

**Теоретичне моделювання модальностей (не)довіри до медіа
в умовах війни**

О. Демків

Львівський національний університет імені Івана Франка

М. Львів, вул. Університетська 1, 79000,

E-mail: oleh.demkiv@lnu.edu.ua

ORCID: orcid.org/0000-0001-5233-0472

Стаття присвячена розробці теоретичної моделі, що пояснює вплив війни на модальності (не)довіри до медіа. В умовах сучасних збройних конфліктів інформаційний простір стає стратегічно важливим, перетворюючись на арену боротьби за вплив на суспільну свідомість. Війна в Україні актуалізує проблему довіри до медіа, вимагаючи комплексного аналізу факторів, що визначають сприйняття інформації в умовах війни. У статті розглянуто основні теоретичні підходи до вивчення довіри/недовіри до медіа, а саме: структурно-функціональний підхід, критичну теорію, теорію комунікативної дії, теорію фреймінгу, теорію порядку денного та нормативні теорії медіа. Проведено критичний аналіз кожного з цих підходів з метою виявлення їхніх сильних і слабких сторін у контексті дослідження впливу війни на медіа.

Розроблено концептуальну модель, що інтегрує ключові фактори війни (пропаганда, дезінформація, обмеження медіа) та модальностей (не)довіри до медіа (медіаідеалізм, медіаскептицизм, медіацинізм). Модель враховує роль посередницьких змінних, таких як медіаграмотність аудиторії, політичні переконання, соціальна ідентичність, рівень критичного мислення та рівень комунікативного капіталу.

На основі аналізу наукової літератури експліковано потенційний вплив воєнного стану на трансформацію модальностей (не)довіри до медіа, беручи до уваги можливі зміни у сприйнятті інформації, формуванні громадської думки та поведінці аудиторії. Стаття підкреслює, що в умовах війни важливо враховувати не лише дії держави, спрямовані на забезпечення інформаційної безпеки, а й підривні технології, які використовує ворог для дестабілізації суспільства.

Ключові слова: довіра до медіа, недовіра до медіа, війна, інформаційна війна, медіаграмотність, пропаганда, дезінформація, критичне мислення, соціологічні теорії медіа, медіаідеалізм, медіаскептицизм, медіацинізм, фреймінг, порядок денний, інформаційна безпека.

@ О. Демків

У контексті сучасних викликів та потрясінь інформаційний простір набуває стратегічного значення, трансформуючись в арену боротьби за вплив на суспільну свідомість. Війна в Україні актуалізує проблему довіри до медіа, вимагаючи комплексного аналізу факторів, що визначають сприйняття інформації в умовах війни. Проблема маніпулювання інформацією, характерна для гібридних війн, стає особливо гострою. Дезінформація, фейкові новини, викривлення фактів здатні дестабілізувати суспільство та підірвати довіру до державних інституцій (Рущенко, І. П. (2015) Недостатній рівень медіаграмотності робить суспільство вразливим до подібних маніпуляцій (Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Harcourt, Brace and Company).

Зі свого боку медіа не є нейтральними посередниками інформації (McLuhan, M. (2011). *Understanding media: The extensions of man*. Gingko Press.). Вони активно конструюють соціальну реальність. В умовах війни цей процес стає більш інтенсивним та контрольованим, що зумовлює необхідність критичного осмислення ролі медіа та їх впливу на суспільство. Дослідження впливу інформаційної війни на суспільну стабільність є важливим завданням соціології.

Отже, дослідження модальностей довіри та недовіри до медіа в умовах воєнного стану є актуальним та важливим для забезпечення інформаційної безпеки, підтримки суспільної стабільності та розвитку демократичних інститутів.

Метою статті є розробка теоретичної моделі, що експлікує вплив війни на модальності (не)довіри до медіа. Досягнення поставленої мети передбачає аналіз релевантних соціологічних теорій та концепцій.

Для досягнення зазначеної мети передбачається вирішення наступних завдань:

По-перше, провести критичний аналіз основних теоретичних підходів до вивчення довіри/недовіри до медіа. Аналіз охоплюватиме структурно-функціональний підхід, критичну теорію, теорію комунікативної дії, теорію фреймінгу, теорію порядку денного та нормативні теорії медіа. Ключовим аспектом цього аналізу є виявлення сильних і слабких сторін кожної теорії в контексті дослідження впливу війни на медіа.

По-друге, розробити концептуальну модель, що інтегрує ключові фактори стану війни (пропаганда, дезінформація, обмеження у діяльності медіа) та модальності (не)довіри до медіа (медіаідеалізм, медіаскептицизм, медіацинізм).

По-третє, експлікувати, на основі аналізу наукової літератури, потенційний вплив умов війни на трансформацію модальностей (не)довіри до медіа, беручи до уваги можливі зміни у сприйнятті інформації, формуванні громадської думки та поведінці аудиторії.

Довіра до медіа є складним та багатогранним соціальним явищем, яке привертає увагу дослідників, що працюють в рамках різних соціологічних парадигм. Кожен

з основних теоретичних підходів пропонує власну методологічну оптику та концептуальний інструментарій для аналізу цього феномену. Розглянемо основні теоретичні підходи, акцентуючи увагу на їхніх сильних та слабких сторонах у контексті дослідження впливу війни на медіа.

Структурно-функціональний підхід, що бере свій початок у працях Еміля Дюркгейма та Талкотта Парсонса, розглядає суспільство як складну систему взаємопов'язаних частин, кожна з яких виконує певну функцію для підтримки цілісності та стабільності системи (Parsons, T. (1951). *The social system*. Free Press.). З точки зору структурного функціоналізму, медіа виконують низку важливих функцій у суспільстві, зокрема: інформування громадян про події та процеси; формування громадської думки; соціалізація нових поколінь; забезпечення дискусійного майданчика для обговорення суспільно важливих питань; мобілізація суспільства навколо спільних цілей.

У контексті стану війни структурно-функціональний підхід дозволяє зрозуміти, як порушення у функціонуванні медіа (наприклад, внаслідок цензури, пропаганди або ворожих інформаційних диверсій) впливають на стабільність суспільства, соціальну інтеграцію та здатність держави ефективно реагувати на кризу. Цей підхід підкреслює важливість медіа для підтримки соціального порядку та мобілізації суспільства навколо спільних цілей. Він також дає змогу проаналізувати, як медіа сприяють формуванню колективної ідентичності та мотивуванню населення в умовах війни. Водночас, структурно-функціональний підхід має певні обмеження у окресленому контексті. Він не враховує конфліктний характер інформаційної війни, можливості маніпулювання інформацією.

Критична теорія, що бере свій початок у працях Франкфуртської школи (Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1947). *Dialectic of enlightenment*. Social Studies Association), розглядає медіа як інструмент панування, який використовується правлячими елітами для маніпулювання свідомістю мас та легітимації існуючого соціального порядку. З точки зору критичної теорії, медіа сприяють поширенню ідеології, яка приховує реальні відносини влади та експлуатації. У контексті вивчення умов війни критична теорія дозволяє виявити приховані механізми маніпулювання інформацією. Цей підхід показує, як медіа використовуються для пропаганди, дезінформації та розпалювання ненависті. Критична теорія підкреслює важливість критичного мислення для протидії маніпуляціям та розвінчування ідеологічних міфів.

Водночас, критична теорія може призвести до надмірного песимізму та зневіри у можливості об'єктивного висвітлення подій. Цей підхід не враховує потреби суспільства в єдності та мобілізації перед зовнішньою загрозою. Крім того, критична теорія ігнорує роль патріотичних медіа у мотивуванні населення і може призвести до звинувачень у пропаганді навіть тих медіа, які чесно виконують свою роботу в умовах війни.

Теорія комунікативної дії, розроблена Юргеном Габермасом (Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action*, Vol. 1: Reason and the rationalization of society. Beacon Press.), розглядає комунікацію як процес досягнення взаєморозуміння та згоди між людьми. З точки зору цієї теорії, ідеальна комунікація має бути вільною від маніпуляцій та примусу, а учасники комунікації мають прагнути до об'єктивності та раціональності.

Теорія комунікативної дії підкреслює важливість свободи слова, об'єктивності інформації та толерантності до різних точок зору для формування раціональної громадської думки та прийняття обґрунтованих рішень. Цей підхід акцентує увагу на необхідності діалогу між владою та суспільством, між різними групами населення. Водночас, теорія комунікативної дії ідеалізує публічну сферу та не враховує вплив пропаганди, дезінформації та цензури, які перешкоджають досягненню взаєморозуміння та згоди. Цей підхід може призвести до недооцінки загроз, пов'язаних з поширенням ворожої пропаганди та підливних наративів, які розколюють суспільство зсередини.

Теорія фреймінгу, що розвивається в рамках комунікативних досліджень, розглядає медіа як активних учасників формування соціальної реальності, які використовують певні «фрейми» для інтерпретації подій та явищ (Entman, R. M. (1993). *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.). Фрейми – це певні схеми інтерпретації, які допомагають людям зрозуміти світ та прийняти рішення.

Теорія фреймінгу дозволяє аналізувати, як медіа формують наше ставлення до війни, до ворога, до союзників. Цей підхід допомагає зрозуміти, як використовуються фрейми патріотизму, національної єдності, жертви, героїзму для мобілізації суспільства. Водночас, теорія фреймінгу не завжди враховує активну роль аудиторії у формуванні власної інтерпретації подій. Цей підхід може призвести до недооцінки впливу дезінформації та фейкових новин, які не вписуються у запропоновані медіа фрейми і активно просуваються ворогом.

Теорія порядку денного, розроблена Максом Маккомбзом та Дональдом Шоу (McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *The agenda-setting function of mass media*. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.), стверджує, що медіа не лише інформують нас про події, але й визначають, про що ми думаємо. Медіа встановлюють порядок денний, акцентуючи увагу на певних темах та ігноруючи інші. Теорія порядку денного дозволяє зрозуміти, як медіа визначають пріоритети суспільної уваги. Цей підхід допомагає аналізувати, які теми висвітлюються найбільш активно, а які замовчуються, і як це впливає на громадську думку та поведінку населення. Водночас, теорія порядку денного не завжди враховує активну роль аудиторії у формуванні власного порядку денного. Цей підхід може призвести до недооцінки

впливу соціальних мереж та інших нетрадиційних каналів комунікації, які пропонують альтернативні порядки денні.

Нормативні теорії медіа, такі як теорія соціальної відповідальності (Siebert, F. S., Peterson, T., & Schramm, W. (1956). *Four theories of the press*. University of Illinois Press.), визначають, як медіа повинні функціонувати в ідеальному суспільстві. Ці теорії підкреслюють важливість дотримання етичних норм, об'єктивності, відповідальності та служіння суспільним інтересам.

Нормативні теорії медіа дозволяють оцінювати діяльність медіа з точки зору ідеальних стандартів та визначати шляхи покращення їхньої роботи. Ці теорії підкреслюють важливість дотримання етичних норм, об'єктивності та відповідальності. Водночас, нормативні теорії медіа не завжди враховують реальні умови функціонування медіа в умовах війни, коли пріоритетом стає забезпечення національної безпеки. Ці теорії можуть призвести до нереалістичних очікувань щодо свободи слова та об'єктивності інформації.

У таблиці нижче підсумовано сильні та слабкі сторони кожного з розглянутих теоретичних підходів у контексті вивчення довіри/недовіри до медіа в умовах воєнного стану:

Таблиця 1. Порівняльний аналіз теоретичних підходів до вивчення довіри/недовіри до медіа в умовах воєнного стану

Теоретичний підхід	Сильні сторони	Слабкі сторони
Структурно-функціональний	Дозволяє зрозуміти, як порушення у функціонуванні медіа впливають на стабільність суспільства. Підкреслює важливість медіа для підтримки соціального порядку та мобілізації суспільства.	Не враховує конфліктний характер інформаційної війни та маніпулювання інформацією. Ігнорує роль неформальних каналів комунікації. Може призвести до виправдання обмежень свободи слова.
Критична теорія	Дозволяє виявити приховані механізми маніпулювання інформацією. Підкреслює важливість критичного мислення.	Може призвести до надмірного песимізму та зневіри. Не враховує потреби суспільства в єдності та мобілізації. Ігнорує роль патріотичних медіа.

Продовження на стор. 130

Таблиця 1. Порівняльний аналіз теоретичних підходів до вивчення довіри/недовіри до медіа в умовах воєнного стану (продовження)

Теоретичний підхід	Сильні сторони	Слабкі сторони
Теорія комуні-кативної дії	Підкреслює важливість свободи слова та об'єктивності інформації. Акцентує увагу на необхідності діалогу.	Ідеалізує публічну сферу та не враховує вплив пропаганди, дезінформації та цензури. Може призвести до недооцінки загроз, пов'язаних з поширенням ворожої пропаганди.
Теорія фреймінгу	Дозволяє аналізувати, як медіа формують наше ставлення до війни. Допомагає зрозуміти використання фреймів патріотизму, національної єдності тощо.	Не завжди враховує активну роль аудиторії у формуванні власної інтерпретації подій. Може призвести до недооцінки впливу дезінформації.
Теорія порядку денного	Дозволяє зрозуміти, як медіа визна-чають пріоритети суспільної уваги в умовах війни. Допомагає аналізувати, які теми висвітлюються найбільш активно, а які замовчуються.	Не завжди враховує активну роль аудиторії у формуванні власного порядку денного. Може призвести до недооцінки впливу нетрадиційних каналів комунікації.
Нормативні теорії медіа	Дозволяють оцінювати діяльність медіа з точки зору ідеальних стандартів, визначати шляхи покращення їхньої роботи. Підкреслюють важли-вість дотримання етичних норм та об'єктивності.	Не завжди враховують реальні умо-ви функціонування медіа в умовах війни. Можуть призвести до нереалістичних очікувань щодо свободи слова та об'єктивності інформації.

Джерело: авторська розробка

В умовах війни, коли інформаційний простір стає полем битви, особливої ваги набуває комплексний аналіз впливу різних факторів на довіру/недовіру до медіа. Важливо враховувати не лише дії держави, спрямовані на забезпечення інформаційної безпеки, а й підривні технології, які використовує ворог для дестабілізації суспільства, зокрема, активне використання соціальних мереж та новітніх маніпулятивних технологій для поширення дезінформації, підриву мобілізації, поширення паніки та деморалізації населення. Для цього необхідно інтегрувати різні теоретичні перспективи, враховувати як структурні фактори (роль медіа як соціального інституту, вплив держави та інших акторів), так і культурні фактори (фрейми, порядок денний, цінності аудиторії), а також активну роль аудиторії у формуванні власної інтерпретації подій. Особливу

увагу слід приділяти аналізу впливу соціальних мереж та інших нетрадиційних каналів комунікації, які можуть бути використані для поширення дезінформації та маніпулювання громадською думкою.

Концептуальна модель впливу війни на модальності (не)довіри до медіа. У відповідь на виклики воєнного стану, інформаційної війни та маніпулятивних технологій, пропонується концептуальна модель, що інтегрує ключові фактори, які впливають на модальності (не)довіри до медіа. Модель враховує складний взаємозв'язок між обмеженнями свободи слова, пропагандою, дезінформацією, медіаграмотністю аудиторії, політичними переконаннями, соціальною ідентичністю, рівнем критичного мислення та комунікативним капіталом.

Таблиця 2. Елементи теоретичної моделі модальностей довіри/недовіри до медіа

Тип змінної	Змінна	Визначення
Незалежна	Обмеження свободи слова	Контроль над інформацією.
	Пропаганда	Формування певного ставлення.
	Дезінформація	Навмисне поширення неправди.
	Ворожі інформаційні операції	Підриг єдності та стабільності.
Посередницька	Медіаграмотність	Здатність критично оцінювати.
	Політичні переконання	Погляди на владу та суспільство.
	Соціальна ідентичність	Відчуття приналежності до групи.
	Критичне мислення	Здатність аналізувати та оцінювати.
	Комунікативний капітал	Соціальні зв'язки та довіра.
Залежна	Медіаідеалізм	Беззастережна віра в медіа.
	Медіаскептицизм	Обґрунтований сумнів у медіа.
	Медіацинізм	Зневіра у правдивість медіа.

Джерело: авторська розробка

В умовах війни, коли медіапростір стає ареною жорсткої інформаційної боротьби, відзначається складна діалектика впливу різноманітних факторів на модальності довіри/недовіри до медіа. Обмеження свободи слова, з одного боку, викликають обґрунтоване зниження довіри до традиційних медіа, особливо в контексті їх сприйняття як інструменту державної пропаганди, а з іншого – провокують розвиток альтернативних інформаційних каналів, що нерідко стають вразливими до дезінформації та маніпуляцій, формуючи своєрідний «цифровий фронтір» з підвищеними ризиками спотворення реальності.

Пропаганда, як амбівалентний феномен, може посилювати медіаідеалізм на початкових етапах суспільної консолідації, проте з часом здатна трансформуватися у генератор медіацинізму, особливо коли суспільство зіштовхується з реаліями обману та маніпулювання. Цей процес є своєрідною суспільною «вакцинацією» проти наївного сприйняття інформації, однак, водночас, він може призвести до тотальної зневіри в будь-яке джерело інформації.

Дезінформація, з її різноманітними формами та проявами – від фейкових новин до дипфейків – суттєво посилює медіаскептицизм та медіацинізм, руйнуючи залишки довіри до будь-яких медіа. На цьому тлі ворожі інформаційні операції, націлені на розкол суспільства та дестабілізацію політичної ситуації, знаходять сприятливий ґрунт, підриваючи національну єдність та сприяючи розповсюдженню хаосу та невизначеності.

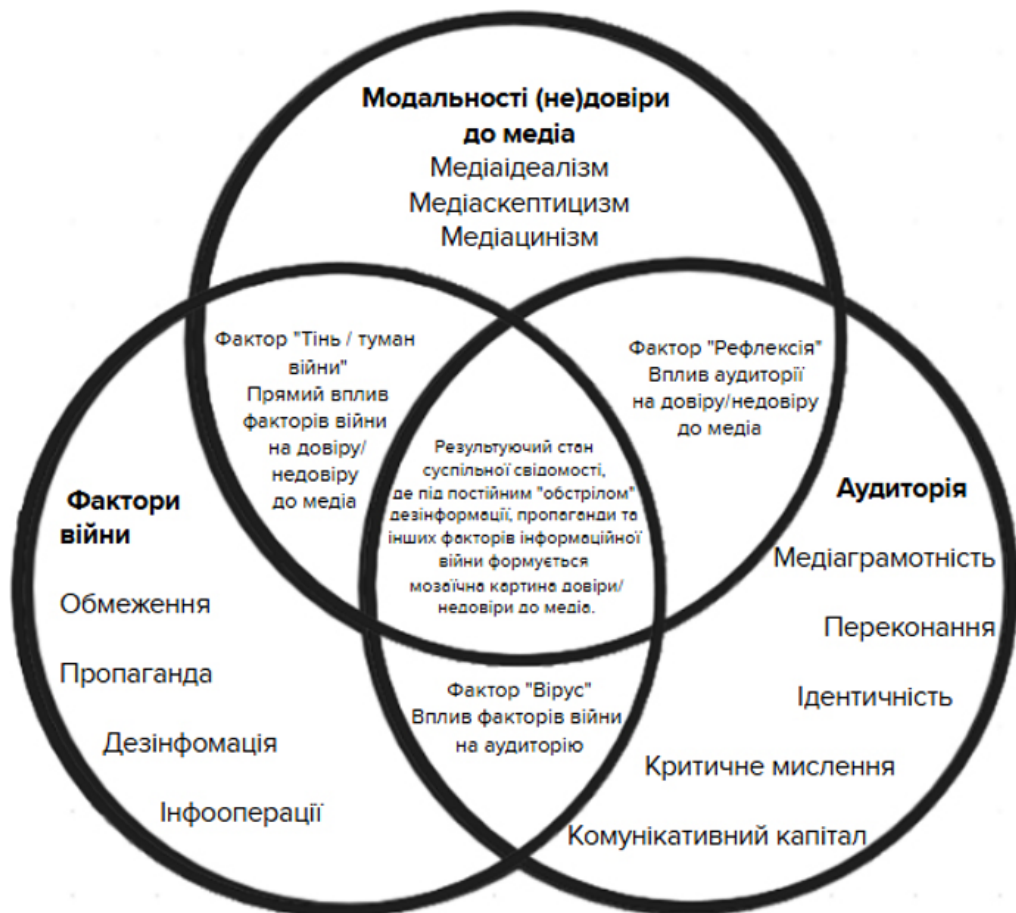
Протидіяти цим негативним тенденціям можливо шляхом розвитку медіаграмотності аудиторії, що діє як запобіжник проти маніпуляцій та дезінформації. Політичні переконання та соціальна ідентичність, як важливі фільтри сприйняття інформації, зумовлюють вибір певних джерел інформації та рівень довіри до них, формуючи сегментований медіаландшафт, де різні групи населення живуть у власних «інформаційних бульбашках». Критичне мислення дозволяє аудиторії більш ефективно відрізнити правдиву інформацію від неправдивої, а комунікативний капітал, що базується на довірі та соціальних зв'язках, впливає на вибір джерел інформації, виступаючи своєрідним «соціальним компасом» в інформаційному морі.

Запропонована концептуальна модель є спрощеним відображенням складної соціальної реальності. Модель не враховує всі можливі фактори, які можуть впливати на довіру до медіа в умовах війни. Крім того, модель не враховує динамічний характер суспільних процесів. Проте, навіть з урахуванням цих обмежень, запропонована модель може бути корисним інструментом для розуміння та аналізу впливу війни на довіру до медіа.

Виходячи з розробленої концептуальної моделі та спираючись на аналіз наукової літератури, можна експлікувати потенційний вплив війни на трансформацію

модальностей (не)довіри до медіа в українському суспільстві. Важливо зазначити, що ці трансформації відбуваються під впливом комплексу факторів, включаючи обмеження свободи слова, пропаганду, дезінформацію, а також індивідуальні характеристики аудиторії (медіаграмотність, політичні переконання, соціальну ідентичність, рівень критичного мислення та комунікативний капітал).

Рис. 1. Концептуальна модель впливу інформаційної війни на свідомість аудиторії



Джерело: авторська розробка

Запропонована концептуальна модель є спрощеним відображенням складної соціальної реальності. Модель не враховує всі можливі фактори, які можуть впливати на довіру до медіа в умовах війни. Крім того, модель не враховує динамічний характер суспільних процесів. Проте, навіть з урахуванням цих обмежень, запропонована модель може бути корисним інструментом для розуміння та аналізу впливу

війни на довіру до медіа.

Виходячи з розробленої концептуальної моделі та спираючись на аналіз наукової літератури, можна експлікувати потенційний вплив війни на трансформацію модальностей (не)довіри до медіа в українському суспільстві. Важливо зазначити, що ці трансформації відбуваються під впливом комплексу факторів, включаючи обмеження свободи слова, пропаганду, дезінформацію, а також індивідуальні характеристики аудиторії (медіаграмотність, політичні переконання, соціальну ідентичність, рівень критичного мислення та комунікативний капітал).

1. Зміни у сприйнятті інформації.

В умовах війни відбуваються значні зміни у тому, як люди сприймають інформацію. Ці зміни зумовлені підвищеним рівнем стресу, тривоги, невизначеності, а також активними інформаційними операціями, спрямованими на маніпулювання громадською думкою. Основні тенденції включають:

Фільтрація інформації (Selective Exposure): Аудиторія схильна більш ретельно фільтрувати інформацію, обираючи ті джерела, які підтверджують їхні переконання, відповідають потребам у безпеці та стабільності (Stroud, N. J. (2011). *Niche news: The politics of news choice*. Oxford University Press.). Це явище може призводити до посилення “інформаційних бульбашок” (information bubbles) та ускладнювати міжгруповий діалог, оскільки люди опиняються в ізольованих інформаційних середовищах, де домінують однотипні погляди.

Емоційне забарвлення (Emotional Framing): Інформація, пов’язана з війною, часто має сильне емоційне забарвлення (страх, гнів, смуток) (Brader, T. (2006). *Campaigning for hearts and minds: How emotional appeals in political ads work*. University of Chicago Press.). Це може впливати на сприйняття фактів, підсилювати стереотипи та упередження, ускладнювати критичний аналіз. Емоційні фрейми (emotional frames) використовуються для мобілізації підтримки, засудження ворога, викликання співчуття до жертв.

Спрощення (Cognitive Simplification): У стресових ситуаціях люди схильні спрощувати інформацію, шукаючи прості та зрозумілі пояснення складних явищ (Gigerenzer, G., & Gaissmaier, W. (2011). *Heuristic decision making*. *Annual Review of Psychology*, 62, 451-482.). Це може робити їх більш вразливими до пропаганди та дезінформації, оскільки спрощені наративи (simplified narratives) легше запам’ятовуються та поширюються.

Зміна пріоритетів (Agenda-Setting Effect): В умовах воєнного стану пріоритети у сприйнятті інформації змінюються (McCombs, M. (2018). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Polity Press.). Люди більше цікавляться новинами про бойові дії, гуманітарну ситуацію, допомогу постраждалим, і менше – питаннями економіки, політики, культури. Це явище може призводити до викривлення інформаційної

картини світу, коли певні теми затьмарюють інші.

Підвищена настороженість (Increased Vigilance): Підвищена загроза дезінформації робить аудиторію більш обережною та прискіпливою до джерел інформації (Lewandowsky, S., Ecker, U. K., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(3), 106-131.). Люди намагаються перевіряти факти, шукати підтвердження інформації в різних джерелах, звертають увагу на репутацію медіа.

2. Формування громадської думки:

Війна має значний вплив на формування громадської думки, змінюючи цінності, пріоритети, ставлення до влади та інших соціальних інститутів. Основні тенденції включають такі аспекти як:

Поляризація (Political Polarization): Воєнний стан може призводити до поляризації громадської думки, коли люди займають чіткі позиції «за» або «проти» певних дій, рішень, лідерів (Iyengar, S., & Westwood, S. J. (2015). How increasing polarization and inequality may affect public support for redistribution. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(22), 6731-6736.). Це може ускладнювати пошук компромісів та консенсусу, оскільки посилюються розбіжності між різними групами населення.

Підтримка влади (Rally-Around-the-Flag Effect): В умовах зовнішньої загрози зростає підтримка влади, особливо якщо вона демонструє рішучість та здатність захищати національні інтереси (Mueller, J. E. (1973). *War, presidents and public opinion*. Wiley.). Цей ефект, відомий як «згуртування навколо прапора» (rally-around-the-flag effect), може бути тимчасовим, і довіра до влади може швидко знижуватися, якщо вона не справляється з викликами війни.

Формування образу ворога (Enemy Image Construction): Пропаганда та дезінформація сприяють формуванню негативного образу ворога, який може бути спрощеним, стереотипним, демонізованим (Haug, K. (2011). Dehumanization and moral disengagement in armed conflict: A systematic review. *Aggression and Violent Behavior*, 16(4), 283-295.). Це може ускладнювати примирення та відновлення відносин після закінчення війни, оскільки ворожнеча та ненависть стають перешкодою для діалогу.

Зміна цінностей (Value Shift): Воєнний стан може призводити до зміни цінностей, коли пріоритетом стають безпека, виживання, національна єдність, і менше уваги приділяється індивідуальним свободам та правам (Inglehart, R. (1997). *Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 65 societies*. Yale University Press.). Цей зсув у цінностях може впливати на ставлення до свободи слова, приватності, толерантності до інших культур.

«Мовчазна більшість» (Spiral of Silence): Через страх бути засудженими, існує тенденція «мовчазної більшості» (spiral of silence), що утримується від висловлювання своїх поглядів, якщо вони відрізняються від домінуючих у суспільстві (Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence a theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51.). Це явище може призводити до спотворення громадської думки, коли домінують

лише певні погляди, а інші залишаються прихованими.

3. Зміни у поведінці аудиторії:

Війна впливає на моделі медіаспоживання, інформаційної активності та участі у громадському житті. Основні тенденції включають:

Вибір джерел інформації (Source Selection): Люди схильні обирати ті джерела інформації, які підтверджують їхні переконання, відповідають їхнім цінностям, викликають довіру (Hartmann, T., Wirth, W., Huber, B., & Kleinen von Königslöw, K. (2008). *Exploring audience selectivity in online communication environments: Motivations and selectivity patterns*. *Information Communication & Society*, 11(2), 167-186.). В умовах воєнного стану це може призводити до посилення «інформаційних бульбашок» та обмеження доступу до альтернативних точок зору.

Поширення інформації (Information Sharing): Люди більш активно поширюють інформацію, яка, на їхню думку, є важливою, корисною, або такою, що потребує негайної реакції (Berger, J. (2016). *Contagious: Why things catch on*. Simon & Schuster.). Це може сприяти швидкому поширенню як правдивої, так і неправдивої інформації, особливо в соціальних мережах, що вимагає підвищеної уваги до фактчекінгу та медіаграмотності.

Участь у громадських акціях (Civic Engagement): Воєнний стан може стимулювати людей до участі у різних громадських акціях (мітингах, протестах, волонтерській діяльності), щоб висловити свою підтримку, протест, або допомогти тим, хто цього потребує (Norris, P. (2011). *Democratic deficit: Critical citizens revisited*. Cambridge University Press.). Це може призводити до посилення соціальної солідарності та мобілізації громадянського суспільства, але також може ставати об'єктом маніпуляцій з боку різних політичних сил.

Зміна медіаспоживання (Media Consumption Habits): Люди можуть змінювати свої звички медіаспоживання, віддаючи перевагу швидким та оперативним джерелам інформації (соціальні мережі, телеграм-канали), а не більш глибоким та аналітичним (газети, журнали) (Prior, M. (2007). *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. Cambridge University Press.). Це може призводити до зниження якості інформації, отриманої аудиторією, та посилення впливу емоційних факторів на сприйняття новин.

Інформаційна гігієна (Information Hygiene): Зростає важливість інформаційної гігієни, тобто здатності критично оцінювати інформацію, розрізняти факти та думки, виявляти маніпуляції, захищати себе від інформаційного перевантаження (Howard, P. N. (2020). *Lie machines: How to save democracy from troll armies, propaganda, and social media bots*. Yale University Press.). Це вимагає активного розвитку медіаграмотності, фактчекінгу та інших інструментів протидії дезінформації.

Відповідно до опрацьованої концептуалізації є три вектори впливу війни на (не)довіру населення до медіа:

Посилання медіаідеалізму: В умовах війни медіаідеалізм може посилюватися на початковому етапі, коли суспільство потребує єдності та мобілізації. Однак,

якщо медіа виявляються нездатними об'єктивно висвітлювати події, поширюють пропаганду або дезінформацію, медіаідеалізм може швидко змінюватися на медіаскептицизм або медіацинізм.

Посилення медіаскептицизму: війна сприяє посиленню медіаскептицизму, оскільки люди стають більш обережними та прискіпливими до джерел інформації, намагаються перевіряти факти, шукають альтернативні точки зору. Це може бути позитивною тенденцією, якщо вона сприяє розвитку критичного мислення та відповідального медіаспоживання.

Посилення медіацинізму: Якщо люди відчують, що їх обманюють, маніпулюють, приховують важливу інформацію, медіаскептицизм може переростати у медіацинізм, тобто повну зневіру в медіа та відмову від споживання новин. Це є негативною тенденцією, оскільки може призводити до інформаційної апатії та вразливості до дезінформації.

Факторами, що впливають на послаблення чи посилення цих векторів у окремих сегментах аудиторії є:

Рівень медіаграмотності аудиторії: Чим вищий рівень медіаграмотності (Vraga, E. K., & Tully, M. (2021). Media literacy interventions and civic outcomes. *American Behavioral Scientist*, 65(9), 1195-1213.), тим більша ймовірність формування медіаскептицизму, і менша – медіаідеалізму та медіацинізму.

Ефективність державної інформаційної політики: Ефективна державна інформаційна політика, що базується на принципах прозорості, відкритості, об'єктивності (Bennett, W. L., & Pfetsch, B. (2018). *Routledge handbook of global communication and media*. Routledge.), сприяє підтримці довіри до медіа та запобігає поширенню дезінформації.

Діяльність громадянського суспільства: Активна діяльність організацій громадянського суспільства, спрямована на підвищення медіаграмотності, протидію дезінформації, підтримку незалежної журналістики (Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.), сприяє формуванню медіаскептицизму та запобігає поширенню медіацинізму.

Якість журналістики: Висока якість журналістики, що базується на принципах об'єктивності, достовірності, неупередженості (Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. Brookings Institution Press.), сприяє підтримці довіри до медіа та запобігає поширенню медіацинізму.

Висновки. Війна має значний вплив на трансформацію модальностей (не) довіри до медіа. Цей вплив залежить від багатьох факторів, включаючи обмеження свободи слова, пропаганду, дезінформацію, медіаграмотність аудиторії, політичні переконання, соціальну ідентичність, рівень критичного мислення та комунікативний капітал. Для підтримки довіри до медіа в умовах воєнного стану необхідно проводити ефективну державну інформаційну політику, підтримувати незалежну журналістику, підвищувати медіаграмотність населення та сприяти

розвитку громадянського суспільства. Ці заходи мають бути спрямовані на формування критичного мислення, відповідального медіаспоживання та здатності протистояти дезінформації. Лише таким чином можна забезпечити стабільність суспільства, підтримку національної єдності та ефективну протидію ворожим інформаційним операціям.

Використана література:

1. Рущенко, І. П. (2015). Гібридна війна як загроза національній безпеці України. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія: Державне управління, (1), 64-69.
2. Bennett, W. L., & Pfetsch, B. (2018). *Routledge handbook of global communication and media*. Routledge
3. Berger, J. (2016). *Contagious: Why things catch on*. Simon & Schuster
4. Brader, T. (2006). *Campaigning for hearts and minds: How emotional appeals in political ads work*. University of Chicago Press
5. Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press
6. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58
7. Gigerenzer, G., & Gaissmaier, W. (2011). Heuristic decision making. *Annual Review of Psychology*, 62, 451-482
8. Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action*, Vol. 1: Reason and the rationalization of society. Beacon Press
9. Hartmann, T., Wirth, W., Huber, B., & Kleinen von Königslöw, K. (2008). Exploring audience selectivity in online communication environments: Motivations and selectivity patterns. *Information Communication & Society*, 11(2), 167-186
10. Haug, K. (2011). Dehumanization and moral disengagement in armed conflict: A systematic review. *Aggression and Violent Behavior*, 16(4), 283-295
11. Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1947). *Dialectic of enlightenment*. Social Studies Association
12. Howard, P. N. (2020). *Lie machines: How to save democracy from troll armies, propaganda, and social media bots*. Yale University Press
13. Inglehart, R. (1997). *Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 65 societies*. Yale University Press
14. Iyengar, S., & Westwood, S. J. (2015). How increasing polarization and inequality may affect public support for redistribution. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(22), 6731-6736

15. Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. Brookings Institution Press
16. Lewandowsky, S., Ecker, U. K., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(3), 106-131
17. Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Harcourt, Brace and Company
18. McCombs, M. (2018). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Polity Press
19. McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187
20. McLuhan, M. (2011). *Understanding media: The extensions of man*. Gingko Press
21. Mueller, J. E. (1973). *War, presidents and public opinion*. Wiley
22. Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence a theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51
23. Norris, P. (2011). *Democratic deficit: Critical citizens revisited*. Cambridge University Press.
24. Parsons, T. (1951). *The social system*. Free Press.
25. Prior, M. (2007). *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. Cambridge University Press
26. Siebert, F. S., Peterson, T., & Schramm, W. (1956). *Four theories of the press*. University of Illinois Press.
27. Stroud, N. J. (2011). *Niche news: The politics of news choice*. Oxford University Press
28. Vraga, E. K., & Tully, M. (2021). Media literacy interventions and civic outcomes. *American Behavioral Scientist*, 65(9), 1195-1213

References:

1. Ruschenko, I. P. (2015). Hybrid war as a threat to the national security of Ukraine. *Bulletin of the National Academy for Public Administration under the President of Ukraine. Series: Public Administration*, (1), 64-69.
2. Bennett, W. L., & Pfetsch, B. (2018). *Routledge handbook of global communication and media*. Routledge
3. Berger, J. (2016). *Contagious: Why things catch on*. Simon & Schuster
4. Brader, T. (2006). *Campaigning for hearts and minds: How emotional appeals in political ads work*. University of Chicago Press
5. Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press

6. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58
7. Gigerenzer, G., & Gaissmaier, W. (2011). Heuristic decision making. *Annual Review of Psychology*, 62, 451-482
8. Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action*, Vol. 1: Reason and the rationalization of society. Beacon Press
9. Hartmann, T., Wirth, W., Huber, B., & Kleinen von Königslöw, K. (2008). Exploring audience selectivity in online communication environments: Motivations and selectivity patterns. *Information Communication & Society*, 11(2), 167-186
10. Haug, K. (2011). Dehumanization and moral disengagement in armed conflict: A systematic review. *Aggression and Violent Behavior*, 16(4), 283-295
11. Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1947). *Dialectic of enlightenment*. Social Studies Association
12. Howard, P. N. (2020). *Lie machines: How to save democracy from troll armies, propaganda, and social media bots*. Yale University Press
13. Inglehart, R. (1997). *Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 65 societies*. Yale University Press
14. Iyengar, S., & Westwood, S. J. (2015). How increasing polarization and inequality may affect public support for redistribution. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(22), 6731-6736
15. Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. Brookings Institution Press
16. Lewandowsky, S., Ecker, U. K., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(3), 106-131
17. Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Harcourt, Brace and Company
18. McCombs, M. (2018). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Polity Press
19. McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187
20. McLuhan, M. (2011). *Understanding media: The extensions of man*. Gingko Press
21. Mueller, J. E. (1973). *War, presidents and public opinion*. Wiley
22. Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence a theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51
23. Norris, P. (2011). *Democratic deficit: Critical citizens revisited*. Cambridge University Press.
24. Parsons, T. (1951). *The social system*. Free Press.
25. Prior, M. (2007). *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. Cambridge University Press
26. Siebert, F. S., Peterson, T., & Schramm, W. (1956). *Four theories of the press*.

27. Stroud, N. J. (2011). *Niche news: The politics of news choice*. Oxford University Press

28. Vraga, E. K., & Tully, M. (2021). Media literacy interventions and civic outcomes. *American Behavioral Scientist*, 65(9), 1195-1213

Theoretical Modeling of Modalities of (Dis)Trust in Media in the Context of War

O. Demkiv

Ivan Franko National University of Lviv

1 Universytetska Str., Lviv, 79000,

E-mail: oleh.demkiv@lnu.edu.ua

ORCID: orcid.org/0000-0001-5233-0472

The article is devoted to the development of a theoretical model that explains the impact of war on the modalities of (distrust) in the media. In the context of modern armed conflicts, the information space is becoming strategically important, turning into an arena for the struggle for influence on public consciousness. The war in Ukraine is actualizing the problem of trust in the media, requiring a comprehensive analysis of the factors that determine the perception of information in wartime. The article discusses the main theoretical approaches to the study of trust/mistrust in the media, namely: structural-functional approach, critical theory, theory of communicative action, framing theory, agenda theory and normative media theories. A critical analysis of each of these approaches is carried out in order to identify their strengths and weaknesses in the context of studying the impact of war on the media.

A conceptual model is developed that integrates the key factors of war (propaganda, disinformation, media restrictions) and modes of (distrust) in the media (media idealism, media skepticism, media cynicism). The model takes into account the role of mediating variables such as audience media literacy, political beliefs, social identity, critical thinking, and communication capital.

Based on the analysis of the scientific literature, the potential impact of martial law on the transformation of modalities of (dis)trust in the media is explicated, taking into account possible changes in the perception of information, the formation of public opinion and audience behavior. The article emphasizes that in times of war, it is important to take into account not only the actions of the state aimed at ensuring information security, but also the subversive technologies used by the enemy to destabilize society.

Keywords: trust in the media, distrust in the media, war, information warfare, media literacy, propaganda, disinformation, critical thinking, sociological theories of media, media idealism, media skepticism, media cynicism, framing, agenda, information security.

Стаття надійшла до редколегії 18.10.2024

Стаття прийнята до друку 15.11.2024