

МЕДІЙНА ВІЙНА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СУСПІЛЬСТВО: ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

Анна Іванівна ЛЕВИЦЬКА,

канд. пед. наук, старший викладач
кафедри філософії, біоетики та
іноземних мов Одеського національного
медичного університету
<https://orcid.org/0000-0002-5563-3353>

MEDIA WARFARE AND ITS IMPACT ON SOCIETY: CHALLENGES FOR UKRAINIAN MEDIA

Media warfare, sometimes known as hybrid warfare, has become a crucial component of contemporary geopolitical struggles. This form of conflict involves the use of information resources to achieve political, economic, and military objectives. Ukraine, facing Russian aggression, has emerged as a particular victim of media warfare, presenting significant challenges for Ukrainian media outlets. In this essay, we will explore how media warfare influences society and examine the tasks that Ukrainian media face in the midst of this influence.

Медійна війна, інколи відома як гібридна війна, стала важливою складовою сучасної геополітичної боротьби. Ця форма конфлікту включає в себе використання інформаційних ресурсів для досягнення політичних, економічних та військових цілей. Україна, яка зіткнулася із російською агресією, стала особливою жертвою медійної війни, і це створює значні виклики для українських ЗМІ. В даному есе розглянемо, як медійна війна впливає на суспільство та які завдання стоять перед українськими ЗМІ в умовах цього впливу.

Медійна війна зазвичай включає розповсюдження дезінформації, фейкових новин та пропаганди з метою вплинути на громадську думку та формування негативного ставлення до певних подій, осіб або ідеологій. У випадку України, російська агресія супроводжується активною медійною кампанією, яка спрямована на дискредитацію української влади та підрив її авторитету. Ця дезінформація може бути надзвичайно шкідливою, оскільки вона створює пліч-о-пліч зовнішній агресії ще один фронт, де Україна мусить захищати свою незалежність та імідж [4].

Українські ЗМІ стикаються із серйозним завданням відповісти на медійну агресію. Перш за все, вони повинні забезпечити надійну та об'єктивну інформацію для своїх читачів, глядачів та слухачів. Розкриття дезінформації та фейкових новин стає надзвичайно важливим завданням для професійних журналістів. Вони повинні надавати аналітичні матеріали, факт-чеки та відверто висвітлювати джерела дезінформації [2].

Додатково, українські ЗМІ повинні активно прагнути розширювати свої зв'язки та співпрацю з міжнародними організаціями, журналістськими спілками та визнаними фахівцями у галузі медіа. Міжнародна підтримка та обмін досвідом стають дуже цінними ресурсами для українських ЗМІ в їхній роботі щодо відповіді на медійну війну.

Співпраця з міжнародними організаціями, такими як Організація з питань безпеки та співробітництва в Європі (ОБСЄ) чи Рада Європи, може допомогти українським ЗМІ отримувати підтримку, консультації та навчання в галузі журналістики та медіаетики. Ця співпраця може також сприяти покращенню стандартів та етики в журналістиці [3, 6].

Обмін досвідом з визнаними журналістами та медіаекспертами з усього світу може збагатити українські ЗМІ з новими ідеями та кращими практиками. Взаємодія із колегами з інших країн дозволяє розглядати проблеми та виклики медійної війни з різних ракурсів та розробляти більш ефективні стратегії відповіді.

Загалом, міжнародна співпраця та обмін досвідом сприяють підвищенню професіоналізму українських ЗМІ та допомагають їм стати більш відповідальними та впливовими гравцями у медійному просторі. Це допомагає зміцнити роль ЗМІ у суспільстві та їхню здатність відстоювати інформаційну незалежність в умовах медійної війни [1].

Зміцнення медійної грамотності серед громадян є надзвичайно важливим аспектом реакції на медійну війну. Українські ЗМІ, спільно з науковцями та освітніми установами, мають активно сприяти розвитку цієї грамотності, оскільки вона впливає на здатність суспільства аналізувати інформацію критично та розрізняти правдиву інформацію від фейкових новин [2].

Однією з основних складових медійної грамотності є розвиток критичного мислення серед громадян. Громадяни повинні бути здатні аналізувати інформацію з різних джерел та джерел дозволу, розуміти, які можливі мотивації стоять за певними повідомленнями. Критичне мислення допомагає запобігти прийняттю недостовірної інформації та сприяє формуванню обґрунтованих поглядів.

Навички розрізнення надійної інформації від фейкових новин також є важливим компонентом медійної грамотності. Громадяни повинні бути здатні використовувати методи факт-чекінгу та перевіряти джерела інформації, перш ніж вірити чи поширювати її. Розуміння основних методів створення фейкових новин дозволяє уникати попадання в пастки дезінформації [5, 8].

Освіта і інформаційна грамотність грають важливу роль у зміцненні суспільної стійкості до медійної маніпуляції. Широкий доступ до навчальних ресурсів та освітніх ініціатив сприяє підвищенню рівня грамотності серед громадян. Інформаційна грамотність означає не лише знання про медійну сферу, але й здатність аналізувати, оцінювати та критично ставитися до інформації [9].

У цілому, зміцнення медійної грамотності стає важливим інструментом для суспільства в боротьбі з медійною війною. Це допомагає громадянам захищати свою інформаційну незалежність і робить їх менш вразливими до маніпуляцій та дезінформації, що є важливим аспектом українського суспільства, що долає виклики медійної війни.

У заключенні, медійна війна є великим викликом для українських ЗМІ та суспільства в цілому. Вона вимагає надзвичайної відповідальності, професіоналізму та співпраці. Подолання цього виклику стане важливим кроком у забезпеченні інформаційної незалежності та стійкості України у світі.

Список використаних джерел:

1. McChesney, R. W. (2009). Rich media, poor democracy: Communication politics in dubious times. University of Illinois Press.
2. Tuchman, G. (2018). Making news: A study in the construction of reality. Free Press.
3. Sunstein, C. R. (2017). #Republic: Divided democracy in the age of social media. Princeton University Press.
4. Ward, S. J. A., & Williams, A. P. (2004). The impact of media diversity: Effects on pluralism and polarization. *Political Communication*, 21(2), 171-185.
5. Lynch, J., & McGoldrick, A. (2005). Peace journalism. Hawthorn Press.
6. Cottle, S. (2006). Mediatized conflict: Developments in media and conflict studies. Open University Press.
7. Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect. Three Rivers Press.
8. Papacharissi, Z. (2015). Affective publics: Sentiment, technology, and politics. Oxford University Press.