

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА
СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи

на тему

**«ВПЛИВ ДЕРЖАВНИХ МЕДІАКОМУНІКАЦІЙ НА
КОНСТРУЮВАННЯ УЯВЛЕНЬ СТУДЕНТІВ ПРО
ПОВНОМАСШТАБНЕ ВТОРГНЕННЯ В УКРАЇНУ»**

Виконала: студентка 4 курсу групи ССК-42
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 054 Соціологія
Кобернік Є. О.

Керівник: доктор філософії з політології,
старший викладач закладу вищої освіти
кафедри політичної соціології
Запорожченко Р. О.

Харків — 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В. Н. КАРАЗІНА

Соціологічний факультет
Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) бакалавр
Спеціальність 054 Соціологія

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри

_____ /Ірина СОЛДАТЕНКО

підпис ім'я та прізвище

“ ____ ” _____ 2025 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ (ПРОЄКТ)

Кобернік Єлизавети Олександрівни

1. Тема роботи: «Вплив державних медіакомунікацій на конструювання уявлень студентів про повномасштабне вторгнення в Україну»

керівник роботи доктор філософії з політології, старший викладач закладу вищої освіти кафедри політичної соціології Запорожченко Руслан Олександрович

затверджені наказом по університету від «05» квітня 2025 року №1006-5/897

2. Строк подання студентом роботи «25» травня 2025 року

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

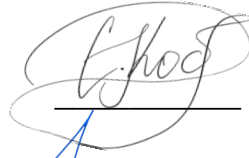
1. Теоретичні підходи до розуміння державних медіакомунікацій у воєнний період.
2. Аналітична рамка дослідження, сформована на основі концепцій символічної влади, медіафреймів і наративів, а також логіки державного порядку денного.
3. Репрезентація повномасштабного вторгнення росії в Україну в державних медіакомунікаціях через офіційні звернення.
4. Дизайн пілотажного дослідження: створення гайду для напівструктурованих інтерв'ю, визначення вибірки студентської молоді та підготовка інструментарію.
5. Інтерпретація отриманих емпіричних даних: співставлення студентських інтерпретацій з державними фреймами, визначення механізмів інтеріоризації або опору.
6. Ключові гіпотези для подальших кількісних досліджень та узагальнені висновки дослідження.

4. План роботи

з/п	Назви етапів роботи
1	Систематизувати теоретичні підходи до вивчення державних медіакомунікацій
2	Сформулювати теоретичну рамку дослідження символічної влади і держави в медіасистемі
3	Проаналізувати особливості державного дискурсу в медіа на предмет повномасштабного вторгнення
4	Розробити програму пілотажного якісного дослідження
5	Провести глибинні інтерв'ю зі студентами Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна

6	Інтерпретація емпіричних даних та порівняння з офіційним державним наративом
7	Формулювання гіпотез для подальших досліджень та висновків роботи

Студентка



Єлизавета КОБЕРНІК

Керівник роботи



Руслан ЗАПОРОЖЧЕНКО

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕРЖАВНИХ МЕДІАКОМУНІКАЦІЙ.....	9
1.1 Державні медіакомунікації: концептуалізація поняття.....	9
1.2 Символічна влада держави у конструюванні суспільної думки	15
Висновки до розділу 1	21
2 ДЕРЖАВА В МЕДІАПРОСТОРІ ВІЙНИ: СМИСЛОВЕ КОНСТРУЮВАННЯ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ	23
2.1 Держава у медіасистемі: соціологічна інтерпретація	23
2.2 Репрезентація повномасштабного вторгнення в українських державних медіа	29
Висновки до розділу 2.....	37
3 ВПЛИВ ДЕРЖАВИ НА КОНСТРУЮВАННЯ УЯВЛЕНЬ ПРО ПОВНОМАСШТАБНЕ ВТОРГНЕННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ	39
3.1 Передумови та методологія дослідження соціальної групи студентів	39
3.2 Результати дослідження: інтерпретація та подальше використання даних	43
Висновки до розділу 3.....	53
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58
ДОДАТКИ	64
Додаток А	64
Додаток Б	66

ВСТУП

У сучасних умовах повномасштабного вторгнення росії в Україну, державні медіакомунікації є не просто передачею офіційної інформації, а цілісною системою стратегічного управління смислами, що функціонує через інфраструктуру цифрових платформ, алгоритмічні логіки поширення контенту та моделі наративної культиваци. У цьому контексті студентська молодь постає не лише як споживач інформації, але й як активний агент інтеріоризації або опору домінантним смисловим схемам.

Актуальність дослідження обумовлена низкою взаємопов'язаних чинників. Перш за все, в умовах гібридної війни медіапростір стає полем стратегічної боротьби за домінування смислів. Держава через свої медіакомунікації прагне не лише консолідувати суспільство, а й легітимізувати свою версію подій, маргіналізуючи альтернативні інтерпретації. Студентська молодь, як соціальна група з високим рівнем цифрової залученості, стає не лише реципієнтом, а й активним учасником медіапроцесів, що робить її вразливою до маніпулятивних стратегій державної комунікації. Водночас, саме молодіжна аудиторія є найкращим індикатором того, наскільки ефективно державні медіа формують когнітивні й емоційні настанови суспільства в умовах війни.

Ступінь наукового дослідження теми. Проблематика державних медіакомунікацій та їх впливу на суспільну свідомість розробляється у працях зарубіжних авторів — від класиків комунікаційних студій Г. Лассуелл, П. Лазарсфельд, Д. Мак-Комбс, Д. Шоу, Г. Гербнер, Е. Гофман, до сучасних дослідників медіатизації та цифрової політики Н. Луман, М. Кастельс, Н. Кулдрі, А. Гепп, Е. Чедвік та ін. Серед українських дослідників вирізняються напрацювання Г. Почепцова, Г. Яворської, О. Цимбаленка, Д. Дубова та низка предметних досліджень медіавійни 2022–2025 рр. Попри інтенсивний розвиток тематики, у науковому полі бракує робіт, що комбінують

макрорівневий аналіз державної символічної влади з мікрорівневим вивченням молодіжної рецепції; отже, студентська аудиторія залишається недостатньо вивченою цільовою групою.

Мета роботи — виявити особливості впливу державних медіакомунікацій на конструювання уявлень студентів про повномасштабне вторгнення росії в Україну.

Для досягнення поставленої мети окреслено наступні задачі:

- а) проаналізувати концептуальні підходи до розуміння ролі державних медіакомунікацій у сучасному інформаційному просторі;
- б) дослідити ключові наративи та фрейми, що репрезентують повномасштабне вторгнення в українських державних медіа;
- в) провести пілотажне якісне дослідження особливостей сприйняття та інтеріоризації студентами державних комунікацій в медіапросторі;
- г) виявити ключові наративні конструкції, що впливають на формування уявлень студентської молоді щодо повномасштабного вторгнення під впливом державної комунікації.

Об'єктом дослідження є державні медіакомунікації України в період повномасштабного вторгнення росії (2022–2025 рр.)

Предметом є процес конструювання уявлень про повномасштабне вторгнення крізь державні медіакомунікації на прикладі студентів.

Методологічна база дослідження включає загальнонаукові підходи, метод напівструктурованих глибинних інтерв'ю та інтерпретативного аналізу даних.

Публікації. Теоретичну основу кваліфікаційної роботи апробовано на науковій конференції «Соціологія у (пост)сучасності» 14 березня 2025 року у форматі тез на тему «Роль державних онлайн-комунікацій у конструюванні суспільної думки студентів: теоретичний аспект».

Структура кваліфікаційної роботи складається зі вступу, трьох розділів, 6 підрозділів, висновків, списку використаних джерел з 50 найменувань і двох додатків. Загальний обсяг роботи — 68 сторінок. З них 52 — основний текст.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕРЖАВНИХ МЕДІАКОМУНІКАЦІЙ

1.1 Державні медіакомунікації: концептуалізація поняття

Повномасштабне вторгнення російської федерації в Україну зумовило критичну напругу в зоні перетину інформаційного простору та політичної дійсності. Російська агресія спричинила не лише збройний конфлікт, а медіавійну — інформаційну кампанію, що реалізується через інституційні канали, цифрові платформи, соціальні мережі, інформаційні атаки та когнітивні інтервенції. Умови інформаційної невизначеності та гібридної агресії висунули на передній план потребу в системній, координованій, інституціоналізованій комунікації з боку держави задля забезпечення інформаційної стійкості, формування стратегічного порядку денного і мобілізації солідарності [1; 2].

Феномен медіавійни у контексті російського повномасштабного вторгнення в Україну набув концептуального оформлення як інтегрована боротьба за контроль над смислами, емоціями та когнітивними картами дійсності [3]. Йдеться не лише про інформаційне змагання, а про інформаційну інженерію реальності. У таких умовах інформація перетворюється на стратегічну зброю, здатну деморалізувати супротивника, дестабілізувати громадськість і впливати на суб'єктність держави у глобальному полі. Це не лише війна за територію чи ресурси — це боротьба за право називати, інтерпретувати і нормалізувати.

У дискурсивному модусі воюють не армії, а наративи: вербально-семіотичні конструкції стають головним інструментом впливу на ідентифікацію сторін, легітимацію політики, артикуляцію цінностей та навіть визначення концепту перемоги [4]. Медіавійна постає як стратегічна форма

гібридного протистояння, в межах якої стираються межі між символічним і матеріальним, інформаційним і військовим, централізованим і децентралізованим [3]. Її результати вимірюються не лише контролем території, а насамперед ефективністю формувати реальності, здатністю нав'язати нормативну очевидність, у якій альтернативні трактування виглядають девіантними або абсурдними.

У цьому контексті державні комунікації слід розуміти як інституційно структурований, стратегічно спрямований процес комунікації, що охоплює створення, трансляцію та контроль інформаційних повідомлень, зорієнтованих на взаємодію з масовою аудиторією — як внутрішньою, так і зовнішньою. У кризових умовах, зокрема війни, така комунікація централізується навколо координаційних осередків, де єдиний комунікаційний центр стає гарантом когнітивної узгодженості й інформаційної безпеки суспільства [1; 3].

Класична наука про комунікацію заклала фундамент розуміння державних комунікацій як структурованого процесу взаємодії влади з масовою аудиторією через медіа. Однією з базових моделей стала лінійна схема Г. Лассуелла, у межах якої комунікаційний акт описується через п'ять ключових запитань: хто повідомляє що, через який канал, кому і з яким ефектом [5, с. 38]. У рамках нашого фокусу ця модель інтерпретується наступним чином: джерелом є інституції влади, повідомленням — нормативно сконструйований наратив, каналами — традиційні ЗМІ чи цифрові платформи, аудиторією — громадськість або зовнішні суб'єкти, а ефектом — очікувана зміна когнітивних схем, емоційного ставлення або поведінкових патернів.

Крім цього, Г. Лассуелл виділив три системні функції масової комунікації: (1) спостереження за навколишнім середовищем, (2) кореляція елементів суспільства у відповідь на зміни та (3) трансляція культурної спадщини як основа соціалізації [5]. Відповідно, державна комунікація виконує аналогічні функції: інформує про загрози та політичні рішення,

координує соціальні реакції шляхом уніфікації смислів, а також транслює нормативні й символічні коди, що підтримують національну ідентичність. Особливої ваги набуває четверта — латентна — функція: легітимація влади через нормалізацію її меседжів, яка в умовах війни виконується за рахунок централізованого формування смислового порядку денного.

Разом із тим, лінійна модель комунікації, як і монологічна логіка, яка їй притаманна, значною мірою суперечить демократичному ідеалу відкритої публічної сфери. Альтернативний підхід запропонував Ю. Габермас, який наголошував, що легітимність політичної влади повинна бути результатом не стратегічної маніпуляції, а інституціоналізованої публічної дискусії — процесу раціональної комунікації, що формує колективну волю [6, с. 27–36]. У цьому розумінні публічна сфера — це простір, де громадяни не лише споживають інформацію, а й беруть участь у її осмисленні, а держава має функціонувати як відповідальний співрозмовник, а не режисер єдиного меседжу.

Незважаючи на нормативний ідеал публічної сфери як простору відкритої раціональної дискусії, реальна конфігурація державних комунікацій дедалі частіше демонструє відступ від демократичних стандартів деліберації. Поняття стратегічної комунікації, попри риторику прозорості та партнерства, фактично структурується навколо інституціоналізованого управління смислами, спрямованого на досягнення політичних, безпекових і дипломатичних цілей держави, що передбачає асиметрію комунікативного процесу між державою та громадянським суспільством [2].

Стратегічні комунікації охоплюють не лише планування та трансляцію меседжів, а й моніторинг ефективності впливу, поведінкові вимірювання аудиторії, фокус на когнітивному управлінні, що по суті ставить під сумнів горизонтальність діалогу між державою та громадськістю [3]. У такій структурі публічна сфера трансформується з арени спільного осмислення у сцену програмованого споживання, де аудиторія не стільки бере участь,

скільки «переконується» в необхідності дотримуватися визначених рамок мислення. Наприклад, після терактів 11 вересня 2001 р. американські медіа були інструменталізовані для спектакулярної легітимації посилення державного контролю, цензури та примусу під егідою безпеки [7].

Асиметрія інформаційного середовища, поява нових алгоритмічних модераторів, децентралізовані канали комунікації та міжплатформні інформаційні потоки формують нову парадигму гібридних комунікацій, яка не може бути повноцінно інтерпретована в рамках класичних теоретичних доктрин [8, с. 22–25]. У цій парадигмі комунікація розгортається як динамічна мережа: виробництво, фільтрація й споживання контенту стають багаторівневими, а межа між «продуцентом» і «аудиторією» повністю розмивається. Розуміння медіакомунікації як міждисциплінарного феномена, котрий поєднує інституційну централізацію з горизонтальною інтерактивністю, вимагає оновлення термінології та методології, здатних відобразити розпорошеність інформаційних акторів і нелінійність їхніх взаємодій.

У межах критичної соціальної теорії Дж. Б. Томпсон розглядає медіакомунікації як ключовий механізм медіатизації сучасної культури, що не лише виступає медіатором донесення інформації, а трансформує структуру соціальної взаємодії, що ґрунтується на нових моделях просторово-часового розриву між комунікатором і аудиторією [9, с. 11–13].

Цей процес створює нову форму соціального зв'язку — квазівзаємодією — асиметричний акт, який одночасно дистанціює комунікаторів і стимулює ефекти впізнавання та включення, але водночас консолідує символічну владу тих, хто контролює технологічну інфраструктуру [9, с. 317–328]. Таким чином, медіакомунікації — це не просто технологічно опосередкована комунікація, а ключова складова сучасного владного простору, що формує колективне уявлення про реальність, а в умовах війни — і про саму природу конфлікту.

В інформаційному суспільстві держава змушена функціонувати як один із багатьох мережових акторів, адаптуючись до екосистеми, де влада зазнає впливу алгоритмів, неформальних лідерів думок і платформених норм [10]. Успішність будь-якого повідомлення залежить від поєднання форми, стилю та символіки, які аудиторія реміксує й ресемантизує, перетворюючи кожен текст чи відео на поле для колективного творення смислів.

У контексті медіавійни ці теоретичні зрушення набувають екзистенційного значення: медіакommunікації стають основним механізмом соціального структурування, через який державний наратив культивується, або прагне культивуватись як «єдина правда», а будь-який дисонанс маргіналізується як девіація. Відповідно до теорії культивування, за якою мас-медіа функціонують як централізована система наративної соціалізації, повторювані, емоційно насичені державні повідомлення формують когнітивну матрицю, в межах якої альтернативні інтерпретації сприймаються як нелегітимні [11].

У воєнний час державні комунікації посилюють цю системну функцію: контрольовані або афілійовані платформи стають полярами символічного впливу, де наративи війни конструюють морально-героїчне або сакральне бачення конфлікту. Повторювані, емоційно насичені та візуально стандартизовані повідомлення виконують роль «медійного ритуалу», який забезпечує когнітивне закріплення державної версії подій. Відмова від усталених смислів кваліфікується як неблагонадійність, а конформність — як ознака патріотизму та лояльності, що остаточно змиває межу між інформуванням і символічним примусом.

Разом із розширенням комунікативних можливостей цифрової доби виникають і принципові виклики. Інформаційний хаос, надлишок контенту, дезінформаційні каскади та алгоритмічна вразливість перетворюють державну комунікацію на гібридне поле, де влада більше не є монопольним продуцентом

істини — вона змушена конкурувати з мережевими суб'єктами, ботофермами, інфлюенсерами й алгоритмічними рекомендаціями [12].

Глибинна суть цих викликів полягає у багаторівневій фрагментації та реверберації смислів. Інформаційне перенасичення призводить до зниження когнітивної здатності аудиторії до критичної верифікації: у «вакуумі уваги» саме емоційно насичені меми та шоківі повідомлення здобувають пріоритет. До того ж, алгоритмічне таргетування породжує численні «ехо-камери», в яких мікроспільноти бачать узгоджені, але різні версії подій, що руйнує єдиний публічний простір, а поява синтетичних медіа та діпфейків руйнує саму концепцію медіатизованої реальності, коли будь-яка інформація може бути оскаржена як фальшива [13].

Тому соціальні медіа радикально змінюють епістемологічні режими довіри: легітимність повідомлення визначається не стільки статусом джерела, скільки його інтенсивністю циркуляції — швидкістю поширення, візуальною привабливістю та реакціями користувачів [8; 12]. Таким чином, вертикальна модель «зверху-вниз» втрачає ефективність — державі доводиться конкурувати за масову увагу.

З огляду на викладені стратегічні та технологічні виклики, а також потребу поєднати централізацію смислового виробництва з гнучкою цифровою присутністю, доцільно сформулювати комплексне поняття, яке об'єднує всі розглянуті функції та процеси.

Державні медіакомунікації — це інституційно організований, нормативно регульований і технологічно опосередкований процес взаємодії публічної влади із суспільством через міжплатформні медіа-канали, спрямований на інформування, легітимацію, конструювання колективних уявлень, регуляцію порядку денного та мобілізацію соціальних дій в умовах гібридного, поліцентричного й алгоритмічно керованого комунікативного середовища.

Операціоналізація поняття включає чотири взаємопов'язані виміри:

- а) інституційність і нормативність — наявність формальних органів, чітких процедур координації й нормативних актів, що регламентують державний порядок денний;
- б) технологічне опосередкування — використання цифрових платформ, алгоритмів рекомендацій, ботнетів і автоматизованих систем для таргетування, вимірювання реакцій та адаптації меседжів;
- в) смислове структурування — встановлення рамок інтерпретації реальності через мейнстримні наративи, фрейми та моделі культивування, що формують когнітивну матрицю сприйняття;
- г) медіавійна та гібридність — поєднання інформаційного протистояння з кіберопераціями, психологічними акціями й емоційною мобілізацією, де держава є одним із ключових, але не монопольних гравців у полі комунікативного домінування;

Таке визначення створює концептуальні та емпіричні підстави для аналізу символічної влади держави як здатності формувати легітимні смисли у масовій свідомості; ролі держави в медіасистемі через моделі взаємодії з іншими акторами; репрезентації війни та кризових ситуацій у межах державних комунікацій; а також процесів сприйняття державного порядку денного на мікрорівні взаємодії аудиторії з державними медіанаративами.

1.2 Символічна влада держави у конструюванні суспільної думки

У медіатизованому суспільстві, де інформаційний простір постає як автономне соціальне поле із власною структурою владних відносин, функція держави дедалі менш спирається на інструменти прямого примусу, натомість реалізується через механізми символічного домінування. Центальною у

цьому контексті постає символічна влада — здатність впливати на структури сприйняття та інтерпретації дійсності, визначаючи рамки можливих категорій, в яких осмислюється соціальний світ [14; 15].

Реальність не задається об'єктивно, а формується в результаті інтерсуб'єктивної взаємодії — передусім через мову, інтерпретації, наративи і символічні системи, на що також вказують представники феноменологічної соціології знання П. Бергер і Т. Лукман [16, с. 13–18]. Однією з ключових процедур цього процесу є інституціоналізація — механізм, за допомогою якого тимчасові уявлення про світ закріплюються як стабільні, нормативно санкціоновані структури, що передаються наступним поколінням через соціалізацію [16, с. 72–79].

Символічна влада є не лише мистецтвом переконання або інституційного впливу, а фундаментальною спроможністю установлювати те, що визнається легітимним знанням, нормою чи правомірною позицією [15, с. 65–66]. Її центральним аспектом є структурна непомітність: вона не потребує безпосереднього примусу, оскільки функціонує через вбудованість у когнітивні схеми, у так звану граматику соціального досвіду, яка формує умови можливості інтерпретації реальності. Символічна ефективність державної комунікації ґрунтується не лише на її змісті, а й на здатності створювати когерентні пояснювальні системи — ідеологічні, моральні або національно-культурні — що здатні закріпити статус єдиноможливої версії реальності [16].

У розумінні П. Бурдьє, держава — не просто інституційний апарат, а соціальний агент, який акумулює символічний метакapітал — специфічну форму ресурсу, що дозволяє легітимувати розподіл усіх інших форм капіталу: економічного, соціального, культурного [15, с. 220]. Саме він забезпечує державі унікальну позицію фреймера публічної реальності — такого, що встановлює аксіоматику мислимого та структурує соціальні очікування.

Отже, символічна влада реалізується через інституційні апарати — освіту, правові регламенти, адміністративний дискурс і передусім мас-медіа — як механізми репродукції тобто панівного порядку смислів. У певний момент повторювана інтерпретація подій набуває статусу докси — тобто соціального знання, що більше не ставиться під сумнів, а сприймається як природна константа буття [14, с. 127–129].

Такий концепт «громадянської релігії», який Бурдьє розглядає у зв'язку з механізмами формування колективної ідентичності, втілюється через семіотичні інструменти, якими є наративи або імперативи як форми когерентного упорядкування досвіду, що трансформують фрагментовані події у смислово зв'язну структуру, вписану в ціннісно-нормативну систему, яку продукує і підтримує держава [15, с. 176–178].

Через універсалізацію певних смислів — таких як національна історія, державна мова, героїзовані постаті та ритуали — держава впроваджує морально-політичну легітимність не лише через раціональні переконання, а через афективні механізми впізнавання, приналежності та символічного консенсусу. Саме офіційні медіа та система освіти виступають агентами такої універсалізації, вписуючи символічні коди в повсякденний досвід громадян.

Проте інтерпретація інформації не є односпрямованим процесом. Це можливо лише за умови відповідності цих повідомлень ментальним матрицям аудиторії. Аудиторія — не пасивний об'єкт державного впливу, а співучасник у процесі легітимації: вона або підкріплює офіційний дискурс, або делегітимізує його у разі семантичного розриву між державним меседжем та власними уявленнями.

Повідомлення держави сприймаються крізь призму габітусу — інкорпорованого соціального досвіду, набору диспозицій, що визначає схильність індивіда до певного сприйняття, мислення і дії [15]. У контексті державних комунікацій ефективність символічної влади прямо залежить від

здатності меседжів резонувати з габітусом цільових груп. Переймаючи знання, у аудиторії формується мовчазна згода — не декларативне, а практично закріплене визнання. У такий спосіб символічна влада переходить у фазу гегемонії — вона більше не потребує легітимації, оскільки вбудована в повсякденну мову, поведінку й мислення. Повідомлення функціонує як аксіома, яку не потрібно доводити — її істинність апіорно задана структурою самого дискурсу.

Домінантні наративи не витісняють альтернативні жорстко, а радше виключають їх із горизонту видимого — не дозволяють їм набути статусу того, що може бути озвучене, підтримане, передане далі. У цьому сенсі держава функціонує як погляд на погляди, тобто встановлює систему координат, у межах якої визначається допустимість інших поглядів. Однак наслідки процесу витіснення альтернативних поглядів демонструє теорія «спіралі мовчання» Е. Ноелле-Нойманн, у якій «спіраль мовчання» визначається як ефект автокоригуючої поведінки індивідів, які уникають висловлювання позицій, що суперечать домінантному наративу через страх стати об'єктом санкцій чи морального засудження [17, с. 6–8].

У такій ситуації публічне мовчання перестає бути актом нейтральності: воно стає способом символічного підтвердження панівної рамки. Влада не забороняє прямо — вона формує режим істини, у якому лише певні позиції можуть бути озвучені, почуті й визнані як розумні, відповідальні або патріотичні [18]. У структурі державної комунікації це проявляється як редукція смислового поля: ті наративи, що не узгоджуються з домінантною рамкою, або маркуються як девіантні, або витісняються в приватні зони комунікації, де вони втрачають суспільну ефективність.

Однак конструювання реальності не зводиться до вертикальної ієрархії символічних капіталів, а включає також мікросоціальні механізми фреймування. Якщо теорії П. Бурдьє та П. Бергера з Т. Лукманом акцентують на макросоціальних механізмах легітимації смислів, то мікросоціальна

перспектива, представлена Е. Гофманом, дозволяє побачити, як ці смисли закріплюються в повсякденній взаємодії. Його концепція фрейму — це не лише когнітивна схема, а й структура ситуаційної обробки досвіду, яка задає контекст для розпізнавання соціальних подій як значущих [19].

Фреймування, у цьому розумінні, — це процес ситуативного кодування, в межах якого індивіди організовують інформацію відповідно до вже наявних культурних шаблонів. Відповідно, влада держави виявляється не лише в трансляції смислів, а в здатності задати інтерпретаційний контекст, у якому ці смисли вважаються релевантними. Як зазначає Е. Гофман, контроль над визначенням ситуації є ключовим ресурсом символічної влади, адже саме той, хто встановлює «що відбувається», контролює і логіку реагування [19, с. 21].

Фрейм виконує функцію когнітивного фільтра, який не просто організовує хаотичну інформацію, а нормує її, встановлюючи межі моральної валідності та соціальної прийнятності. Саме він дозволяє подати політичну позицію не як одну з можливих, а як єдино допустиму, позбавлену альтернатив [20]. Стратегічний підхід до фреймування особливо важливо в умовах медіавійни, де кожна подія, кожне висловлювання, кожен образ — це елемент семіотичної боротьби за контроль над тим, що вважається дійсним, значущим і морально виправданим.

Успішне фреймування передбачає відповідність між структурою повідомлення і когнітивними диспозиціями реципієнта, що уможливорює глибоку інтеріоризацію офіційного наративу. Коли держава через повторюваність і інституційну узгодженість створює ефект повної відповідності фрейму реальності події, він перестає сприйматись як конструкт — і стає «очевидним», «природним», таким, що не потребує пояснень.

Гегемонія фрейму полягає саме у здатності не допустити появи альтернатив як публічного факту. У ситуації війни це набуває особливої сили: домінантний фрейм війни як моральної боротьби за виживання

трансформується у фрейм «патріотичної правди», що має винятковий статус. Будь-яке відхилення від нього трактується не просто як хибна думка, а як загроза колективній безпеці.

Через інституційно закріплені фрейми держава задає не тільки те, «що є правдою», а й те, ким дозволено бути у межах публічного простору: говорити інакше означає виходити за межі припустимого публічного існування. Саме тому публічна сфера, з позиції символічної влади, не потребує формальної заборони альтернативних висловлювань — достатньо встановити режим знання, в межах якого лише деякі твердження можуть існувати як раціональні. Такий режим не лише продукує істини, а й визначає, хто має право говорити, що є предметом обговорення, і в яких формах може бути висловлена критика. Влада діє не через репресію, а через інкорпорацію — включення суб'єктів у логіку нормалізованого мислення, що продукує і підтримує заданий порядок смислів [18].

Попри глибоку інституційну структурованість та високу когнітивну ефективність фреймування, символічна влада не є автоматичним механізмом підкорення. Її ефективність можлива лише за умови постійного відтворення у структурах сприйняття та інтерпретації. У цифровому, децентралізованому медіасередовищі згода стає не початковим станом, а результатом безперервної боротьби за смисли, де офіційний дискурс постійно змагається з альтернативними формами артикуляції.

У цьому контексті логіка символічної гегемонії перетинається з ідеями про «виробництво згоди», запропонованим Г. Германом і Н. Хомським [21]. Автори показують, як у демократичних державах медіа не лише повідомляють, а виконують функцію нормалізації — відтворюючи структуру панування у формі смислового консенсусу, який виглядає природним, позаідеологічним і незаперечним. Такий консенсус не обов'язково є сталим: у ситуаціях кризи він набуває фазового характеру. Публічний простір стає

простором мобілізації, а отже — контрольованим полем фреймів, де допустимі лише ті повідомлення, які укладаються в рамки патріотичної правди.

У підсумку, символічна влада держави у медіапросторі війни — це не лише система смислової домінації, а складна структура фазового управління згодою. Вона ґрунтується на багаторівневій інституціоналізації фреймів, семіотичній регуляції публічного мовлення та постійному відтворенні нормативної очевидності, яка набуває онтологічного статусу. Її ефективність не є сталим фактом, а результатом динамічної, конфліктної боротьби за визначення меж публічної дійсності.

Висновки до розділу 1

У ХХІ ст. державна комунікація трансформувалася з допоміжного каналу політичного супроводу у стратегічний інфраструктурний механізм формування легітимності, мобілізації та когнітивної безпеки суспільства. Класична лінійна модель Г. Лассуелла зберігає евристичну цінність для виокремлення функцій інформування, кореляції й соціалізації, проте виявляє обмеження в цифровому поліцентричному середовищі, де межі між продуцентом і реципієнтом розмиті. Запропонована у розділі дефініція доповнює категорію технологічним та гібридно-воєнним виміром.

У ХХІ ст. державна комунікація трансформувалася з допоміжного каналу політичного супроводу у стратегічний інфраструктурний механізм формування легітимності, мобілізації та когнітивної безпеки суспільства. Класична лінійна модель Г. Лассуелла зберігає евристичну цінність для виокремлення функцій інформування, кореляції й соціалізації, проте виявляє обмеження в цифровому поліцентричному середовищі, де межі між продуцентом і реципієнтом розмиті. Запропонована у розділі дефініція доповнює категорію технологічним та гібридно-воєнним виміром.

Нормативна парадигма Ю. Габермаса підкреслює роль публічної сфери як простору раціональної дискусії. Критична парадигма П. Бурдьє та П. Бергера з Т. Лукманом висвітлює символічний метакapітал держави й процедури інституціоналізації. Мікросоціальна перспектива Е. Гофмана та Р. Ентмана деталізує механізми фреймування.

Повномасштабне вторгнення росії в Україну продемонструвало, що держава централізує комунікацію, активує культивуваційні механізми й моральну поляризацію, встановлює режим єдиної правди з власного ракурсу. Ефективність цього впливу залежить від резонансу між офіційними фреймами та габітусами аудиторії; за його відсутності посилюються скепсис і інформаційна фрагментація.

Логіка видимості інформації, керована залученням, переносить ресурс влади з контролю змісту на контроль траєкторії повідомлення. Держава змушена конкурувати за увагу в середовищі ехо-камер, дипфейків та «економіки клік-провокацій», де легітимність визначається швидкістю та емоційною валентністю циркуляції контенту, а не авторитетом джерела. Тож державні медіакомунікації в умовах інформаційної війни постає як динамічна система інституційних, технологічних і семіотичних практик, що забезпечує не лише передачу фактів, а й установлює онтологічні рамки публічної реальності.

2 ДЕРЖАВА В МЕДІАПРОСТОРІ ВІЙНИ: СМИСЛОВЕ КОНСТРУЮВАННЯ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ

2.1 Держава у медіасистемі: соціологічна інтерпретація

У сучасному комунікативному середовищі функціональність держави дедалі більше виявляється не лише у правовій чи політичній формі, а в її здатності до видимої, структурованої і водночас гнучкої присутності в медійному просторі. Репрезентативна присутність у медіа перестає бути неформальною складовою політики — вона стає необхідною умовою інституційної легітимності, символічної дієздатності та здатності втримувати монополію на визначення значущої публічної інформації. Влада у мережевому суспільстві полягає не лише у здатності контролювати ресурси, а у спроможності конструювати реальність через логіку комунікаційного обігу [10].

У цьому контексті медіа постають не просто як канал передачі інформації, а як соціальний інститут з власною специфікою. Їх функціонування базується на логіці видимості, повторюваності, драматизації та прив'язаності до ритмів уваги, які водночас детермінують і обмежують репрезентативний потенціал інших інститутів — зокрема, держави [8]. Медіа не віддзеркалюють соціальну реальність, а продукують «реальність повідомленого» — сконструйований, унаочнений порядок, у якому соціально значущі смисли отримують шанс на існування винятково за умов їхньої пристосованості до формату комунікації [22].

На нашу думку, соціологічна інтерпретація держави у медіасистемі має виходити з гіпотези, що сама держава, як об'єкт публічного сприйняття, є результатом медіатизованого конструювання, де її суб'єктна позиція визначається не лише формальними атрибутами суверенітету, а її здатністю продукувати, стабілізувати та узгоджувати значення. У такий спосіб держава

втрачає монополію на продукування істин, але здобуває нову форму влади — інфраструктурну, платформну, алгоритмічно адаптовану.

У такій логіці медіаприсутності ключовим ресурсом для пояснення постає концепт медіатизації, який дозволяє розглядати державу не як зовнішнього до медіа політичного актора, а як суб'єкта, чия публічна ефективність дедалі більше залежить від інтеграції у логіку медіасередовища. Медіатизація в такому контексті означає не просто зростання ролі медіа, а трансформацію способу функціонування соціальних інститутів через їхню адаптацію до специфічної медіалогіки. Йдеться не лише про опосередкування комунікації, а про глибоку структурну зміну соціальних відносин, коли медіа стають не фоном, а основою організації соціального часу, простору та взаємодії [8].

Цей процес має подвійний характер. З одного боку, державні інституції змушені враховувати специфічні вимоги аудиторної уваги, циклів новин, ритміки драматизації та наочної візуалізації. З іншого боку — саме медіа, за рахунок своєї автономної інституційної логіки, стають співавторами символічної влади, обмежуючи державу в способах самопрезентації та інтерпретаційного контролю.

Відповідно, державна влада трансформується в медіатизовану владу, зміст якої вже не зводиться до функціонального традиційного панування. Політика продовжує репрезентуватися медіа, але змінюються механізми цієї репрезентації — тепер вони підпорядковуються вимогам драматизму, унаочнення та швидкої реакції, що стають структурними умовами інформаційного середовища. Медіатизація у цьому контексті не є ні детермінізмом, який би визначав розвиток державних комунікацій у суворій причинно-наслідковій залежності. Це радше аналітична рамка, яка дозволяє зрозуміти трансформацію природи легітимності влади: від нормативного підґрунтя до здатності бути переконливим у публічному обігу смислів [8].

Медіасистема в соціологічному сенсі — це не сукупність каналів передавання інформації, а структурована мережа інституцій, практик і когнітивних очікувань, яка функціонує за власними внутрішніми законами. Спираючись на системну теорію Н. Лумана, медіа слід розуміти як самореферентну комунікаційну систему, яка відтворює себе через серії повідомлень, не апелюючи до зовнішньої істинності, а до внутрішньої логіки повторюваності й зчитуваності [22].

Позиція Н. Лумана щодо мас-медіа як замкненої комунікативної системи дозволяє трактувати медіаполе не як дзеркало реальності, а як автономну зону генерації видимості, де повідомлення не репрезентують, а продукують реальність за допомогою селекції у межах операційного коду: бути поміченим або залишитися невидимим. Держава змушена інтерналізувати правила гри в медіаполі, пристосовуючи свої меседжі, структуру звернень і формат презентації до режимів помітності.

Отже, медіаприсутність держави не є нейтральною: вона завжди є перекладом інституційної логіки в логіку видимості. У цьому перекладі втрачаються складності, а натомість акцентуються емоції, простота й чіткість — що, з одного боку, забезпечує досяжність публічної легітимації, але з іншого — зменшує політичну багатозначність і відкритість. Саме ця точка перетину між владною артикуляцією та медійною адаптацією і є полем, де визначається статус держави у медіасистемі як агентного, але обмеженого актора.

У ситуації повномасштабного вторгнення та гібридної війни, де інформаційна безпека стає компонентом національної стійкості, державна комунікація набуває інституційної функції стабілізації публічного порядку денного. Ж. Бодрійяр радикалізує уявлення про роль медіа в конструюванні соціальної реальності, пропонуючи концепт симулякрів — автономних знакових систем, що більше не відсилають до жодної референтної реальності, а творять власну гіперреальність [23]. Він стверджує, що сучасна війна, як і

будь-який інший соціальний феномен, більше не може бути репрезентована в термінах реального, оскільки її суть розчиняється у знаках, які не несуть жодного відношення до істинного стану речей. На прикладі війни у Перській затоці Ж. Бодрійяр ілюструє цю тезу, демонструючи, як війна в мас-медіа набуває характеру телевізійного монтажу, що лише симулюють її як видовищний наратив [23].

Проте подібне розчинення реальності у симулякрах викликає гостру критику. Представник критичного реалізму Дж. Серль підкреслює, що незалежно від ступеня семіотичного опосередкування, соціальна реальність зберігає рівень об'єктивної структурованості [24]. Наслідки війни — фізичні втрати, руйнація, травматизація — не можуть бути повністю нейтралізовані симулякрами, адже вони існують у матеріальному просторі поза межами дискурсивного конструювання. Таким чином, попри проникність медіа в структуру досвіду, війна залишається подією, що чинить реальний, вимірювальний і травматичний вплив на соціально-політичні структури.

Виходячи з цього, державний порядок денний виступає не просто як результат редакційного вибору, а як владна форма смислової структуризації реальності. У класичній моделі виділяють два основні рівні порядку денного. Перший рівень — об'єктний — фокусується на визначенні тем, які стають предметом публічної уваги та пов'язаний із доступом до видимості [25]. Другий рівень — атрибутивний — окреслює, які аспекти цих тем будуть висвітлюватися, контролює інтерпретаційну рамку [20].

У сучасному варіанті, з урахуванням умов динамічного цифрового середовища, концепція доповнюється мережевим рівнем, що фіксує зв'язки між темами та створює семантичні констеляції значень, у яких одні події набувають значущості лише в асоціації з іншими [26]. У цьому зв'язку роль держави полягає не у директивному контролі за порядком денним, що дедалі менш можливе у відкритій медіасистемі, а у фасилітації смислових кластерів, які резонують із колективною уявою, моральною економікою суспільства та

політикою пам'яті. Як зазначає Р. Ентман, порядок денний і фреймування не можна чітко розмежовувати — вони становлять єдиний процес структуризації смислів через видимість, атрибуцію причин і моральне оцінювання [20, с. 52].

Медіаприсутність держави виявляється не просто кількісною характеристикою, а індикатором епістемологічної влади: якщо повідомлення видно, воно існує; якщо воно повторюється, воно правдоподібне; якщо воно резонує — воно стає правомірним. Саме в цьому трикутнику — видимість, повторюваність, резонанс — відбувається щоденне відтворення публічного порядку денного, який фіксує не лише теми, а й ціннісні рамки їхнього осмислення.

Особливо виразно в українському контексті цей процес реалізується через інституційно підтримувані ініціативи, такі як телемарафон «Єдині новини», офіційні Telegram-канали міністерств, щоденні зведення Генштабу, інформаційні кампанії на основі візуального контенту тощо. Однак, ми повертаємось до думки, що він не є уніфікованим: держава змушена діяти в умовах конкуруючих центрів символічної влади — лідерів думок в умовах мережевої динаміки, які продукують альтернативні версії інтерпретації реальності, а також платформи, які моделюють пріоритети видимості за допомогою кодів, що не піддаються прямому контролю.

У цьому контексті актуалізується концепт інтермедійного порядку денного, згідно з яким цифрові платформи здатні ініціювати теми, які потім підхоплюються традиційними ЗМІ, конвертуючи їх у загальнонаціональний дискурс [27]. Відтак, соціальні медіа не є лише інструментом держави — вони також модифікують саму структуру комунікативного впливу, знижуючи бар'єри входу для нових акторів, але й створюючи нестабільне, фрагментоване поле смислів, у якому державі доводиться вибудовувати кросплатформну логіку поширення.

Алгоритмізація також сприяє персоналізації порядку денного, у межах якого вже кожен користувач стає фасилітатором власної інформаційної реальності. Це означає, що держава має комунікувати не з масою, а з мозаїкою аудиторій, використовуючи стратегії сегментованого впливу, мікроцільового наративного дизайну та адаптації повідомлень до платформної специфіки. Поява омніканальних стратегій — узгодженої присутності одних і тих самих смислових каркасів у різних середовищах — постає як комунікативна відповідь на поліцентричну архітектуру цифрового публічного простору.

Це уможливлює безперервне (від)творення публічної реальності, у якій межі допустимого, нормативного й істинного є результатом складної взаємодії державної стратегії, технологічної логіки та соціальної перцепції. Відтак сама медіарепрезентація стає полем владної конкуренції, у межах якого формуються не лише інформаційні орієнтири, але й соціокультурні умови сприйняття подій, що має ключове значення в контексті різноманітних кризових ситуацій, до яких, у тому числі, відносяться і війни, і збройні конфлікти, й інші форми відкритого насильства.

Отже, ключовим викликом для державних медіакомунікацій є подолання розриву між інституційною логікою публічної влади у синхронізації дискурсивних потоків, формуванні онтологічних рамок публічної реальності та між інфраструктурною логікою сучасного медіаполя. Цей виклик є особливо гострим в умовах війни, коли питання символічного домінування та смислової консолідації мають не лише ідеологічну, а й екзистенційну вагу.

2.2 Репрезентація повномасштабного вторгнення в українських державних медіа

Повномасштабне вторгнення росії в Україну постає в українських державних медіа не просто як трансльований опис подій, а як цілеспрямована стратегія конструювання символічної реальності, зорієнтованої на мобілізацію, підтримку моральної єдності та легітимацію політичних рішень. Інфраструктура державних медіа функціонує як скоординована система фреймування, в межах якої задаються допустимі інтерпретації подій війни. До них відносяться насамперед національні телеканали, що беруть участь у спільному телемарафоні «Єдині новини» (зокрема Суспільне, ICTV, 1+1, Рада та ін.), а також офіційні вебсайти й сторінки у соціальних медіа центральних інституційних органів держави — зокрема Telegram-канал і сайт Офісу Президента України, ключових Міністерств, зокрема Міністерства оборони України, Міністерства, внутрішніх справ, Міністерства закордонних справ, Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, Національного медіа-холдингу «Мультимедійна платформа іномовлення України» тощо [28].

Усі ці ресурси, об'єднані спільною комунікативною вертикаллю, формують основу державної інфраструктури смислового виробництва. В межах цієї системи держава залишається наймасштабнішим виробником масової інформації, здатним кодифікувати соціальну реальність відповідно до пріоритетів національного порядку денного [28]. У ній публічні звернення Президента Володимира Зеленського відіграють роль концептуального та смислового ядра, з якого розгортається вектор офіційної комунікації [29].

Риторика В. Зеленського виступає не лише реакцією на події, а й продуктивним чинником, що формує політичну динаміку, зокрема через багаторівневе поєднання смислового, ціннісного й афективного шарів впливу у його зверненнях [29]. Це відкриває перспективу трактування президентських промов як центрального репрезентативного вузла державних

медіакомунікацій, який задає основний наративний вектор усьому офіційному дискурсу війни. Відтак, ієрархія офіційної комунікації вибудовується наступним чином: публікація звернення Президента — дублювання на мережевих платформах — трансляція на телемарафоні — поширення повідомлень за мережевою логікою медіасистеми.

Упродовж 2022–2025 рр. структура офіційних звернень еволюціонувала, фіксуючи зміщення домінантного наративу [30–38]. На початковому етапі комунікація визначалася екзистенційною тональністю — війна постає як неочікувана катастрофа, вторгнення ототожнюється з абсолютним злом, а головними смисловими маркерами стають терміни «опір», «виживання», «незламність». У цей період формується базова рамка: Україна як жертва неспровокованої агресії, що боронить свою землю, а світ має визначитись, з ким він — з агресором чи з вільним народом. «Ми — українці. Ми перебуваємо на своїй землі. Ви — росіяни. Зараз ваші військові розпочали війну. Війну в нашій державі» [30].

У риториці домінує образ нації-жертви, яка протистоїть «ворогові без межі зла», про що свідчить фрагмент: «Російські війська руйнують наші міста. Вбивають без розбору цивільних людей. Ївуть жінок. Викрадають дітей. Розстрілюють біженців. Захоплюють гуманітарні колони. Займаються мародерством. Спалюють музеї, підривають школи, лікарні тощо. Російські війська не знають межі зла». У цей час конструюється мотив консолідації: «24 березня — місяць нашого спротиву. Героїчного спротиву Української держави...» [31].

Згодом дискурс починає тяжіти до риторики історичної місії: в центрі наративу з'являється теза, що боротьба України — це боротьба не лише за себе, а за весь демократичний світ. Війна подається як моральна драма, в якій Україна втілює глобальну справедливість. «Це війна за незалежність. І ми зобов'язані перемогти» [31]. Також звучить усвідомлення глобальних наслідків війни: «Якщо ми програємо, то програє демократія. А значить,

програють США, європейські держави, які декларують ці цінності, про які ми всі так багато говоримо» [32]. Водночас у риторичі з'являється зміщення від безповоротних втрат до мобілізації: «Цей рік можна назвати роком втрат для України, для всієї Європи, для всього світу. Але це неправильно [...] Ми нічого не втратили. У нас забрали [...] Світ не втратив мир – Росія його зруйнувала» [33].

Президент також апелює до державних символів з метою консолідувати вплив власної риторики: «Наш Державний прапор — стяг зі смуг синього й жовтого кольорів. Два священних кольори. Третього не дано. Як не дано чужому триколову замайоріти на нашій землі, в нашому небі якось інакше, аніж із приставкою “тимчасово”» [34]. У знаковому новорічному зверненні 2022 року він підсумовує ключові міфи, які поширювались у суспільстві як колективні маркери спротиву й гідності: «Як наші люди зупиняли колони їхньої техніки. Як дід зупиняв руками танк. Як жінка збила дрон банкою помідорів. Як в окупації крали ворожі танки, БТри, гелікоптер, снаряди» [33]. Ці висловлювання виконують функцію символічної героїзації звичайних громадян, репрезентуючи їх як активних суб'єктів оборони, що творять історію спільно з армією.

Після перших відчутних перемог на фронті, звернення В. Зеленського набувають більш впевненої і стратегічної тональності. Якщо раніше ключовим фреймом була «оборона», то тепер акцент зміщується на «контрнаступ» і «перемогу»: «А далі були перші наступи, перші здобутки, перші звільнені території. Перша й не остання Чорнобаївка. Вигнання окупантів із Київщини, Сумщини та Чернігівщини» [35]. «І наш контрнаступ. Звільнення Ізюма, Балаклії, Куп'янська, Лимана, Херсонської області й міста Херсона. Ми бачили, як люди там зустрічали наших військових. Як берегли український прапор. Як дочекалися України [...] Так чи інакше ми звільнимо всі наші землі. Ми зробимо все, щоб Україна повернулася» [35].

Риторика поступово зміщується від мотиву захисту до проактивного бачення майбутнього, де ключовими категоріями стають відновлення та трансформація. Зеленський підкреслює: «Ми не підняли білий прапор, а стали боронити синьо-жовтий. Не злякалися, не зламалися, не здалися. Символом цього стали прикордонники зі Зміїного й маршрут, за яким вони відправили “руській воєнний корабль”» [35]. Водночас риторика сповнюється міжнародної складової: «Ми стали одним цілим. Наші журналісти й медіа єдиним фронтом воюють проти брехні та паніки. Ми стали однією родиною. Серед нас більше немає чужих чи незнайомих. Українці сьогодні – це всі свої» [35].

Разом з цим, посилюється образ громадянина як активного співтворця перемоги: «Я працюю, і це не подвиг, а обов’язок. Я доначу, і це не подвиг, а норма. Всі, хто працює й бореться щодня, бо знає: війни самі собою не закінчуються – війни закінчують. І перемогу не отримують, не дарують – перемогу здобувають. І для цього сьогодні ми маємо жити за правилом: або ти працюєш, або ти воюєш [...] Це знає кожен, хто щодня не питає себе: а що я можу зробити? А живе за формулою «мушу робити більше, ніж можу». Бо саме це означає слово “перемогти”» [36].

У 2024–2025 роках офіційний дискурс набуває риси риторики політичної суб’єктності — Україна не лише вимагає підтримки, а виступає як активний учасник формування нової безпекової архітектури Європи: «Тому мир може бути наслідком зваженої дипломатії та абсолютно чітких гарантій безпеки» [37], після чого Президент перелічує умови миру, наголошуючи на тому, що «Війна триває проти України, і тому Україна має бути за столом перемовин. Разом з Європою. Стратегічною мішенню Росії є саме Європа, європейський спосіб життя, а отже і безпека та доля Європи не може визначатися без Європи» [37].

На цьому етапі провідним стає наратив справедливого миру на українських умовах, де перемога мислиться не лише як деокупація територій,

а як структурна зміна балансу сил у світі: «Саме тому до слів «завершення війни» ми завжди додаємо «на наших умовах». Саме тому біля слова «мир» завжди звучить “справедливий”» [38].

Як показує критичний дискурс-аналіз президентських звернень у дослідженні І. Чилува та Дж. Рузайте, ключова функція цих виступів полягає у систематичному оформленні опозиції «ми — вони» через позитивну самоідентифікацію українського народу як спільноти спротиву, водночас маргіналізуючи агресора шляхом лексичного й семантичного дистанціювання [39]. Цей наратив активно транслюється у державних медіа, репродукуючи образ України як жертви неспровокованої агресії, але водночас — як суб'єкта гідності та опору. Таке подвійне представлення підсилює образ нації, яка, незважаючи на випробування, здатна протистояти ворогу і задавати нові етичні стандарти у глобальному політичному дискурсі.

Риторичні фігури, зокрема риторичні запитання, метафори та інклюзивна апеляція до «громадян України», виконують функцію емоційної консолідації, одночасно адресуючи як внутрішню, так і зовнішню аудиторію. Відповідно, політична мова президента не лише артикулює позицію держави, а й конструює когнітивні рамки, у яких публічна інтерпретація війни закріплюється у медійному полі як морально однозначна й екзистенційна боротьба за свободу, європейську ідентичність і глобальну справедливість.

Таким чином, раціональна аргументація проявляється в чіткому викладі ситуації, у якій перебуває Україна, формулюванні стратегічних цілей — повна деокупація територій, відновлення держави, інтеграція до НАТО та ЄС, а також внесок України в перебудову глобальної системи безпеки на засадах права і демократії. Етична довіра та авторитет вкорінені у персональній легітимності Зеленського як представника «покоління незалежності», носія пострадянського досвіду й громадянської відповідальності. Через цю ідентичність він уособлює тверде, відповідальне та зріле лідерство, що здатне не лише захищати, а й артикулювати національні цінності в дії [29].

Отже, стратегічно наслідуючи наративні повідомлення Президента, державні медіа від самого початку Великої Війни задали чіткий фрейм конфлікту: російська агресія постає як невинуватене, брутальне вторгнення, а українська боротьба — як справедлива оборона свого суверенітету та існування нації [40]. У межах цього фрейму Україна репрезентується виключно як жертва-герой, що страждає від нападів, але чинить героїчний опір, тоді як росія — агресор-терорист, «інший», що провокує страждання і руйнування.

Типовим прикладом є лексика на телемарафоні «Єдині новини», який, окрім звернень В. Зеленського, безперервно висвітлює оперативну обстановку – від зведень Генштабу про перебіг бойових дій до повідомлень про повітряні тривоги, гуманітарну ситуацію, міжнародну підтримку тощо. У тематичній структурі марафону чергуються блоки новин (військові, соціально-політичні, економічні) та аналітичні студії, інтерв'ю з посадовцями, експертами, включення з місць подій.

Такий тематичний добір покликаний утримувати увагу населення на екзистенційній загрозі та водночас на зусиллях держави щодо відсічі агресору. Разом з тим, згідно з дослідженням «Детектор медіа», моніторинг марафону з березня 2022 року фіксував не лише дотримання єдиної редакційної лінії, а й випадки «фільтрації» негативних сюжетів заради суспільної стійкості [41].

Телемарафон постає як інструмент глибокої когнітивної мобілізації, де зміст, емоційний тон і структура подання відіграють стратегічну роль у формуванні щоденного досвіду війни. І. Пуцята проводить комплексний аналіз методів впливу на підсвідомість глядачів телемарафону, розкриваючи арсенал технік – від «захоплення» уваги, «приєднання» до колективної ідентичності та «зараження» емоційним тоном до складніших когнітивних маніпуляцій: інформаційної блокади, гри слів, ефекту присутності та отруйного сендвіча [42]. Ключовим стає те, що порядок денний телемарафону створює комплексну «інформаційну реальність» — симульований простір, у

якому факти подаються у формі, що підсилює консолідаційні настрої, маркує ворога та нівелює альтернативні версії подій.

Незадовго від запуску єдиного офіційного мовника, спостерігається зсув у бік політизації ефіру телемарафону, звуження представленості опозиційних голосів і системного піару представників влади. Водночас практики державної цензури та самоцензури журналістів, хоч і формально заборонені, стали частиною щоденної медіапрактики в межах інформаційної безпеки.

Окремої уваги заслуговують інформаційні ресурси, що спрямовані на екстерналізоване мовлення. У структурі українських державних медіакомунікацій телеканали «Дім» та «FreeДом» функціонують як формально зовнішні мовники, підпорядковані державному підприємству Мультимедійна платформа іномовлення України, однак фактично — як інструменти внутрішньої смислової циркуляції. Їхній контент, попри офіційне позиціонування як іномовлення, орієнтований не на транснаціональний діалог, а на внутрішнє споживання, що вказує на символічну інверсію їхньої призначеності [44].

Телевізійна рамка телеканалу «Дім» не просто уникала політичної артикуляції — вона системно реконфігурувала війну як тло для емоційно забарвлених історій приватної витривалості, відновлення або соціальної адаптації. Водночас війна не зникає з дискурсу, вона вписується як фоновий дистресовий ресурс, який дозволяє продукувати впізнавану структуру почуттів, але не викликає епістемологічного запиту. Така модель уможливорює циркуляцію офіційного наративу без його прямої артикуляції — як те, що «вже зрозуміле», «всім знайоме», і тому таке, що не потребує доказу [44].

На противагу цьому, телеканал «FreeДом», збудований як російськомовний вектор інформаційного впливу, орієнтований не лише на аудиторію країни-агресора, а й на ширше коло російськомовних глядачів у світі, які не володіють українською мовою, проте залишаються залученими до

інформаційного простору війни [44]. Однак і тут фіксується розрив між офіційною метою і реальним вживанням: дані переглядів, структура дистрибуції та активна присутність у внутрішньому українському медіаполі свідчать про те, що телеканал «FreeДом» є насамперед інструментом легітимації української позиції перед російськомовною частиною українського населення, а не засобом інтервенції у свідомість громадян росії чи виключно на зовнішню аудиторію. У цьому контексті репрезентація війни постає як інтерпретаційний репертуар, що структурує уявлення про конфлікт через рамку безальтернативної правоти, моральної переваги та етичного мобілізаційного ресурсу.

Паралельно, у суспільстві фіксується зростання ролі альтернативних платформ — Telegram, YouTube та Facebook — як джерел інформації, що сигналізує про часткову втрату довіри до офіційних джерел. Держава, в свою чергу, також посилила активність в онлайн-просторі, суттєво зміцнившись і трансформувавшись із формальної інформаційної присутності у стратегічно важливу інфраструктуру символічної влади [45].

Одним із ключових проявів цієї трансформації є зростання ролі офіційних телеграм-каналів та соціальних медіа державних установ і посадовців, які, зафіксовано, стали основними джерелами для чверті всіх новин в українських онлайн-медіа (24,9 %) [45]. Найбільшою мірою журналісти використовували телеграм (16,6 %) та фейсбук (6,9 %) як платформи для оперативної ретрансляції повідомлень з офіційних акаунтів органів влади [45].

Таким чином, репрезентація повномасштабного вторгнення в українських державних медіа постає як цілісна система символічного структурування реальності, в якій поєднуються когнітивне фреймування, емоційна мобілізація та інституційне унормування смислів. Через звернення Президента, телемарафон «Єдині новини», візуальну риторику Міністерств, обласних ОВА на цифрових платформах державних структур, війна постає не

лише як об'єктивна подія, а як морально кодифікований наратив, у межах якого нація конститується як героїчний суб'єкт, ворог — як абсолютне зло, а публічний простір — як простір патріотичної правди.

Висновки до розділу 2

У цифрову еру політична суб'єктність держави дедалі рідше ґрунтується на формально-правових атрибутах і дедалі частіше — на здатності підтримувати стабільну, емоційно релевантну й алгоритмічно видиму репрезентацію у публічних потоках смислів. Легітимність стає функцією видимості, повторюваності та резонансу.

Сучасні медіа діють не як канал, а як самореферентна система, що продукує власну реальність повідомленого. Держава, потрапляючи у цю систему, втрачає монополію на смисли, натомість здобуває новий тип влади — інфраструктурно-алгоритмічний контроль мовленнєвих умов, у яких її дії стають (не)помітними.

Конкуренція за порядок денний демонструє гібридність сучасного поля: держава виступає фасилітатором смислових кластерів, але їхня стабілізація залежить від інтермедійних та алгоритмічних фільтрів. У результаті легітимний зміст формується на перетині редакційних рішень, платформених кодів і користувацьких практик реміксування.

Легітимність державних комунікацій трансформувалась на трьох базових рівнях: правдивість корелює з швидкістю циркуляції та емоційною валентністю контенту; символічна влада спирається на здатність держави синхронізувати колективні переживання; право на увагу делеговано алгоритмічним рекомендаціям, що примушує державу до багатоканальної присутності й мікротаргетингу.

Інституційний центр дедалі більше функціонує як медіа-хаб, який балансує між централізованим виробництвом смислів і необхідністю «вбудовуватися» у поліцентричну екосистему. Суверенітет у такій конфігурації — це здатність не стільки наказувати, скільки курирувати смисловий ландшафт, залишаючись головним «тлумачем очевидного».

Медіатизація відкриває для держави нові канали мобілізації, але водночас підвищує ризики симулякру і цензурного переформатування публічної сфери. Екзистенційні контексти легітимують посилення інформаційного контролю, створюючи напругу між безпекою й демократичною відкритістю.

Тому сучасну державу доцільно аналізувати як медіатизованого актора, чия влада реалізується через організацію умов видимості та кураторство інтерпретаційних рамок. Її успішність визначається здатністю інтегрувати правову компетенцію з алгоритмічною гнучкістю, забезпечуючи резонанс офіційного наративу в умовах платформної конкуренції та фрагментованої аудиторної уваги.

3 ВПЛИВ ДЕРЖАВИ НА КОНСТРУЮВАННЯ УЯВЛЕНЬ ПРО ПОВНОМАСШТАБНЕ ВТОРГНЕННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

3.1 Передумови та методологія дослідження соціальної групи студентів

У плинному світі, де форми ідентичності, авторитету та соціального порядку є нестабільними, державна комунікація більше не функціонує як беззаперечне джерело істини, а натомість — як один із конкурентних акторів у полі інтерпретацій. Плинна модерність зумовлює фрагментацію досвіду, вразливість до дезорієнтації, і водночас — потребу в «компасах» сенсу. Держава в інформаційному просторі XXI ст. вже не є «законодавцем» сенсу, який має монополію на істину — її меседжі постійно піддаються інтерпретації, що лише пропонує смислові варіанти в умовах плюралізму [46].

Ситуація, в якій опинилася студентська молодь в умовах повномасштабного вторгнення та гібридної інформаційної війни, є надзвичайно проблемною з огляду на її подвійний статус — як вразливої соціальної групи та водночас стратегічно важливого комунікативного ресурсу.

Так, актуальні соціологічні дані 2022–2025 рр. демонструють майже повну «цифрову перевагу» молоді. Так, 97% молоді в Україні отримують інформацію переважно через смартфон [47]. Серед джерел новин впевнене лідерство утримує Telegram — 77% опитаних користуються ним для отримання новин (зростання з 73% у 2023). За ним — Instagram (44%), YouTube (42%), особисті контакти (батьки, друзі — 40%). Частка споживання новин через національне телебачення стрімко знизилась: з 22% у 2023 р. до 12% у 2024 р. [48].

Рівень довіри до Президента серед молодих людей впав із 91% (2023) до 52% (2024), а до парламенту — з 52% до 16%. Виняток становлять Збройні

сили України, які залишаються найбільш авторитетною інституцією серед молоді як в Україні (91%), так і за кордоном (86%) [48].

Як засвідчують дослідження, саме молодь є пріоритетною мішенню інформаційно-психологічного впливу через несталу структуру уявлень, незавершений процес формування ціннісної системи та високий рівень цифрової залученості, що створює умови для маніпулятивного втручання у сферу смислотворення [49]. Разом з цим, саме у соціальному сегменті студентської молоді перетинаються два головні канали формування уявлень про соціальну реальність — освіта та медіа, які, за П. Бурдье, функціонують як гомологічні інститути символічної влади [14].

М. Шехавцов визначає інформаційну культуру студентства як багатокомпонентне утворення, що включає ціннісно-потребнісний, когнітивно-комунікативний, інтерактивно-технологічний та критично-рефлексивний компоненти, здатні протидіяти маніпулятивному впливу в умовах інформаційно-гібридної війни [50]. У цих умовах зростає потреба у дослідженні того, чи спроможна держава зберегти символічну гегемонію в очах освіченої молоді, яка дедалі більше схильна до автономного сенсотворення.

Тема дослідження: «Вплив державних медіакомунікацій на формування наративних структур сприйняття повномасштабного вторгнення росії в Україну серед студентської молоді».

Актуальність теми обумовлена потребою глибшого розуміння механізмів впливу державних медіакомунікацій на процес конструювання інтерпретацій подій повномасштабного вторгнення РФ в Україну. Особлива увага приділяється студентській молоді як одній із ключових соціальних груп, яка, з огляду на високу цифрову компетенцію та активну участь у інформаційних процесах, є не лише споживачем, але й активним агентом інтеріоризації або опору домінантним наративним схемам.

Об'єктом дослідження є студентська молодь Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Предметом дослідження є роль державних медіакомунікацій у формуванні наративних структур сприйняття повномасштабного вторгнення серед студентської молоді.

Метою дослідження є емпіричне виявлення рівня впливу державних медіакомунікацій на конструювання наративних структур сприйняття повномасштабного вторгнення росії в Україну у свідомості студентської молоді.

Для досягнення зазначеної мети передбачено виконання таких завдань:

- а) проаналізувати інформаційні практики студентської молоді, зокрема визначити основні джерела інформації, їхню частоту використання та пріоритетність;
- б) встановити рівень когнітивної довіри студентів до державних медіа та прослідкувати його динаміку упродовж 2022–2025 років;
- в) виявити домінантні наративні конструкції війни, які студенти інтеріоризують або конструюють самотійно, та співвіднести їх із державними фреймами;
- г) оцінити рівень критичності мислення студентів щодо механізмів медіавійни, визначивши здатність респондентів розпізнавати інструменти інформаційно-психологічного впливу;
- д) дослідити уявлення студентської молоді про межу між інформуванням, пропагандою та цензурою у державних комунікаціях та з'ясувати, якою вони вважають легітимну роль держави у медійному полі під час війни.

Теоретико-методологічна основа дослідження ґрунтується на концепції державних медіакомунікацій як інтегративного феномену, що поєднує інституційні форми комунікаційної присутності держави з символічними механізмами впливу на суспільне сприйняття.

Для емпіричного вимірювання було виділено шість наступних індикаторів.

Інформаційні практики студентів. Визначає, які джерела інформації використовують респонденти, з якою частотою та інтенсивністю звертаються до державних медіа, які з них вважають пріоритетними.

Когнітивна довіра до державної комунікації. Оцінює рівень сприйняття державних медіа як достовірних, послідовних та морально легітимних джерел, включаючи телемарафон, звернення Президента, офіційні сайти й Telegram-канали.

Наративні конструкції. Фіксує основні образи, метафори, сюжетні лінії, що формують інтерпретації війни у свідомості студентів, включаючи інтерналізацію державних фреймів і альтернативні наративи.

Ідентифікація механізмів медіавійни. Відображає здатність студентів розпізнавати інструменти дезінформації та маніпуляції, критично оцінювати контрпропаганду та її відповідність етичним стандартам.

Межі інформування, пропаганди та цензури. Показує, як респонденти розрізняють інформування, пропаганду та цензуру, які межі допустимого впливу вони встановлюють для держави в умовах війни.

Оцінка ефективності та змістовності комунікації. Аналізує, наскільки студенти вважають державні повідомлення змістовними, послідовними, зрозумілими та етично прийнятними.

Методологія дослідження передбачає використання напівструктурованих глибинних інтерв'ю, які дозволяють поєднати фокусовану операціоналізацію дослідницьких питань із відкритістю до наративної спонтанності. Основною тактикою дослідження обрано метод усної історії, спрямований на реконструкцію індивідуального досвіду студентської молоді в умовах війни. Вибірка формується за принципом

теоретичної насиченості та стихійної репрезентації, що передбачає добір респондентів до досягнення насичення емпіричних даних. Інструментарій дослідження включає гайд напівструктурованого інтерв'ю, структурований за основними індикаторами (див. Додаток А).

Виходячи з операціоналізації, сформуємо ключові дослідницькі питання:

RQ- 1. Як студентська молодь Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна позиціонує державні медіа у власній «інформаційній мапі» та з якою частотою й інтенсивністю їх споживає?

RQ-2. Який рівень когнітивної довіри/недовіри студенти приписують різним категоріям державних медіакомунікацій?

RQ-3. Які наративні конструкції війни домінують у свідомості студентів, і як вони співвідносяться з державними фреймами?

RQ-4. Які механізми медіавійни студенти здатні ідентифікувати, і як це знання впливає на критичне сприйняття державних комунікацій?

RQ-5. Якою студенти бачать легітимну роль держави в регуляції медіапростору під час війни?

3.2 Результати дослідження: інтерпретація та подальше використання даних

Результати аналізу дев'яти інтерв'ю зі студентами Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна дозволяють здійснити типологізацію позицій респондентів щодо сприйняття державних медіакомунікацій у період повномасштабного вторгнення (див. Додаток Б). Наративний підхід у цьому дослідженні виявився методологічно доцільним, оскільки дозволяє реконструювати не лише фактичні практики споживання

державних медіа, а й виявити глибинні структури сенсоутворення, через які респонденти інтерпретують події повномасштабного вторгнення.

Отримані дані свідчать про те, що студенти не сприймають державні медіа як однорідну чи неявно легітимну інформаційну структуру, а навпаки — рефлексивно і критично позиціонують їх у власному інформаційному ландшафті, що дозволяє зіставити ці позиції з ключовими дослідницькими запитаннями.

У відповідь на RQ-1, було встановлено, що державні джерела займають периферійне або другорядне місце в більшості індивідуальних «інформаційних мап». Візуальні й метафоричні образи, запропоновані респондентами в межах проєктивних методик, свідчать про опосередковану присутність державних джерел: телемарафон у ряді випадків ототожнюється з «фоновим шумом», а офіційні акаунти розглядаються як елементи «векторної навігації», а не епістемологічного ядра.

«Я знаю, що [марафон] є, але ніколи його не дивився, бо в інтернеті по нього відзиваються не дуже добре. [...] Я звик до правдивої інформації, навіть якщо вона погана» [R4]. «Раз на два-три дні точно. Іноді кожного дня. Залежить від інформаційного простору» [R5].

Рівень інтенсивності споживання новин коливається від високого до низького, при цьому лише третина опитаних розміщує державні медіа в інформаційному центрі своєї «інформаційної мапи», а решта використовує їх як периферійні джерела. Така диспропорція вказує на перехідну роль офіційних комунікацій: вони є важливим, але не домінантним компонентом студентських стратегій споживання інформації.

На основі результатів інтерв'ю було виокремлено три узагальнені типи позиціонування державних комунікацій, які є релевантними для аналізу не лише частотності чи довіри до каналу (RQ-2), а й когнітивної оцінки, структурної ролі та очікуваної функціональності державних повідомлень.

Тип 1: орієнтована довіра. Студенти цієї категорії (N=3) оцінюють державні медіа як інституційний стабілізатор, що забезпечує базовий рівень згуртованості, особливо в критичні періоди вторгнення. Їхнє споживання регулярне, але свідомо доповнюється незалежними джерелами. Державні фрейми визнані ними як частково релевантні, хоча й піддаються перевірці.

«Державні комунікації раніше досить гарно допомагали відфільтровувати інформацію, допомагали людям навіть не те, щоб розбазарювати інформацію на скандали, а от тримати один чіткий вектор, куди всі рухаються» [R2]. «З усього спектру державні медіа займають певну вагу, можливо, не найбільшу, роль не є ключовою, але тяжіє до такої» [R1]. «Моє ставлення покращилось. Незважаючи на все, що я говорю, я змінив свою точку зору до загалом всього» [R6].

Тип 2: функціональна критика. Представлений респондентами, які користуються державними медіа опосередковано, ситуативно (N=4). Ця група демонструє високий рівень когнітивної рефлексії, відзначає динаміку зниження довіри з 2022 до 2025 рік, а також чітко розмежовує інформаційне забезпечення і сенсоутворення. Їхні інтерпретації вторгнення містять як державні сюжетні конструкції, так і відмінні, персоналізовані наративи.

«В цілому вони зазвичай є такими правдивими, але часто забарвлені емоційно і краще, можливо, щось ще перевірити, деś ще пару медіа почитати» [R9]. «Я думаю, що державні медіа створюють інформаційну гру. Але це не завжди погано – залежить від того, для чого вона використовується» [R7] «В більшості випадків, напевно, так. Але все ж таки треба фільтрувати інформацію і перевіряти її в декількох джерелах» [R3]. «Недовіра [може бути] через те, що здається, що на державні медіа будуть опублікувати тільки те, що вигідно державі» [R8].

Тип 3: стратегічний скепсис. Респонденти цього типу (N=2) висловлюють глибоку недовіру до державних комунікацій, але визнають їхню

функцію в масовій мобілізації та медіаінфраструктурі. У відповідях переважають наративи про маніпулятивний характер офіційного дискурсу, телемарафон і державні заяви розглядаються як інструменти інформаційної гри.

«Я став більш скептично ставитись до державних джерел, збираю інформацію з різних каналів. Зачасту погані новини намагаються не транслювати. А правдиві і погані новини кажуть безпосередньо самі військові» [R4]. «Державні комунікації рідко розповідають про щось погане. Хоча іноді варто було б. Це виглядає як маніпуляція» [R5].

У відповідях чітко простежується наявність стійких образів, символів та мікронаративів, що структурно впорядковують інтерпретації повномасштабного вторгнення у свідомості студентської молоді (RQ-3). Ці сюжетні лінії не є суто індивідуальними висловлюваннями — вони функціонують як структури впізнавання, закріплення пам'яті та колективного переживання війни, які формуються на перетині особистого досвіду, інформаційного потоку та репрезентативної культури. Було ідентифіковано п'ять центральних наративних конструктів. Респонденти актуалізують їх як через вільні асоціації, так і в межах проєктивних методик, зокрема в уявному оформленні «книги про вторгнення».

Провідним наративом, який системно відтворюють респонденти, є початковий хаос та екзистенційна дезорієнтація. Він фіксує момент раптової трансформації буденності на початку вторгнення, коли звичні когнітивні орієнтири втрачають актуальність, а інформація перетворюється на джерело тривоги й дезорганізації.

Респонденти описують цей період як інформаційний шок, зумовлений відсутністю достовірної картини світу: «Це перший день, як це все почалося... як таке може бути взагалі? Типу, яка війна в XXI столітті? Далі страх, нерозуміння, що треба робити» [R4]. «Першим ділом 24 лютого ми увімкнули

телевізор, і всюди всі просто мовчали, нічого не було» [R2]. «[Асоціативні] слова страх, обмеженість, кардинальні зміни, відстань» [R8]. Цей конструкт корелює з офіційним фреймом «Україна як жертва неспровокованої агресії» та формує первинне відчуття тотальної загрози, що закладає основу для подальшого смислового оформлення війни.

Услід за цим фрагментом формується наратив мобілізації та національної єдності, яка репрезентує війну як подію колективного підйому та ціннісного об'єднання. Студенти згадують цей момент як «час, коли всі були разом», вказуючи на символічну вагу централізованого офіційного медіаполя. «В перші тижні два, точно я можу сказати, що йшов тільки він [телемарафон], і це реально тоді спрацювало, і дуже добре спрацювало» [R7]. «Війну може виграти народ. Оце мені прямо в'їлося» [R2].

При цьому згадується й зворотний ефект — зростання емоційного перенасичення, що трансформує початкову залученість у рутину і фон: «Воно [телемарафон] 24/7... фактично живеш цими новинами, і це не є добре... треба вміти відволікатися» [R3].

Третю смислову конструкцію у структурі інтерпретацій становить наратив героїчного спротиву та етичної вищості, який формує війну як простір моральної поляризації та цивілізаційного конфлікту. У ньому чітко фігурують топоси оборони Києва, захисту Азовсталі, визволення, Херсона, героїзму ЗСУ. «Це зображення з Маріуполя, з Азовсталі, дуже сильні зображення наших військовополонених, їхнього стану, зображення цивільних людей, які страждали від терору, але також зображення наших здобутків – прапор над тим самим Ізюмом» [R1]. «Ось ці ключові події: Азовсталь, визволення Херсону, битва за Київ, удари по нафтопереробним заводам Росії» [R5]. «Масове поховання, що було знайдене після звільнення Ізюму» [R7]. «Це наймасштабніші зруйнування. Це перші 300 ракет, які були пущені по Україні. Це Маріуполь, звісно, Азовсталь» [R6].

Цей наратив повністю корелює з державним фреймом «героїчної нації», який, починаючи з весни 2022 року, домінує у зверненнях президента, патріотичних медіамеседжах та візуальній символіці. Окремі студенти також вказують на символічну вагу публічних постатей — як-от Арестовича — як рупора стабілізації у той період: «Люди чули від нього те, що хотіли чути. Від того вони йому і вірили» [R6].

Четвертий ключовий конструкт — буденності війни та адаптації до тривалого конфлікту — демонструє, як війна поступово інтегрується в рутинні інформаційні та поведінкові практики. Цей фрейм не знижує значення подій, але демонструє психологічний механізм адаптації через рутинізацію. Один респондент зазначає: «Новини — це вже частина дня, між справами. Просто прокрутив, подивився, пішов далі» [R4].

«Буденність війни» частково конфліктує з державною рамкою перманентної мобілізації та вказує на розрив між медіадискурсом і повсякденним досвідом. Замість постійного стану «готовності», аудиторія виробляє емоційну економію — тобто зменшення чутливості до повторюваних повідомлень. Як свідчить один з учасників: «Я не запам'ятовую новини. Це марна трата часу, бо дізнавання тих чи інших новин не дає ніякої користі» [R6].

П'ятий наратив — когнітивного сумніву та інформаційного виснаження — репрезентує критичну точку в рецепції державних медіакommunікацій, де надмірна повторюваність, шаблонність та затримки в оновленні інформації викликають ефект зниження довіри та емоційного відсторонення. У межах цієї арки державна комунікація починає сприйматися не як джерело сенсів, а як фоновий риторичний шум.

Студенти прямо іронізують з приводу стандартизованості контенту: «Є відчуття, що це дали [«згори»] отаку сводку і її просто скопіювали і позаміняли там на назви структур» [R7]. Такий метафоричний опис добре ілюструє втрату

символічної щільності офіційного дискурсу в очах молоді. Інший респондент звертає увагу на загальний настрій дистанціювання: «Вони говорять, що все під контролем, але потім читаєш інші джерела — і розумієш, що не зовсім так» [R4]. Це свідчить про формування подвійної комунікативної реальності, де державна комунікація конкурує не лише з неофіційними джерелами, а з внутрішнім критичним спостереженням.

Таким чином, студентська наративна конструкція вторгнення виявляє високий ступінь як збігу з офіційними фреймами, так і критичного переформатування державного дискурсу, що свідчить про активну роботу інтерпретативної свідомості. Респонденти не лише споживають державну інформацію, а й перетворюють її на об'єкт аналізу, іноді співпереживання, а іноді дистанціювання, формуючи гібридні структури пам'яті, в яких реальність війни набуває багатосарових змістів.

Що стосується розуміння особливостей медіавійни та її вплив на критичність сприйняття державних медіакомунікацій (RQ-4), студентська молодь загалом добре орієнтується в основних механізмах інформаційно-психологічного протистояння, навіть якщо не завжди оперує професійною термінологією.

«Медіавійна – це війна за свідомості громадян. І от такі опозиційні медіа, вони є такою тактичною частиною стратегії ворога. І це один з компонентів, один з механізмів цієї медіавійни» [R2]. «Медіавійна – це коли два супротивника намагаються домінувати у медіапросторі одне одного, інколи напряду, а інколи через усілякі проксі, які дуже добре маскуються під своїх... пропихують дуже тонку і підлу пропаганду» [R5].

У висловлюваннях респондентів системно фігурують уявлення про маніпуляцію, дезінформацію, інформаційне навантаження, ідеологічний вплив, роль алгоритмів та ботів. Вони демонструють усвідомлення того, що війна розгортається не лише у фізичному просторі, а й у сфері боротьби за

інтерпретацію реальності, де держава постає одним із багатьох гравців, що змагаються за вплив на суспільну свідомість.

«Основний інструмент у медіавійні зараз — це напівправа гірше за брехню... Або просто викручені, перебрехані, видозмінені факти, які виглядають реалістично, але інтерпретуються не таким чином, як мають» [R5]. «Московія створює сотні тисяч ботів, які пишуть, наприклад, в тих же коментарях, ... це неправда... З нашої сторони, ми намагаємося висвітлити ту правду, що є [насправді]» [R4].

Студенти визнають, що в умовах війни державна участь у медіакомунікації є необхідною і навіть неминучою для забезпечення національної безпеки, консолідації суспільства та запобігання паніці (RQ-5). Проте ця легітимність сприймається як умовна і обмежена низкою принципових критеріїв. Передусім респонденти підкреслюють, що державна комунікація має бути прозорою, правовою, змістовною, із належним тоном і орієнтацією на потреби аудиторії. При цьому вони наголошують, що ефективність комунікації визначається не обсягом трансляцій, а її якістю та здатністю адаптуватися до запитів громадян.

Більшість респондентів визнає, що в умовах війни держава має право регулювати інформаційний потік. Це сприймається як необхідний захід задля захисту національної безпеки, мобілізації суспільства та попередження паніки. Пропаганда у цьому контексті визнається допустимою лише як частина стратегії інформаційної безпеки, проте не повинна заміщати собою основну інформацію. Такі позиції підкріплюють висловлювання: «Держава має свою політику, і навіть якщо я не згоден, треба розуміти, що це важливо. Бо інакше буде хаос» [R5]; «З точки зору держави – пропаганда потрібна. А як інакше? Інакше це зробить хтось інший» [R6]. Інші респонденти зазначають: «Якщо це збалансовано, то воно все одно буде. Так не буває, що її не буде, ні тієї ж пропаганди, ні тієї ж цензури. Особливо ми говоримо про воєнні дії,

військовий стан» [R7]. «Я не вважаю, що пропаганда може бути корисною. Я вважаю, що пропаганда завжди несе негативні наслідки, тому точно ні» [R9].

Найбільш амбівалентною для студентів виявляється категорія цензури. Більшість респондентів вважає її допустимою в умовах війни, якщо йдеться про інформацію, яка може зашкодити обороноздатності, безпеці або викликати паніку. Водночас підкреслюється необхідність легітимізації цензури через прозорі правові рамки, обмеження її дії в часі та сфері, а також забезпечення справедливості застосування. Зокрема, звучать такі оцінки: «Тут потрібна вона [цензура], для збереження [...] легітимності влади, цензура – це один із інструментів» [R6]; «Мені здається, цензура обов'язкова у воєнний час. Тому що, знову ж таки, 90% [населення] не має критичного мислення» [R2]; «Прикладом є реклама того ж самого контрнаступу. Це, на мою думку, провал з точки зору комунікацій, і фільтри, які б умовні фільтри, які б не пропустили цей контент, то могли б напевно допомогти» [R1].

Студенти чітко розрізняють правдиве інформування та маніпулятивний вплив. Легітимна комунікація, на їхню думку, має бути фактологічною, несенсаційною та адаптованою до аудиторії. Такі погляди висловлюють: «Хочу знати реальні події, без перебільшення. Не треба казати, що завтра перемога. Кажіть, що відбувається» [R4]; «Інформування має бути зрозумілим і правдивим. Якщо тільки емоції — це швидко набридає» [R3].

Разом із тим простежується високий рівень вимогливості до якості державної комунікації. Студенти очікують фактологічності, послідовності, зрозумілих джерел і виваженого емоційного тону: «Вона настільки побудована дуже... вилизана і структурована, що є чітке розуміння, що це просто опублікують, тому що треба опублікувати... дуже обережно її будують, щоб, не дай Боже, десь не сказати зайвого» [R7]; «Часто от беруть якусь популярну тезу, яка не є правдою, і просто кажуть, ось, це неправда, так каже ворог. Але без якихось доказів зворотного» [R5].

Резюмуючи, студентські інформаційні стратегії під час війни виявляють поліцентричний характер медіаполя та баланс між функціональною довірою і критичним фактчекінгом. Молодь вміло поєднує державний мобілізаційний дискурс із власними мережевими практиками, зберігаючи автономію у визначенні достовірності інформації. Такий підхід дозволяє водночас підтримувати символічну єдність і зберігати індивідуальну критичність, демонструючи, що вплив державних медіакомунікацій на уявлення про війну є значущим, але не монопольним, а інтегрованим у повсякденні когнітивні та комунікативні стратегії студентської молоді.

На основі аналізу якісних даних та отриманих результатів, пропонуємо наступні аналітичні гіпотези для вимірювання досліджуваного явища кількісними методами:

H1: існує негативна кореляція між рівнем афективної довіри до державних медіа і кількістю основних інформаційних джерел, які студент зазначає, тобто медійна поліфонія передбачає зниження абсолютної довіри до державних каналів.

H2: спостерігається U-подібна залежність між довірою до державної комунікації та рівнем емоційної залученості: як високий, так і дуже низький рівень залученості корелюють із критичною дистанцією, тоді як середній рівень — із поміркованою довірою.

H3: символічна довіра до державних меседжів (усвідомлення їх як «неповної правди, але необхідної») пов'язана з готовністю частково відмовитись від інформаційного плюралізму заради стабільності.

H4: респонденти, які частіше відтворюють наратив «буденності війни», з більшою ймовірністю виявляють втому від телемарафону та схильність до зменшення споживання державних джерел.

H5: респонденти, що звертають увагу на стиль офіційної комунікації (тон, риторика, візуальне оформлення), частіше критично інтерпретують державну позицію навіть за умови згоди зі змістом (латентна дисоціація).

H6: підтримка ідеї тимчасової цензури під час війни корелює з готовністю розглядати державну комунікацію не лише як інформаційне джерело, а й як моральний фрейм, що консолідує суспільство в умовах загрози.

На основі якісної типології студентських позицій формується метагіпотеза: у структурі сприйняття державних медіакомунікацій домінують щонайменше три латентні типи, які можна емпірично виявити через кластерний аналіз:

- а) рефлексивно-лояльна позиція — довіра з вибірковою критикою;
- б) функціональна дистанція — використання державної інформації як орієнтиру, але не джерела сенсу;
- в) гібридно-критична позиція — структурне дистанціювання, фреймування війни через альтернативні наративи та моральну чутливість.

Висновки до розділу 3

Проведене якісне дослідження студентської аудиторії Каразінського університету засвідчило, що державні медіакомунікації залишаються значущим, але не монопольним джерелом конструювання уявлень про повномасштабне вторгнення. Молодь реценціює офіційний дискурс крізь призму власних мережових практик, що породжує поліцентричну картину «війни у медіа»: офіційні фрейми приймаються як морально конвенційні, однак змістовно «переформатовується» завдяки інтеріоризації альтернативних джерел інформації.

Виділено три ключові кластера згідно зі ставленням до державних медіакомунікацій: «орієнтована довіра», «функціональна критика», «стратегічний скепсис». Така типологізація демонструє, що рівень афективної лояльності не є лінійною функцією інформаційного споживання. Навпаки, чим ширший діапазон джерел, тим виразніша когнітивна здатність до фактчекінгу й тематичної селекції.

Студентські наративи — «початковий хаос», «мобілізаційна єдність», «героїчний спротив», «буденність війни» та «інформаційна виснаженість» — утворюють динамічну «семантичну спіраль», що обертається між потребою в емоційній консолідації та прагненням до критичної дистанції. Офіційні повідомлення ефективні доти, доки резонують з цією спіраллю; надмірний риторичний шум чи замовчування втрат переводять державу з категорії морального компаса у категорію ритуального фону.

Аналіз дискурсу виявив, що межа між «патріотичною мобілізацією» та «примусовою пропагандою» визначається самими респондентами ситуативно: цензура прийнятна, якщо її обсяг пропорційний безпековій загрозі та підкріплений прозорими процедурними рамками. Водночас будь-яка герметизація інформаційного простору без пояснювального компоненту сприймається як ризик ерозії довіри.

Запропонований індикативний каркас може бути масштабований у кількісній парадигмі — сформульовані гіпотези (H1–H6) задають вектор подальшої операціоналізації. Практична значущість отриманих результатів полягає в уточненні параметрів ефективної державної комунікації для молодіжних аудиторій. По-перше, меседжі мають бути гнучко модульованими. По-друге, офіційний контент потребує вмонтованих тригерів фактчекінгу, що переводять його з категорії «прокламації» у категорію «верифікованого джерела». По-третє, необхідна ритмічна варіативність: чергування мобілізаційних та рефлексивних повідомлень знижує інформаційну втому і запобігає семантичній баналізації війни.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило більш ґрунтовно осмислити процес впливу державних медіакомунікацій на конструювання уявлень студентської молоді про повномасштабне вторгнення росії в Україну. У межах роботи було систематизовано концептуальні підходи до розуміння ролі державних комунікацій у сучасному інформаційному просторі. Аналіз теоретичних джерел дозволив інтегрувати класичні моделі із сучасними критичними підходами, сформулювавши визначення державних медіакомунікацій як інституційно-нормативного, технологічно опосередкованого та гібридно-воєнного процесу, що забезпечує виробництво смислів у політичному й культурному контекстах війни.

Запропоновано чотиривимірну операціоналізаційну матрицю, яка поєднує інституційність, технологічне опосередкування, смислове структурування та гібридний контекст інформаційної боротьби. Цей підхід відкриває нові можливості для подальшого емпіричного аналізу, дозволяючи розглядати державну комунікацію не як монолітну систему, а як гнучке поєднання стратегій, каналів і технологічних рішень.

Другим завданням дослідження було визначення ключових наративів та фреймів, що репрезентують повномасштабне вторгнення у державних медіа. Аналіз контенту офіційного телемарафону, звернень Президента та державних інформаційних платформ виявив домінантний фрейм «жертва-герой / агресор-зло», який розгалужується на п'ять ключових сюжетів: раптовий хаос, національна єдність, героїчний спротив, буденність війни та справедливий мир. Ці наративи формують морально однозначну картину конфлікту, яка підкріплюється повторюваними візуальними образами та емоційно зарядженими повідомленнями. Виявлено, що державні медіакомунікації функціонують не лише як інформаційне забезпечення, але й як інструмент

ритуалізованої культивуації колективної пам'яті, створюючи символічну основу для національної ідентичності в умовах війни.

Третім аспектом дослідження стало проведення пілотажного якісного аналізу, в якому було опитано дев'ятьох студентів Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Отримані дані засвідчили, що студентська аудиторія демонструє широкий спектр ставлення до державних комунікацій: від рефлексивно-лояльної довіри (31 %) до функціональної дистанції (46 %) та стратегічного скепсису (23 %). Хоча державні медіа займають у багатьох респондентів периферійне місце, помічено стабільність середнього рівня довіри поряд із критичною вимогливістю до якості повідомлень та зростанням інформаційної втоми. Це свідчить про перехід від пасивного споживання інформації до активної когнітивної оцінки державних меседжів, що є характерним для молодіжної аудиторії в умовах цифрової гібридної війни.

Четверте завдання було зосереджене на ідентифікації ключових наративних конструкцій, що впливають на формування уявлень про повномасштабне вторгнення. Виявлено п'ять домінантних сюжетів: перший шок, солідарність, героїка ЗСУ, рутинізація війни та інформаційне виснаження. Ці наративи не лише відтворюють державні фрейми, а й трансформують їх через призму особистого досвіду та медіаспоживання. Важливо, що наративи критично сприймаються студентами крізь призму алгоритмічної динаміки цифрових платформ, таких як Telegram та Instagram, де державні меседжі конкурують із альтернативними джерелами. Цей процес виявляє не лише здатність держави впливати на когнітивні матриці, а й межі цього впливу в умовах медіаплюралізму та динамічної інформаційної взаємодії.

Таким чином, проведене дослідження підтвердило значущість державних медіакомунікацій як інструменту не лише централізованого інформування, а й символічної влади, що формує когнітивні, емоційні та

поведінкові патерни у студентської молоді. Запропонована типологія довіри до державних медіа та виділені наративні кластери створюють основу для розробки контент-стратегій, орієнтованих на критичну, медіаграмотну аудиторію.

Перспективним напрямом подальших досліджень є поглиблене вивчення механізмів формування довіри до державних медіакомунікацій серед молоді, особливо у контексті цифрового середовища та алгоритмічного впливу. Варто зосередитися на ролі цифрових ритуалів пам'яті, розвитку медіарезистентності та критичного медіамислення як ключових чинників, що можуть зміцнити інформаційну стійкість аудиторії. Беручи до уваги зростаюче значення цифрових платформ, варто зосередити увагу на дослідженні способів підвищення прозорості державної комунікації, зміцнення довіри до офіційних каналів, а також забезпечення ефективної протидії дезінформації та маніпуляціям у медіапросторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. — Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. — 260 с.
2. Paul C. Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates. 1st ed. — Santa Barbara: Praeger, 2011. — 241 p.
3. NATO Strategic Communications Centre of Excellence. Social Media as a Tool of Hybrid Warfare. Riga: NATO StratCom COE, 2016. 49 p. [Електронний ресурс].
URL: https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/public_report_social_media_hybrid_warfare_22-07-2016-1.pdf (дата звернення: 13.04.2025).
4. Яворська Г. М. Гібридна війна як дискурсивний конструкт// Стратег. пріоритети. Серія: Політика, 2016. — № 4. — С. 41–48.
5. Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society // The Communication of Ideas — New York: Institute for Religious and Social Studies, 1948. — P. 37–51.
6. Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. — Cambridge, MA: MIT Press, 1991. — 301 p.
7. Kellner D. 9/11, Spectacles of Terror, and Media Manipulation // Critical Discourse Studies, 2004. — Vol. 1 no.1. — P. 41–64.
8. Couldry, N.; Hepp, A. The Mediated Construction of Reality. — Cambridge: Polity Press, 2016. — 256 p.
9. Thompson J. B. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. — Stanford: Stanford University Press, 1995. — 314 p.
10. Castells M. Communication Power.— Oxford: Oxford University Press, 2013. — 568 p.

11. Gerbner G., Gross L., Morgan M., Signorielli N. Growing up with television: The cultivation perspective // *Media Effects: Advances in Theory and Research*, 1994. — P. 100–127.
12. Chadwick A. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. — Oxford: Oxford University Press, 2017. — 320 p.
13. Bucher T. *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. — Oxford: Oxford University Press, 2018. — 224 p.
14. Bourdieu P. *Language and Symbolic Power*. — Cambridge: Polity Press, 1991. — 312 p.
15. Bourdieu, P. *On the State: Lectures at the Collège de France, 1989–1992* / ed. by P. Champagne, R. Lenoir, F. Poupeau, M.-C. Rivière. — Cambridge: Polity Press, 2014. — 435 p.
16. Berger P., Luckmann T. *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. — London: Penguin Books, 1966. — 219 p.
17. Noelle-Neumann E. *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*. — Chicago: University of Chicago Press, 1993. — 277 p.
18. Foucault M. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. — New York: Random House, 1995. — 352 p.
19. Goffman E. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. — Boston: Northeastern University Press, 1986. — 600 p.
20. Entman R. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // *Journal of Communication*. 1993. — Vol. 43 no. 4. — P. 51–58.
21. Herman E. S., Chomsky N. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. — New York: Pantheon Books, 2002. — 412 p.
22. Luhmann N. *The Reality of the Mass Media*. — Stanford: Stanford University Press, 2000. — 160 p.
23. Baudrillard J. *The Gulf War Did Not Take Place*. — Bloomington: Indiana University Press, 1995. — 87 p.
24. Searle J. *The Construction of Social Reality*. — New York: Free Press, 1995. — 241 p.

25. McCombs, M. *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. — Cambridge: Polity Press, 2008. — P. 68.
26. Guo L., McCombs M. Network Agenda Setting Theory: A Theoretical Exploration and Research Agenda // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. — 2011. — Vol. 88 no. 3. — P. 455–472.
27. Harder, R. A., Sevenans, J., & Van Aelst, P. Intermedia Agenda Setting in the Social Media Age: How Traditional Players Dominate the News Agenda in Election Times // *The International Journal of Press/Politics*, 2017. — Vol. 22, no. 3. — P. 275–293.
28. Мотлях О., Бойко Л. Засоби масової інформації в системі державних інформаційних ресурсів України // *Науковий вісник Академії муніципального управління*. Серія: Управління, 2023. — № 1 (38). — С. 89–94.
29. Hordecki B., Nosova B. Volodymyr Zelensky's presidential rhetoric as a strategic resource. // *Przegląd Strategiczny*, 2023. — №16. — P. 237–205.
30. Звернення Президента України від 24.02.2022 [Електронний ресурс]. URL: <https://www.president.gov.ua/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-73137> (дата звернення: 15.05.2025).
31. Звернення Президента Володимира Зеленського до українців і народів світу від 24.03.2022 [Електронний ресурс]. URL: <https://www.president.gov.ua/news/zvernennya-prezidenta-volodimira-zelenskogo-do-ukrayinciv-i-73777> (дата звернення: 15.05.2025).
32. Перемога України у війні з Росією буде спільною перемогою всього демократичного світу – Президент в інтерв'ю NBC від 29.06.2022 [Електронний ресурс]. URL <https://www.president.gov.ua/news/peremoga-ukrayini-u-vijni-z-rosiyeu-bude-spilnoyu-peremogoy-76117> (дата звернення: 15.05.2025).
33. Новорічне привітання Президента України Володимира Зеленського від 31.12.2022 [Електронний ресурс]. URL:

- <https://www.president.gov.ua/news/novorichne-privitannya-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelens-80197> (дата звернення: 15.05.2025).
34. Звернення Президента Володимира Зеленського з нагоди Дня Конституції України від 28.06.022 [Електронний ресурс]. URL: <https://www.president.gov.ua/news/zvernennya-prezidenta-volodimira-zelenskogo-z-nagodi-dnya-ko-76093> (дата звернення: 15.05.2025).
35. Звернення Президента України Володимира Зеленського «Лютий. Рік незламності» від 24.02.2023 [Електронний ресурс]. URL: <https://www.president.gov.ua/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-lyutij-81213> (дата звернення: 16.05.2025).
36. Новорічне привітання Президента України Володимира Зеленського від 31.12.2023 [Електронний ресурс]. URL: <https://www.president.gov.ua/news/novorichne-privitannya-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelens-88037> (дата звернення: 16.05.2025).
37. Ми маємо здобути мир силою, мудрістю та єдністю – нашою з вами співпрацею – виступ Президента на пленарному засіданні «Підтримуй Україну» від 24.02.2025 [Електронний ресурс]. URL: <https://www.president.gov.ua/news/mi-mayemo-zdobuti-mir-siloyu-mudristyu-ta-yednistyu-nashoyu-96305> (дата звернення: 16.05.2025).
38. Ми стали на 730 днів ближчі до перемоги – звернення Президента України від 24.02.2024 [Електронний ресурс]. URL: <https://www.president.gov.ua/news/mi-stali-na-730-dniv-blizhchi-do-peremogi-zvernennya-prezide-89217> (дата звернення: 16.05.2025).
39. Chiluya I., Ruzaitė J. Analysing the language of political conflict: a study of war rhetoric of Vladimir Putin and Volodymyr Zelensky // Critical Discourse Studies, 2024. — P. 1–17.
40. Sybille R. Visual framings of the war in Ukraine: Evoking emotions and mobilization, // DiscourseNet Collaborative Working Paper Series, 2022. — Vol. 8, no. 5. — P. 1–7.

41. Довженко О. Диво, що затягнулося. Телемарафон «Єдині новини» у 2022 році. Детектор медіа, 28 грудня 2022. [Електронний ресурс]. URL: <https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/206445/2022-12-28-dyvo-shcho-zatyagnulosya-telemarafon-iedyni-novyny-u-2022-rotsi/> (дата звернення: 19.05.2025).
42. Пуцята І. Сучасні методи впливу на підсвідомість глядацької аудиторії в телемарафоні «Єдині новини» // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації, 2022. — № 4 (52). — С. 69–75.
43. Коцур, В., Коцур, Л., Грига, О. Основні напрямки реалізації державної інформаційної політики України в умовах воєнного стану: виклики та завдання. // Публічне управління: концепції, парадигма, розвиток, удосконалення, 2023. — №6. — С. 90–103.
44. Інститут масової інформації. Внутрішнє іномовлення України. На кого мовлять державні телеканали "Дім" і "FreeДом" [Електронний ресурс]. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/vnutrishnye-inomovlennya-ukrayiny-na-kogo-movlyat-derzhavni-telekanaly-dim-i-freedom-i57418> (дата звернення: 17.05.2025).
45. Інститут масової інформації. Телега війни. Аналіз основних джерел та тем українських онлайн-медіа [Електронний ресурс]. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/dzherela-onlajn-media-ofitsijni-osib-neofitsijni-akaunty-ta-inozemni-media-doslidzhennya-imi-i48039#:~:text=match%20at%20L154%20%D0%A3%2024%2C9,%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%20%2816%2C6%25%20%D0%B2%D1%81%D1%96%D1%85> (дата звернення: 17.05.2025).
46. Bauman Z. Globalization: The Human Consequences. New York: Columbia University Press, 1998. — 160 p.
47. «Українські медіа, ставлення та довіра у 2024 р.» [Електронний ресурс]. URL: https://drive.google.com/file/d/1kwsclr3Qm2QaqaIVv0_l4saWRFY_NXWb/view (дата звернення: 20.05.2025).

48. «Вплив війни на молодь в Україні» / Костюченко Т., Волосевич І.; Info Sapiens — Київ, 2024. — 84 с. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/publications/vplyv-viyny-na-molod-y-ukrayini-2024> (дата звернення: 18.05.2025).
49. Савченко С., Курило В. «Інформаційна війна росії проти України: особливості інформаційного впливу на українську молодь» // Соціокультурний контекст розвитку освіти, 2018. — №2 (169). — С. 5–17
50. Шехавцов М. Формування інформаційної культури студентської молоді в умовах інформаційно-гібридної війни. — Старобільськ, 2021. — 277 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Гайд глибинних інтерв'ю

Вступ

- а) Як я можу до Вас звертатись?
- б) Скільки Вам років?
- в) Який рівень освіти зараз здобуваєте?
- г) Чим любите займатись у вільний час? Чи маєте час на споживання новин?

БЛОК 1. Інформаційні практики та медійне середовище

- 1.1 Наскільки часто Ви слідкуєте за новинами, пов'язаними з війною?
- 1.2 Які основні джерела інформації Ви використовуєте?
- 1.3 Чи споживаєте Ви інформацію з державних ресурсів?
- 1.4 Як Ви оцінюєте рівень довіри до державних медіа?
- 1.5 Проективна методика «Інформаційна мапа». Уявіть, що Ваше інформаційне середовище — це мапа певної місцевості:
 - а) Якої вона форми, на що схожа?
 - б) Які джерела знаходяться в «центрі» цієї мапи — до кого Ви звертаєтесь найчастіше?
 - в) Які джерела на «периферії» — менш значущі, але присутні?

Якщо державні медіа — це компас, яким Ви маєте користуватись на глобальній інформаційній мапі:

- а) Чи часто Ви ним користуєтесь? Для чого?
- б) Чи були випадки, коли цей компас збивався з курсу?

БЛОК 2. Уявлення про повномасштабне вторгнення

2.1 Які слова або образи асоціюються у Вас із повномасштабним вторгненням?

2.2 Про що найчастіше Вам доводилось і доводиться чути у площині новин про війну? Які теми постійно на слуху?

2.3 Чи дивились Ви телемарафон «Єдині новини» на початку вторгнення? Як сприймаєте цей формат?

БЛОК 3. Осмислення медіанаративів війни

3.1 Як Ви розумієте термін «медіавійна»?

3.2 Які механізми або компоненти медіавійни Ви бачите?

3.3 Чи помічаєте Ви, що наша держава веде боротьбу в інформаційному просторі? Як це проявляється?

3.4 Хто є ворогом або ворогами України в медіапросторі?

3.5 Проективна методика «Казка». Якщо б Ви були редактором, який готує книгу про повномасштабне вторгнення:

а) Які ключові «розділи» Ви б до неї включили? Які заголовки дали б?

б) Які образи чи крилаті вислови Ви вважаєте знаковими та обов'язковими для висвітлення?

БЛОК 4. Критичне осмислення та сприйняття альтернатив

4.1 Чи змінилось Ваше ставлення до державних комунікацій від 2022 до 2025 року?

4.2 Які події вплинули на зміну вашої довіри до державних джерел?

4.3 Як Ви ставитеся до альтернативних точок зору на події війни?

4.4 На Вашу думку, які завдання мають стояти перед державними медіа в умовах війни?

БЛОК 5. Позиція щодо ролі держави в інформаційному просторі

5.1 Чи вважаєте ви допустимим застосування державою пропаганди? Де проходить для вас межа між пропагандою і правдивим інформуванням?

5.2 Чи має держава централізувати та чітко узгоджувати комунікацію?

5.3 Чи вважаєте Ви, що в умовах війни повинна існувати система фільтрації інформації для громадян?

5.4 Чи повинна держава запроваджувати цензуру? У яких випадках це допустимо?

5.5 Як Ви оцінюєте роль державних медіа у формуванні Вашого уявлення про повномасштабне вторгнення?

Додаток Б

ID	Ім'я	Стать	Вік	Освітній рівень
R1	Андрій	Ч	20	Бакалавр
R2	Анна	Ж	20	Бакалавр
R3	Валерія	Ж	19	Бакалавр
R4	Даніель	Ч	22	Магістр
R5	Микита	Ч	20	Бакалавр
R6	Микола	Ч	19	Бакалавр
R7	Софія	Ж	21	Бакалавр
R8	Софія	Ж	21	Магістр
R9	Ярослава	Ж	18	Бакалавр

Таблиця 1. Профіль респондентів

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота на тему «Вплив державних медіакомунікацій на конструювання уявлень студентів про повномасштабне вторгнення в Україну» присвячена дослідженню механізмів символічної влади держави у цифровому медіапросторі та їхню рецепцію студентською молоддю.

Об'єктом дослідження є державні медіакомунікації України в період повномасштабного вторгнення росії (2022–2025 рр.) Предметом — процес конструювання уявлень про повномасштабне вторгнення крізь державні медіакомунікації на прикладі студентів. Основна мета роботи — виявити особливості впливу державних медіакомунікацій на конструювання уявлень студентів про повномасштабне вторгнення росії в Україну.

Теоретичною основою дослідження слугують концепції символічної влади, соціального конструювання реальності, медіалогіки та теорії порядку денного, а також підходи до медіатизації та фреймінгу.

Емпірична база дослідження включає аналіз офіційних звернень Президента України та матеріалів телемарафону «Єдині новини», а також глибинних інтерв'ю зі студентами. Виявлено ключові фрейми і наративні конструкти державної комунікації, механізми інтеріоризації офіційного дискурсу та потенційні зони когнітивного опору.

Отримані результати можуть бути використані для вдосконалення державних інформаційних стратегій, підвищення ефективності комунікації з молоддю, формування критичного мислення та розробки адаптивних медіакампаній.

Ключові слова: державні медіакомунікації, символічна влада, конструювання реальності, студентська молодь, гібридна війна.

ABSTRACT

The qualification thesis “The Impact of State Media Communications on the Construction of Students’ Perceptions of the Full-Scale Invasion of Ukraine” explores the mechanisms of the state’s symbolic power within the digital media space and its reception by university students.

The object of the study is Ukraine’s state media communications during the full-scale Russian invasion (2022–2025). The subject is the process of constructing perceptions of the invasion through official media narratives, analyzed through the lens of student audiences. The main aim is to identify the structural features of how state communications shape students’ understanding of the war.

The theoretical framework draws upon concepts of symbolic power, social construction of reality, media logic, agenda-setting theory, as well as mediatization and framing approaches.

The empirical basis includes an analysis of official addresses by the President of Ukraine and content from the national telethon “Yedyni Novynu,” supplemented by in-depth interviews with students. The study identifies key frames and narrative constructs of state communication, mechanisms of discourse internalization, and potential zones of cognitive resistance.

The findings may be applied to enhance state information strategies, improve youth-targeted communication, foster critical thinking, and develop adaptive media campaigns.

Keywords: state media communications, symbolic power, construction of reality, student youth, hybrid war.