

Шилов В.Ю., магістр, факультет міжнародних відносин і журналістики
ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Україна

ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ В ЗМІ В УМОВАХ ВІЙНИ

У світлі теперішніх подій, коли інформаційний простір став простором напружених конфліктів та військових дій, функціонування медійного дискурсу в ЗМІ набуває особливого значення. Буде простежено вплив воєнного конфлікту на формування і поширення інформації, розкрито ключові механізми медійного впливу та з'ясовано, як вони визначають сприйняття глобальної громадськості. Умови війни створюють своєрідний контекст для медійного дискурсу, в якому правда і маніпуляції переплітаються, а образи стають потужним інструментом впливу. Дослідження цього явища відкриває перед нами не лише роль ЗМІ в інформаційній війні, але й важливість критичного мислення суспільства в умовах надзвичайних подій. Саме актуальність медійного дискурсу під час війни є мало висвітленою темою, але дуже актуальною і тому заслуговує на аналіз.

Метою дослідження є розкриття важливості використання медійного дискурсу в ЗМІ під час війни в країні. Дана тема є актуальною, але вона мало досліджена, тому у ході статті висвітлюється опис, ключові фактори, дослідження і думки з використання медійного повідомлення. Цей аспект медіа дискурсу вивчали такі фахівці: Ноам Хомскі, Едвард Саїд, Жан Бодріяр, Маршалл Маклюен.

Функціонування медійного дискурсу в умовах війни відображає складний взаємозв'язок між ЗМІ та геополітичними конфліктами, пронизуючи тканину сучасного інформаційного простору. Ноам Хомскі, відомий своїм дослідженням ролі мас-медіа, зокрема, поглибився у вивчення впливу ЗМІ на формування громадської думки в умовах війни. Його аналіз розкриває не лише фактори, що визначають обрані кути зору та розповсюдження інформації, але і важливість розрізнення між об'єктивністю та потенційною маніпуляцією військового контексту. Хомскі підкреслює, як ЗМІ можуть служити інструментом влади у формуванні образів «ворога», визначаючи тим самим перспективу сприйняття конфлікту. Розуміння цих механізмів є ключовим для критичного аналізу та збалансованого сприйняття подій в умовах війни, де інформаційний шум та маніпуляція стають неодмінною складовою сучасного медійного дискурсу [1, с. 31].

У контексті воєнного конфлікту медійний дискурс в ЗМІ виявляється складною мережею інформаційних взаємодій, що формує глибокий вплив на сприйняття та розуміння подій. Сучасні технології та швидкість поширення інформації додають складності цьому процесу, роблячи його більш динамічним та вразливим до маніпуляцій. В умовах військових конфліктів медійний ландшафт стає ареною, де формується не лише повідомлення про події, але й активно конструюються образи «ворога» та визначається національна ідентичність. Розуміння цього процесу вимагає аналізу ролі ЗМІ у виборі інформаційних кадрів, мовних засобів та стратегій впливу. Дослідження відзначає важливість відділення об'єктивного від суб'єктивного та акцентує на необхідності розвитку медіаграмотності громадськості, щоб стати критичним споживачем інформації в умовах високого інформаційного напруження.

У сучасному світі, де військові конфлікти переплітаються з інформаційною війною, функціонування медійного дискурсу в ЗМІ набуває особливого значення. Дослідження Едварда Саїда, видатного критика та літературознавця, додає глибини нашому розумінню цього явища. В своїй книзі «Орієнталізм» Саїд вказує, що «ЗМІ можуть створювати стереотипи та образи, формуючи колективне уявлення про «ворога»». У контексті війни це має важливе значення, оскільки, за словами Саїда, «медійний дискурс не лише відображає події, а й активно конструює наративи, які визначають сприйняття конфлікту». Досліджуючи вплив ЗМІ на формування образу «ворога», він закликає до критичного аналізу інформації, яка надходить через медійні засоби в умовах війни [2, с. 25].

В умовах військових конфліктів медійний дискурс в ЗМІ виявляється не просто інформаційним каналом, а складною креативною комунікацією, яка не лише відтворює події, але і створює власну реальність. У своїх роботах Жан Бодріяр акцентує увагу на тому, що «медіа не відображають світ, але конструюють його, перетворюючи на знаки та символи». У військовому контексті це особливо відчутно, оскільки, за його словами, «сучасні медіа створюють симулякри, які відокремлюються від реальності». Аналізуючи це твердження, ми розуміємо, що ЗМІ в умовах війни фактично розбивають реальність на знаки та символи, формуючи ворожі образи як абстрактні поняття, що визначають сприйняття громадськістю конфлікту та військових подій [3, с. 9].

У військовому контексті феномен медійного дискурсу в ЗМІ виявляється не тільки рефлексією подій, але й активним конструюванням сучасної реальності. Слова Маршалла Маклюєна, великого теоретика медіа, надають цьому явищу особливого освітлення, коли він стверджує, що «засоби масової інформації не тільки віддзеркалюють суспільство, але і створюють його». У контексті війни це особливо актуально, бо, як відзначає Маклюєн, «процеси комунікації стають ключовим фактором формування суспільства, його цінностей та структури». Розглядаючи медійний дискурс в умовах військових конфліктів через призму цих слів, ми розуміємо, що ЗМІ виступають не лише інформаційними посередниками, але й активними учасниками процесу формування суспільного уявлення про війну, впливаючи на сприйняття та інтерпретацію подій [4, с. 73].

У сучасному військовому просторі медійний дискурс в ЗМІ, особливо на платформі інтернет-видань, виступає не просто як інформаційний посередник, але як активний архітектор громадської свідомості та перцепції воєнних подій. Інтернет-видання, з їхньою швидкістю та доступністю, визначають не тільки тон інформаційних повідомлень, але й формують наративи, керуючи увагою та реакціями аудиторії. Вони служать не лише засобом передачі фактів, а й важливим інструментом впливу на емоційний фон громадської думки та визначення ставлення до військових конфліктів. Інтернет створює унікальний простір, де спільноти формуються та взаємодіють, а образ війни стає результатом взаємодії різних медійних акторів та індивідуальних користувачів. Таким чином, функціонування медійного дискурсу в інтернет-виданнях в умовах війни переходить від простої трансляції інформації до активного формування віртуальної реальності, в якій образи, перекази та коментарі взаємодіють, впливаючи на сприйняття та реакцію громадськості.

Отже, медійний дискурс в ЗМІ має великий вплив на комунікацію під час війни,

він цілеспрямовано діє на психологічне сприйняття інформації людиною і його відношення до реальних подій.

Список використаних джерел:

1. Хомскі Н. Виробництво згоди. Політична економія мас-медіа / Н. Хомскі, Е. Херман. – Лондон: Bodley, 1988. – 335 с.
2. Саїд Е. Орієнталізм / Едвард Саїд., 1978. – 672 с. – (Penguin Modern Classics).
3. Бодріяр Ж. Симулякри та симуляція / Жан Бодріяр. – Будапешт: Міжнародний фонд Відродження, 1981. – 420 с.
4. Маклюєн М. The Medium Is the Massage / Маршалл Маклюєн. – Лондон: Bantam Books, 1967. – 269 с.