

АВРАМЕНКО І.А.

*аспірантка кафедри соціальних комунікацій
та інформаційної діяльності
Запорізький національний університет
м. Запоріжжя, Україна*

БЕРЕЗЕНКО В.В.

*доктор наук із соціальних комунікацій, професор,
завідувач кафедри соціальних комунікацій
та інформаційної діяльності
Запорізький національний університет
м. Запоріжжя, Україна*

ДОВІРА АУДИТОРІЇ ТА ЗМІНА КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ

Проблема довіри до медіа набула особливого значення для українського суспільства з початком повномасштабного вторгнення. У кризових ситуаціях, коли інформація стає не лише ресурсом, а й інструментом виживання, саме рівень довіри до медійних інституцій визначає ефективність комунікаційних процесів.

У період активних бойових дій та гуманітарних загроз медіа виконують не лише інформативну, а й життєзберігаючу функцію: повідомлення про повітряні тривоги, евакуаційні маршрути, роботу «пунктів незламності», наявність гуманітарної допомоги чи медикаментів. Упевненість аудиторії в джерелах інформації дозволяє ефективно протидіяти дезінформаційним кампаніям, зберігати єдність інформаційного простору, служити гарантією збереження людських життів.

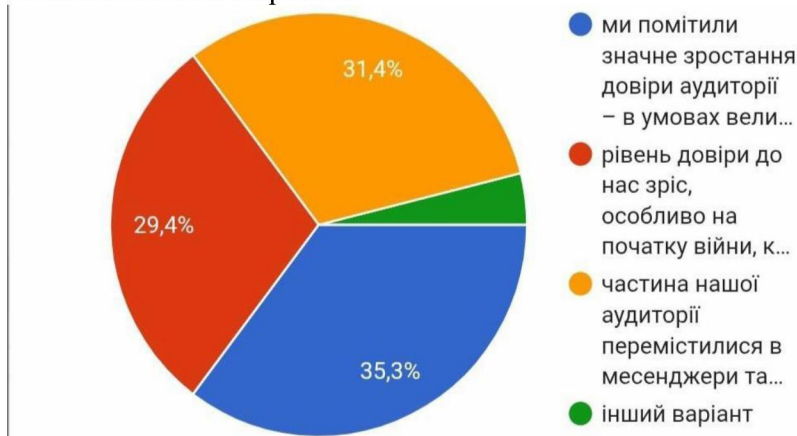
«Тому для ворога важливо впливати на рівень довіри до популярних медіа, щоб зменшити його. Натомість просувати в інфополі (з метою впливати через нього) свої канали комунікації з викривленою інформацією» [1, с. 191].

В межах опитування «Редакційна відповідальність і практика», проведеного кафедрою журналістики Університету митної справи та фінансів «Соціальний і технологічний аспекти трансформації медіасфери України у воєнний і поствоєнний періоди», було опитано 51 представника регіональних редакцій на тему: чи змінилася довіра читачької аудиторії до їхнього медіа під час повномасштабного вторгнення?

Над опитуванням працювали: професор кафедри журналістики УМСФ, доктор наук з державного управління, професор В.М. Дрешпак, старший викладач кафедри журналістики УМСФ, доктор філософії із журналістики В.С. Бабенко, асистент кафедри журналістики УМСФ, аспірантка ЗНУ І.А. Авраменко.

35,3% представників регіональних медіа відзначили зростання довіри до своїх видань в умовах великої війни.

29,4% відповіли, що рівень довіри суттєво зростає саме на початку повномасштабного вторгнення.



Діагр. 1. Характер змін довіри читачької аудиторії до їхнього медіа під час повномасштабного вторгнення.

Дані результати свідчать, що в умовах глибокої суспільної кризи саме перевірена інформація, підготовлена відповідно до професійних стандартів, залишалася цінним ресурсом для аудиторії.

Водночас 31,4% респондентів звернули увагу на помітну міграцію своєї аудиторії до месенджерів, насамперед Telegram. Частина редакцій інтерпретувала це як потенційну втрату читачької уваги або навіть довіри до традиційних медіаплатформ.

За спостереженнями науковців, читацька аудиторія почала мігрувати в Telegram-канали не в останню чергу через комунікаційні ініціативи української влади: «Власні Telegram-канали започаткувала велика кількість органів державного управління на місцях, заклади освіти, охорони здоров'я, місцеві відділи поліції. На сторінках Telegram-каналів можна було відшукати інформацію про пункти незламності, видачу гуманітарної допомоги, про відправку евакуаційних потягів, наявність пального по маршрутах пересування біженців тощо» [2, с. 46].

Водночас зростання ролі месенджерів у поширенні інформації під час повномасштабного вторгнення варто розглядати не стільки як конкуренцію класичним медіа, скільки як складову ширшої трансформації інформаційного середовища. Повсюдне використання Telegram-каналів у період повномасштабного вторгнення насамперед зумовлене низкою функціональних переваг месенджерів.

Простота інтерфейсу, мобільність і швидкість доступу до інформації зробили цю платформу популярною серед широких верств населення в умовах дефіциту часу, масового переміщення населення та потреби у негайному реагуванні на події.

Погоджуємося з О. Демків, який зазначає, що для підтримки довіри до медіа в умовах воєнного стану необхідно проводити ефективну державну інформаційну політику, підтримуючи незалежну журналістику, підвищувати медіаграмотність населення та сприяти розвитку громадянського суспільства. [3, с. 137]

Отже, протягом війни регіональні медіа залишаються ключовим джерелом перевіреної інформації та чинником суспільної стійкості, а зростання ролі цифрових платформ, передусім месенджерів, свідчить про трансформацію комунікаційного середовища, що вимагає від редакцій адаптації форматів роботи, мультимедійної інтеграції та гнучкого використання цифрових інструментів.

Список використаних джерел

1. Колодійчук В. Довіра до медіа в Україні: чинники й тенденції. *Наукові записки інституту журналістики*. 2025. Т. 86, № 1. С. 189–199.
2. Ніколаєць Ю. Державна інформаційна політика України в умовах повномасштабного воєнного вторгнення Російської Федерації: суспільно-мобілізаційний потенціал і ефективність. *Політичні дослідження / Political Studies*. 2024. № 1 (7). С. 42–67.
3. Демків, О. Теоретичне моделювання модальностей (не)довіри до медіа в умовах війни. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2024. Вип. 18. С. 121–141.