії під час Другої світової війни (1939 – 1945). *Схід*. 2016. № 2. С. 54-57.
18. Котляр Д. О. Типологічні особливості сучасної преси та проблеми розвитку регіональних ЗМІ. *Гуманітарний вісник ЧДТУ. Серія: Історичні науки.* 2020. С. 105-112.
19. Литвиненко О.В. Спеціальні інформаційні операції та пропагандистські кампанії : монографія. Київ : Сатсанга, 2000. 222 с.
20. Мальцев В. В. Місце електронних засобів масової інформації в системі ЗМІ. *Науковий гурток кафедри конституційного і міжнародного права факультету*. 2017. № 4. С. 72 -73.
21. Мудра І. Поняття «фейк» та його види у ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 184–188.
22. Петрик В. М. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій. Київ : Росава, 2009. 208с.
23. Почепцов Г. Медіа : теорія массових коммунікацій. Київ : Альтерпрес, 2008. 403 с.
24. Пуцята І. Фейк як метод маніпуляції у ЗМІ: український досвід. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка» : зб. наук. пр.* Серія «Журналістські науки». 2020. Вип. 4. С. 170–175.
25. Ситник Г. П. Воєнно-політичні конфлікти та міжнародна безпека. Київ : Київський Національний Університет імені Тараса Шевченка, 2023. 90 с.
26. Сірий С. Сутність понять «локальна війна» і «воєнний конфлікт» та їх типологія. *Політичний менеджмент*. 2006. № 4. С. 124-134.
27. Суспільне Дніпро. "Люди починають забувати, що йде війна": у Кривому Розі не вистачає волонтерів. URL: <https://suspilne.media/dnipro/460700-ludi-pocinaut-zabuvati-so-jde-vijna-u-krivomu-rozi-ne-vistacae-volonterivh/> (дата звернення: 16.06.2024).
28. Требін М. П "Гібридна" війна як нова українська реальність. Харків : Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого, 2014. 127 с.
29. Троян С. С. Пропаганда. *Велика українська енциклопедія*. URL: https://vue.gov.ua/Пропаганда (дата звернення: 23.01.2024).
30. Фурсіна Н. А. Теорія Виникнення Військових Конфліктів. Київ : Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, 2018. 88 с.
31. Шевців М. Б., Гончарук К. А. Пропаганда як соціально-політичне явище: проблеми розуміння. *Актуальні проблеми історико-правової та міжнародно-правової науки. Південноукраїнський часопис*. 2019. Випуск 1. С. 119-122.
32. Штельмашенко А. Д. Формування суспільної думки в державі. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського.* Серія: Державне управління. 2018. № 2. С. 129-134.
33. Balfour M. Propaganda in War 1939–1945: Organizations, Policies and Publics in Britain and Germany. London : Faber and Faber, 2011. 538 p.
34. Blood, Toil, Tears and Sweat. URL: <https://winstonchurchill.org/resources/speeches/1940-the-finest-hour/blood-toil-tears-sweat/> (дата звернення: 16.06.2024).
35. Deep State Map. URL: <https://deepstatemap.live/#6/49.438/32.053> (дата звернення: 16.06.2024).
36. Edward L. Bernays Propaganda. URL: <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.275553/page/n11/mode/2up> (дата звернення: 23.01.2024).
37. Media and Armed Conflicts: An Overview. URL: <https://www.researchgate.net/publication/348828088_Media_and_Armed_Conflicts_An_Overview> (дата звернення: 16.06.2024).
38. NV LIFE. URL: <https://life.nv.ua/ukr/socium/10-naypotuzhnishih-organizaciy-volonteri-ukrajini-yaki-dopomagayut-zsu-ta-civilnim-pid-chas-viyni-50373671.html> (дата звернення: 16.06.2024).
39. OBOZ.UA. URL: <https://incident.obozrevatel.com/ukr/crime/privid-kieva-zbiv-uzhe-10-litakiv-rosijskih-okupantiv.htm> (дата звернення: 16.06.2024).
40. Rhodes A. Propaganda: The Art of Persuasion World War II. Wellfleet Press, 1987 319 p.
41. The mass Psychology of fascism. URL: <https://ia804703.us.archive.org/28/items/WilhelmReichTheMassPsychologyOfFascism_20170308/Wilhelm%20Reich%20-%20The%20Mass%20Psychology%20of%20Fascism.pdf> (дата звернення: 23.01.2024).
42. The times of Israel. URL: <https://www.timesofisrael.com/rockets-falling-theres-an-app-for-that/> (дата звернення: 16.06.2024).
43. Triumph des Willens. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KkBbgbqjgHM&ab_channel=VriendenMuseumArnhem> (дата звернення: 16.06.2024).
44. Weinberg S. «What to Tell America: The Writers’ Quarrel in the Office of War Information». The Journal of American History. 1968. Р. 73 -89.

**Декларація**

**академічної доброчесності**

**здобувача ступеня вищої освіти**

**Запорізького національного університету**

Я, Климкіна Юлія Олександрівна, студент ІV курсу, денної форми навчання, факультету соціології та управління, спеціальність 052 Політологія, адреса електронної пошти klimkina1213@gmail.com:

підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Особливості діяльності ЗМІ в умовах збройних конфліктів» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений;

* заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
* згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

12.06.2024 Ю. О. Климкіна

Науковий керівник,

Доктор політичних наук, доцент, професор кафедри Н. В. Горло

12.06.2024