

\*\*\*\*\*

## ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

\*\*\*\*\*

УДК 070(470):316.658.4]:[327.5:355.01(477:470)«2022»]

DOI 10.32840/cpu2219-8741/2023.3(55).3

**К. О. Бут**

аспірантка

e-mail: kristina.1997but@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6690-588X

Запорізький національний університет

вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69002

### МЕДІАРЕАЛЬНІСТЬ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ (НА ПРИКЛАДІ ТИМЧАСОВО ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЙ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ)

**Мета дослідження** – розглянути медіареальність як інструмент пропаганди та маніпуляцій у контексті впливу на громадську думку, продемонструвати засоби її конструювання на прикладі регіональної періодики та диджитал-медіа, що діють на тимчасово окупованих територіях Запорізької області.

**Методологія дослідження.** У процесі дослідження були застосовані методи систематизації, аналізу і синтезу. Виконано огляд та фактчекінг друкованих і диджитал-матеріалів з тимчасово окупованих територій Запорізької області щодо того, яку медіареальність вони демонструють. До вибірки увійшли червневі пропагандистські матеріали, які поширювали на тимчасово окупованих територіях Запорізької області, зокрема, фрагменти газет «Газета парламентського собрания союза Беларуси и России» (23–29 червня 2023 / № 26), «Запорожский вестник» (№ 10) та диджитал-матеріали (зокрема, телеграм-канал «Запорожский вестник» та сайт ZP-news.ru). Висунуто гіпотези щодо інструментів і методів, за допомогою яких медіареальність може впливати на громадську думку.

**Результати.** Розглянуто можливі інструменти впливу медіареальності на суспільну думку (на прикладі громадян, що живуть на тимчасово окупованих територіях Запорізької області). Теоретичний аналіз свідчить, що вплив медіареальності на свідомість індивідів і груп розглядали й у минулому столітті. Зокрема, журналістикознавці В. Шрамм і Д. Робертс підкреслювали, що владні структури прагнуть показати суспільству іншу реальність, коли відчувають брак власних сил і переконань. Запропоноване авторське визначення поняття медіареальності: сконструйована соціокультурна реальність, віртуальний простір, сукупність явищ і процесів, відображених або викривлених у медіа, які впливають на сприйняття, розуміння та спосіб взаємодії людей з реальним світом, формують громадську думку та можуть бути направлені на зміну поведінки споживачів. Практичний аналіз пропагандистських джерел, які введені в обіг на тимчасово окупованих територіях Запорізької області, демонструє, що конструювання медіареальності – важливий елемент впливу на маси. Досягається він за допомогою ряду інструментів: створення інформаційного вакууму; застосування «псевдофактчекінгу» або ж звинувачення української сторони в поширенні неправдивої інформації; замовчування або применшення інформації; створення певних символів, візуальних образів для впливу на підсвідомість; публікація емотивного контенту; активація «спіралі мовчання» та частих повторень повідомлень.

**Практичне значення.** В умовах інформаційної війни Росії проти України результати дослідження можуть бути застосовані для розробки протидії ворожій пропаганді, а також для реінтеграції жителів тимчасово окупованих територій.

**Ключові слова:** пропаганда, медіареальність, фейки, наративи, інформаційна війна, медіаграмотність, ключові меседжі, тимчасово окуповані території Запорізької області, маніпуляції, фактчекінг.

#### I. Вступ

Повномасштабна війна Росії проти України та діяльність росіян на новоокупованих територіях вимагають зусиль не тільки на фронті, але й в інформаційній площині. Як слушно зауважує

дослідниця Л. Чернявська, «медіареальність трансформує світ навколо себе, керуючи людськими емоціями та впливаючи на психологічний стан. Ця її здатність стає особливо важливою в кризових умовах» [29].

На тлі успішних контрнаступальних дій Збройних сил України на Запорізькому напрямку та визволення кількох населених пунктів, окупанти та представники так званої окупаційної влади вдаються до пропаганди й застосовують медіареальність як засіб тиску та впливу на громадян, підтримки власного іміджу тощо.

Враховуючи загрози для колаборантів й окупантів події (звільнення населених пунктів у Запорізькій області, заходи Російського добровольчого корпусу у Белгородській області, заколот ПВК Вагнер тощо), ми аналізували в цій статті медіареальність, пропонувану на сторінках пропагандистських джерел, на предмет викривлення вищезгаданих подій для подальшого впливу на суспільну думку громадян на новоокупованих територіях. Наш науковий інтерес було сформульовано у кількох питаннях: *Чи висвітлювалися у цих джерелах вищезгадані події? Якими інструментами користувалися псевдожурналісти для того, щоб сформувати власну медіареальність? За допомогою чого ця сконструйована медіареальність може зчиняти вплив на наших громадян на тимчасово окупованих територіях?*

## II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – розглянути медіареальність як інструмент пропаганди та маніпуляцій у контексті впливу на громадську думку, продемонструвати засоби її конструювання на прикладі регіональної періодики та диджитал-медіа, що діють на тимчасово окупованих територіях Запорізької області.

У процесі дослідження були застосовані методи систематизації, аналіз і синтез. Виконано огляд і фактчекінг друківаних та диджитал-матеріалів з тимчасово окупованих територій Запорізької області щодо того, яку медіареальність вони демонструють. До вибірки увійшли червневі пропагандистські матеріали, які поширювали на тимчасово окупованих територіях Запорізької області, зокрема, фрагменти газет «Газета парламентского собрания союза Беларуси и России» (23–29 червня / 2023 / № 26) [5], «Запорожский вестник» (№ 10) [6] та диджитал-матеріали (зокрема, телеграм-канал «Запорожский вестник» [9] та сайт ZP-news.ru [22]); вибірково для підтвердження створення ефекту інформаційного вакууму розглянуто й українські джерела (до прикладу, [27; 28; 26; 25; 24; 23; 21; 20]). Також були висунуті гіпотези про те, за допомогою яких інструментів і шляхом створення яких ефектів медіареальність може впливати на суспільну думку громадян та/або змінювати поведінку громадян на тимчасово окупованих територіях.

## III. Результати

Проаналізувавши джерельну базу та дослідивши практичний аспект функціонування медіареальності у соціокомунікаційних процесах, пропонуємо авторське визначення цього явища. Отже, медіареальність – це сконструйована соціокультурна реальність, віртуальний простір, сукупність явищ і процесів, відображених або викривлених у медіа, які впливають на сприйняття, розуміння та спосіб взаємодії людей з реальним світом, формують громадську думку й можуть бути направлені на зміну поведінки споживачів.

«Коли верховні класи бояться мас, правителі не діляться своєю картинкою реальності з рядовими людьми. Коли картина реальності королів, президентів і кабінетів не має права на обіг серед всього державного населення, ступінь неузгодженості вказує на те, у якій мірі верхні групи вважають, що їхня влада залежить від спотворення <...> канали комунікації контролюються в надії організувати увагу всієї спільноти таким чином, щоб відповіді були сприятливими для влади верхніх класів» [31], – писали дослідники В. Шрамм і Д. Робертс. На нашу думку, ця цитата повною мірою характеризує процеси, які відбуваються на новоокупованих територіях. Адже представники так званої окупаційної влади створюють усі необхідні умови для домінування власної медіареальності та забезпечення її впливу на масову свідомість.

Аналіз і синтез знань, отриманих при опрацюванні теоретичних здобутків попередніх дослідників медіареальності, показав, що тематика медіареальності є актуальною для досліджень уже понад сто років. Зокрема, її (прямо або опосередковано) розглядали Х. Адонні, П. Бурдьє, Ж. Бодріяр, Р. Барт, Г. Лассвелл, М. Маклюєн, І. Мацишина, О. Москвич, М. Санакуєв, Л. Чернявська та ін. Більшість дослідників вказують на те, що інструментарій впливу медіареальності на громадську думку є широким і багатоваріативним.

Аналізуючи повідомлення в українських і ворожих медіа, вдалося з'ясувати, що для застосування медіареальності як впливу на суспільну думку громадян на тимчасово окупованих територіях використовують низку інструментів.

### 1. Створення інформаційного вакууму. До прикладу:

Окупанти на місцях «глушать» сигнал мобільного зв'язку: «З початку повномасштабного російського вторгнення в Україну пошкоджені або захоплені понад чотири тисячі базових станцій операторів зв'язку, десятки тисяч кілометрів оптоволоконних ліній, вісімнадцять веж» [23]). Особливості відключення новоокупованої Херсонщини від інтернету дослідило видання New York Times [30], що можна побачити на скриншоті (рис. 1). Такі пошкодження та захоплення унеможливають отримання альтернативних джерел інформації, фактчекінг чи обмін даними з

громадянами, що перебувають на підконтрольних Україні територіях. Окрім цього, такі дії мають вплив і на діяльність протестних та партизанських рухів проти окупації. Додатковий негативний ефект створює те, що глушіння сигналу не дає змоги оперативно передавати інформацію про стан речей на тимчасово окупованих територіях, про порушення прав людини або викрадення активістів чи волонтерів.



Рис. 1. Інфографіка New York Times: Як Росія захопила український інтернет на окупованих територіях [30]

Захоплюють та використовують у власних цілях об'єкти телерадіокомунікації. Так, голова Держспецзв'язку Юрій Щиголь на міжнародній тематичній конференції заявив: «Під час розв'язаної в Україні війни російські окупанти порушили довгий перелік норм Статуту МСЄ та Регламенту радіозв'язку. Росія краде українські частоти та використовує їх для трансляції своєї пропаганди. Росія використовує відібране в українських компаній обладнання для надання інтернет-послуг російських провайдерів теле- та радіосигналу, застосовуючи при цьому український радіочастотний ресурс» [10]).

Окрім цього, в українських медіа є чимало згадок про фізичні пошкодження або й узагалі – повні руйнування, яких зазнали унаслідок ворожих ударів телерадіокомпанії, телевежі, окремі телевізійні центри тощо: «У Києві окупанти поцілилися в телевежу, частина телеканалів не працює» [12]; «На Запоріжжі окупанти намагалися розстріляти в одному із сіл вишку з українським мобільним зв'язком <...> Також ходили по хатах перерізали дроти, у кого стоїть тарілка або просто стріляли по них, щоб не дивилися українське телебачення» [17]; «У Харкові окупанти влучили в телевежу, а наша ППО знищила ворожий винищувач» [27]; «У Попасній була телевежа, яку росіяни розбили у 2014 році. Відповідно відтоді в районі не було українського мовлення <...> окупанти цілили по вежі як по об'єкту, який можна використовувати у військових цілях через наявність на ній спецобладнання, яке завжди є на таких вежах. Або вони могли бути «ображеними» через те, як українські мовники робили їм «рекламу на своїх радіочастотах» [24]; «Росіяни перед відступом підірвали котельні, вишки зв'язку й телецентр у Херсоні» [21]; «У Луцьку підірвали телевежу – ДСНС» [26] тощо.

Унаслідок дій окупантів зазнають насильницьких викрадень, погроз і залякувань журналіст(к)и або блогер(к)и, громадські діячі(ки). Яскравими проявами цих явищ були викрадення журналістів/ок (наприклад, Костянтина Овсянникова у Приморську [28], викрадення та утримання в полоні журналістки Вікторії Рощиної у Бердянську [11], викрадення у Мелітополі кількох працівників редакції видання «Мелітопольські відомості» та подальше перехоплення сайту «МВ» [14]), захоплення редакцій (до прикладу, редакцію «ПРО100» у Бердянську [20]) і навіть – викрадення родичів журналістів/ок для подальшого шантажу (у Мелітополі окупанти вкрали 75-річного батька журналістки Світлани Залізецької [25]).

Більше того, згідно з офіційною інформацією від представників місцевого самоврядування та Генштабу, окупанти перевіряють вміст мобільних телефонів і смартфонів у жителів тимчасово окупованих територій, зокрема, на предмет підписок на проукраїнські телеграм-канали [15]. Це створює додатковий тиск на жителів тимчасово окупованих територій і сприяє встановленню домінування російської пропагандистської медіареальності.

Усі ці фактори сприяють створенню ефекту інформаційного вакууму. Дослідник І. Підпригора дає таке визначення ефекту інформаційного вакууму: «це результат інформаційної блокади, спрямований на завоювання інформаційної переваги над противником. Головною метою створення інформаційного вакууму є його подальше наповнення вигідною для зацікавленої сторони інформацією з метою впливу на свідомість, психіку, почуття й емоції військ та населення

противника» [19]. Додамо також, якщо йдеться про цивільне населення, то інформаційний вакуум – це стан, у якому виникають відчутні обмеження в доступі до актуальної, повної, правдивої та збалансованої інформації, що може призвести до когнітивних дисонансів, відчуття соціальної тривоги та страху, браку відчуття приналежності (до певної соціальної групи або народу в цілому) чи сприяти поширенню пропаганди та дезінформації.

2. «Псевдофактчекінг» або ж звинувачення української сторони в поширенні неправди. Реалізувавши огляд медіареальності російських окупантів, ми виявили, що практика «викриття обманів і фейків України» у пропагандистських медіа є досить поширеною. Зокрема, у газеті та телеграм-каналі «Запорожский вестник» є окрема постійна рубрика – «Сила в правде: слухи против фактов». У контексті цього дослідження ми пропонуємо власне визначення явища «псевдофактчекінг» – це практика, коли індивіди, групи або організації намагаються створити вигляд перевірки фактів або аналізу достовірності інформації, використовуючи методологію, яка не відповідає ані науковим, ані журналістським стандартам об'єктивності, не мають чітко визначених і прийнятних методів дослідження або спираються на власну інтерпретацію фактів з метою просування певних поглядів, порядку денного або політичних чи військових цілей. Як приклад такого інструмента можемо навести пропагандистську медіареальність (рис. 2) щодо червневих активностей (рейди РДК в Белгородську область. – Авт.) «Російського добровольчого корпусу» (РДК) та легіону «Свобода Росії».



Рис. 2. Матеріал «Фейкометальники» [6] – приклад псевдофактчекінгу

Глибший огляд цих нібито об'єктивних і достовірних матеріалів демонструє всі ознаки псевдофактчекінгу, адже самі автори матеріалів вдаються до маніпулятивних технологій: узагальнень; емоційної лексики; тез, які не підтверджуються жодним джерелом.

До прикладу, у продемонстрованому на рис. 2 матеріалі операції «Російського добровольчого корпусу» (РДК) та легіону «Свобода Росії» на території РФ назвали фейком, який «склепали на колінці» [6].

Медіареальність щодо червневих подій здизайнована так, що ані назва РДК, ані «Свобода Росії» в матеріалі не опубліковані; натомість, повідомлено, що «українські диверсанти» [6] здійснили вторгнення в Белгородську область та стверджується, нібито «російські підрозділи прикриття держкордонів звідти їх витіснили» [6]. Однак, базовий фактчекінг, здійснений авторкою [2], вказує на те, що ця версія реальності не відповідає дійсності; її спростовують навіть російські чиновники. До прикладу, губернатор Псковської області Михайло Ведерніков повідомив, що наразі відомо про «щонайменше чотирнадцять відомих загиблих» унаслідок «атаки ДРГ на Белгородську область» [16] та про десять окупантів, які потрапили у полон. Він також говорить про «зрадницькі формування» та «псевдоросійські організації» [16].

У матеріалі також нібито розвінчується «фейк» про те, що в селі Нова Таволжанка були бої – нібито, про те, що це «фальшивка» [6] свідчить той факт, що «у Новій Таволжанці немає білих двоповерхових будівель з номером 23» [6].

Натомість, про обстріли в цьому населеному пункті повідомляв навіть губернатор Белгородської області В'ячеслав Гладков. У своєму зверненні до громадян він сказав: «Сьогодні ми поки що туди увійти не можемо, знаючи, що близько 100 осіб знаходилося, за доповіддю глави округу, але обстріли останніх двох днів нам не дозволяють уточнити інформацію. Сподіваюся, щойно ситуація зміниться, ми зможемо повернутися до того, щоб переконати людей залишити населений пункт» [7].

Вважаємо, що ця версія медіареальності була направлена не тільки на громадян Російської Федерації, а й на людей, що живуть на тимчасово окупованих територіях, оскільки головна мета цих повідомлень – довести силу та спроможність російських військових і силових структур, показати версію подій, яка унеможливує будь-який внутрішній переворот, залякати громадян дестабілізацією й ескалацією бойових дій.

3. Емотивний контент. Використання сильних емоційних стимулів, таких як: страх, радість, смуток або гнів, може привертати увагу і сприяти прийняттю певних поглядів або думок. Цей інструмент використовують для формування медіареальності та поляризації суспільства, оскільки за його основу часто беруться дискусійні, а подекуди – і провокативні питання (наприклад, теми ЛГБТІК+, використання медичного канабісу, дозвіл на володіння зброєю, легалізація порнографічного контенту тощо).

Одним із прикладів формування медіареальності на основі емотивного контенту є маніпуляції росіян щодо легалізації медичного канабісу в Україні. Так, на сайті ZP-news.ru була опублікована новина: «Зеленський закликав український парламент легалізувати марихуану – це допоможе українцям “терпіти біль, стрес та травми через війну”». Виступаючи в парламенті, він назвав такий захід “однією з найкращих світових практик”, який має бути застосований в Україні: “Ми маємо нарешті чесно легалізувати для всіх, хто цього вимагає, ліки на основі канабісу» [22].

Утім, це повідомлення є маніпулятивним. Справді, Президент України заявляв про необхідність легалізації медичного канабісу. Але у його промові йшлося саме про легалізацію медичної марихуани та ліків на основі канабісу. З тексту ж повідомлення проросійського сайту складається хибне враження про те, що йдеться про вживання марихуани з рекреаційною метою. Також новина супроводжується дещо сюрреалістичним відеоколажем, яке нібито має підтвердити тезу авторів новини.

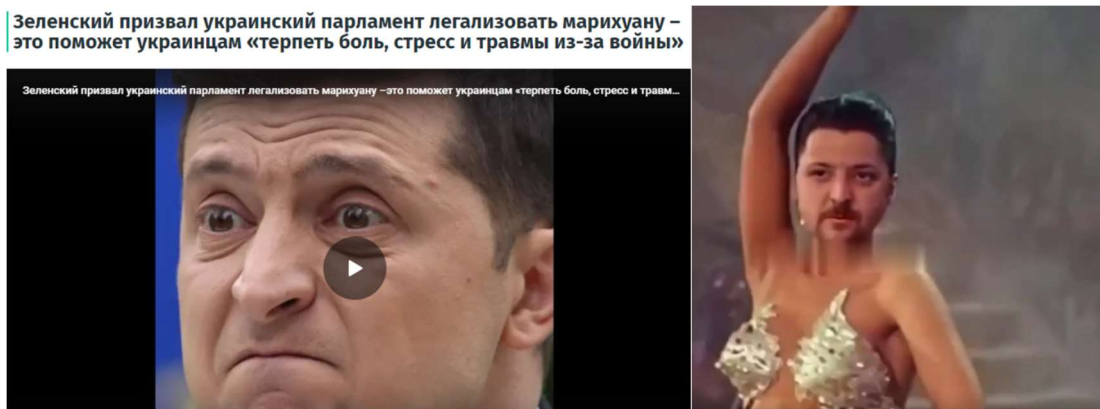


Рис. 3. Фрагменти відеоколажу з сайту ZP-news.ru [22]

Аналізуючи візуальну та текстову мову цієї новини, можемо зробити висновок про те, що для впливу на громадську думку медіареальність не обов'язково має викривлювати дійсність. Так, додавання до справжнього фактажу емотивного контенту разом із неповним висвітленням контексту також здатне вплинути на зміну поведінки та сприйняття дійсності. Вважаємо, що це повідомлення було створено саме з такою метою та покликане показати жителям тимчасово окупованих територій (особливо тих, хто має консервативний світогляд) неспроможність української влади, її безвідповідальність та руйнівні рішення, які вона може приймати для руйнування традиційних цінностей.

4. Створення образів і символів. Формування символів або образів, які асоціюються з певними ідеями або групами, може підсилити сприйняття та розуміння інформації, як і її вплив на споживача. Безперечно, медіареальність як віртуальний простір не може існувати без символів або візуальних образів, сугестій, асоціацій. Вони є фундаментом впливу на зміну поведінки, причому іноді – на підсвідомому рівні. Це підтверджує дослідниця реклами та PR Л. Брудницька: «Підсвідомість оперує образами. <...> Якщо цей образ апелює до одного з двох глибинних (за Маркузе) інстинктів (задоволення і руйнації), то людина отримує імпульс до прийняття певного рішення. Витіснені у підсвідоме у процесі розвитку цивілізації (“соціалізації” людини), ці інстинкти зберігають свій вплив на поведінку людини» [1].

Одним із потужних образів, які використовує російська медіареальність для впливу на громадську думку, є образ сильної держави-новатора, яка піклується про своїх громадян. Їй протиставляється образ слабкої та занедбаної держави України з використанням наративів «Україна вас покинула» та «Україна – неспроможна держава».

На титульній сторінці 10-го випуску газети «Запорізький вісник» (рис. 4) повідомляють, що на новоокупованих Росією територіях змінюються школи та лікарні, «що не знали ремонту за київської влади» [6].

Ця інформація не відповідає дійсності, адже у населених пунктах Запорізької області активно впроваджувалися програми Великого будівництва, про що свідчать дописи Запорізької обласної державної адміністрації: «У 2020–2021 роках в регіоні вже реалізовано або знаходиться на стадії завершення реконструкції 129 проєктів. В тому числі 9 приймальних відділень, 3 лікарні, 16 амбулаторій, 8 шкіл, 4 дитячі садки, 2 стадіони, 1 ДЮСШ, 29 активних парків, 8 спортмайданчиків, 1 басейн, 1 льодова арена, 1 будинок культури й не тільки» [8].

Звертаємо також увагу на візуальний образ, використаний на першій шпальті газети. Як слушно зазначає А. Коваль, «типові образи літніх людей, як правило, з'являються у медіа для того, щоб служити контрастом для молодих людей і у той чи інший спосіб допомагати розкриватися їм перед реципієнтом» [13]. Цей кейс не є винятком, адже образ чоловіка старшого віку в цьому візуальному образі – це образ отримувача допомоги, людини, яка потребує підтримки від молодшого чоловіка; до того ж, ця «підтримка» показана у вигляді російського прапору, що для медіареальності матеріалів такого характеру є потужним візуальним символом. Поєднання молодого та старшого; простягнутої руки та надання допомоги – це образи, які говорять про задоволення. Відповідно, він спрямований на підсвідоме. А разом із текстовим протиставленням стану інфраструктури до періоду окупації апелює одразу до двох глибоких інстинктів – задоволення та руйнації.

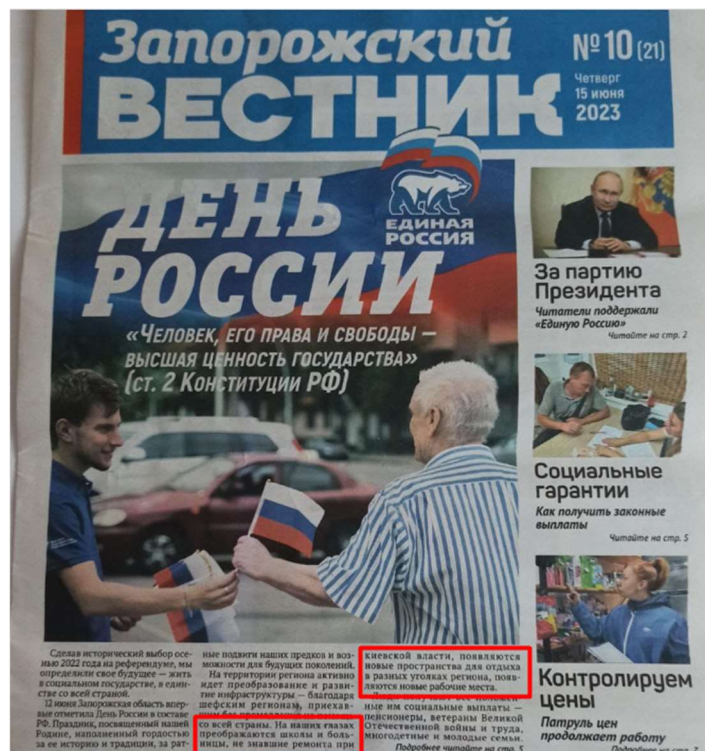


Рис. 4. Титульна обкладинка газети «Запорізький вестник» [6]

5. Повторення повідомлень. Часте повторення певних повідомлень або ідеї може закріплювати їх в уявленні аудиторії. Ефект ілюзорної правди (за Гашером, Гольдштейном і Топпіно) свідчить про те, що однакове повідомлення, з яким реципієнт мав нагоду ознайомитися частіше (чи то прочитати, чи то побачити, чи то почути) автоматично сприймається як надійніше та правдивіше, ніж те, яке звучало лише один раз.

Попередньо ми вже писали про інформаційний вакуум, штучно створений на тимчасово окупованих територіях. У таких умовах людський мозок стає більш вразливим до маніпуляцій, у тому числі більш схильний довіряти інформації, яку чує кілька разів у тому самому джерелі (або у кількох джерелах одночасно). Вважаємо, що однією з причин перешкоджання окупантами появі інформації з підконтрольних Україні територій є прагнення досягнути домінування власної медіареальності та досягнення ефекту ілюзорної правди.

Яскравим зразком часто повторюваних повідомлень у пропагандистській російській медіареальності є меседж «українці – нацисти». Російські псевдожурналісти та псевдоблогери вживають цей вислів настільки часто, що він уже сприймається деякими їх громадянами як реальність, яку не потрібно ставити під сумнів. Не винятком стали й публікації, що потрапили до нашої вибірки.

У матеріалі з промовою Володимира Путіна під назвою «Чому українці мають жити нашим коштом і на наших історичних територіях?» наявні історичні маніпуляції та приклади нарративу «Свій проти чужих», в якому Росія як держава бореться проти країн Європейського Союзу та Сполучених Штатів Америки.

Але в контексті впливу на суспільну думку нашу увагу привернув кепшн під фото до матеріалу – «У Незалежній дітям з младих нігтів прищеплюють нацистську ідеологію «Азову», що визнано терористичною і забороненою організацією на території РФ» (рис. 5). Фото дітей, вочевидь, було використане для підсилення впливу на свідомість та підсвідоме реципієнтів.



Рис. 5. Повторення меседжу «українці – нацисти» [5]

Це ще один приклад того, що медіареальність не обов'язково повністю викривлює дійсність, але використовує фреймінг і контекст для маніпулювання суспільною думкою. За допомогою базового фактчекінгу нами було знайдено оригінал цього фото та з'ясовано, що воно вперше було опубліковане 2017 р. у публікації «Всередині українського воєнізованого дитячого табору», який повідомляв про дитячий табір «Азовець». Однак, жодної інформації про нацизм у цьому матеріалі не було розміщено.

6. Маніпуляції суспільною думкою та «спіраль мовчання». Передусім, знаходить відображення в найрізноманітніших анкетуваннях та опитуваннях. Це дає змогу пропагандистам вивчати думки аудиторії та адаптувати медіареальність відповідно. По-друге, така форма взаємодії з аудиторією допомагає активувати спіраль мовчання, в якій, за концепцією Е. Ноель-Нойманн, медіа видають думку меншості за громадську думку, змушуючи людей відчувати потребу в приховуванні своїх справжніх поглядів у зв'язку з непопулярністю їх серед більшості тощо.

У проаналізованій нами вибірці є чіткий зразок застосування маніпуляцій громадської думкою. Звертаємо увагу на рис. 6. У замітці «90% за партію президента» [6] є маніпуляції як у заголовку, так і в основному тексті повідомлення. Адже із заголовка новини може скластися хибне уявлення, що йдеться про політичні вподобання або ж готовність проголосувати за партію. Натомість, як повідомляється далі, опитування стосувалося того, що партія Єдина Росія «більше за інші політичні партії допомагає регіону» [6].

Дизайн самого опитування (рис. 7) є також маніпулятивним і нерепрезентативним, що сприяє створенню «правильної картинки дійсності». По-перше, участь у ньому взяли лише 6142 учасники, причому саме підписники каналу «Запорізький вісник» [9]. По-друге, у замітці не надано інформації про людей, що увійшли до вибірки, та чи справді вони є жителями тимчасово окупованих територій Запоріжжя. По-третє, порядок розташування відповідей створений таким чином, щоб наштовхнути учасників на «правильну» відповідь.



Рис. 6. Маніпуляція громадською думкою [6]

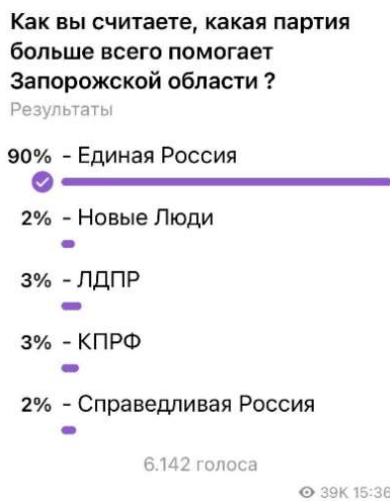


Рис. 7. Результати опитування у телеграм-каналі «Запорізький вісник» [9]

7. Замовчування інформації, що не відповідає створеній медіареальності. У вступі до цієї публікації ми вже згадували про турбулентні для так званої окупаційної влади події червня: рейди РДК, заколоту ПВК Вагнера та контрнаступальні дії та звільнення кількох населених пунктів Запорізької області. Однак, у джерелах, що ввійшли до нашої вибірки, не було розміщено інформацію про так званий заколот ПВК Вагнера.

Що ж стосується контрнаступу ЗСУ, на шпальтах газет (за проаналізований період) інформації майже немає. Виняток: матеріал «Правда за нами» (рис. 8).



Рис. 8. Матеріал «Правда за нами» (газета «Запорізький вісник») [6]



Так, у ньому повідомляється, що на зустрічі з російськими військовими кореспондентами Путін заявив, нібито «на жодній з ділянок бойових дій українські війська не досягають поставлених перед ними цілей» [6]. Утім, ця інформація не відповідає дійсності. Газета датована 15 червня 2023 р.: тобто до повідомлень про звільнення П'ятихаток, Лобкового та кількох інших населених пунктів Запорізької області. Однак, навіть раніше з'являлися повідомлення про успіхи та контрнаступальні дії ЗСУ на кількох напрямках. Наприклад, про просування на Бахмутському, Донецькому, Луганському та Запорізькому напрямках: «10 червня українські війська проводили контрнаступальні дії щонайменше на чотирьох ділянках фронту <...> Міністерство оборони Росії (МО) та інші російські джерела стверджували, що українські війська здійснювали локалізовані атаки в районі кордону Донецько-Запорізької області, зокрема в районі Великої Новосілки» [18].

Тож ця інформація в промові Путіна щонайменше є применшенням інформації про завдання, які виконують Збройні сили України. Мета її застосування – формування медіареальності, в якій українські військові неспроможні виконувати будь-які завдання; в якій контрнаступ є неможливим. Додамо, що в умовах інформаційного вакууму, наявного на тимчасово окупованих територіях, на жаль, такі меседжі є деструктивними і дуже впливовими, оскільки в наших громадян формується страх, зневіра та розчарування.

У цьому дослідженні ми розглядали можливі інструменти впливу медіареальності на суспільну думку (на прикладі громадян, що живуть на тимчасово окупованих територіях Запорізької області).

Теоретичний аналіз вказав на те, що вплив медіареальності на свідомість індивідів і груп розглядали ще в минулому столітті. Однак, тема є актуальною й досі. Фундаментом цього дослідження стали праці таких авторів, як: Х. Адонні, П. Бурдьє, Ж. Бодріяр, Р. Барт, Г. Лассвелл, М. Маклюен, І. Мацишина, О. Москвич, М. Санакуєв, Л. Чернявська та ін. Більшість дослідників вказують на те, що інструментарій впливу медіареальності на громадську думку є широким і багатоваріативним. Зокрема, журналістикознавці В. Шрамм і Д. Робертс зауважували, що владні структури прагнуть показати суспільству іншу реальність, коли відчують брак власних сил і переконань. Огляд джерел також дав змогу сформулювати власне визначення явища медіареальності: це сконструйована соціокультурна реальність, віртуальний простір, сукупність явищ і процесів, відображених або викривлених у медіа, які впливають на сприйняття, розуміння та спосіб взаємодії людей з реальним світом, формують громадську думку та можуть бути направлені на зміну поведінки споживачів.

Окрім цього, практичний аналіз пропагандистських джерел, які введені в обіг на тимчасово окупованих територіях Запорізької області, вказує на те, що конструювання медіареальності – важливий елемент впливу на маси. Досягається він за допомогою ряду інструментів: створення інформаційного вакууму; застосування «псевдофактчекінгу» або ж звинувачення української сторони в поширенні неправдивої інформації; замовчування або применшення інформації; створення певних символів, візуальних образів для впливу на підсвідомість; публікація емотивного контенту; активація «спіралі мовчання» та частих повторень повідомлень.

Ми вважаємо цю тему перспективною для подальших досліджень, зокрема, для того, щоб розуміти, як краще протидіяти наявній пропаганді та як сприяти майбутній реінтеграції жителів, що проживають на тимчасово окупованих територіях.

#### Список використаної літератури

1. Брудницька Л. Символістичність рекламної реальності як змодельованого сновидіння. *Культура народів Причорномор'я*. 2004. Т. 2. № 49. С. 37–38.
2. Бут К. Нацизм, українські диверсанти та маніпуляції: червнева пропаганда на тимчасово окупованих територіях Запорізької області. *Медіаграмотність у регіонах України*. URL: <https://milukraine.net/2023/06/chervneva-propaganda-na-tot/> (дата звернення: 08.07.2023).
3. Бут К. (Не) маю права: права людини на тимчасово окупованих територіях Запорізької області. *Медіаграмотність у регіонах України*. URL: <https://milukraine.net/2022/11/prava-liudini-na-timchasovo-okupovanih-teritotiyah/> (дата звернення: 08.07.2023).
4. Бут К. Пропаганда та медіареальність як інструменти ведення інформаційної війни: локальний вимір. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2022. № 4 (52). С. 24–33.
5. *Газета «Газета парламентского собрания союза Беларуси и России»*. 2023. № 26.
6. *Газета «Запорожский вестник»*. 2023. № 10.
7. Гладков В. 10 вопросов Губернатору. 2023. URL: [https://vk.com/video\\_639631882\\_456241184](https://vk.com/video_639631882_456241184) (дата обращения: 09.07.2023).
8. Запорізька область посідає друге місце в Україні за кількістю проєктів «Великого будівництва» на наступний рік. *Запорізька обласна державна адміністрація*. URL: <https://www.zoda.gov.ua/news/58161/zaporizka-oblast-posidaje-drugie-mistse-v-ukrajini-za-kilkistju-proektiv-velikogo-budivnitstva-na-nastupniy-rik.html> (дата звернення: 09.07.2023).
9. «Запорожский вестник»: телеграм-канал. URL: <https://t.me/zpvestnik> (дата звернення: 08.07.2023).

10. Держспецзв'язку : телеграм-канал. URL: [https://t.me/dsszzi\\_official/4797](https://t.me/dsszzi_official/4797) (дата звернення: 08.07.2023).
11. Журналістка hromadske Вікторія Рощина ймовірно перебуває в полоні в російських окупантів. *Hromadske*. URL: <https://hromadske.ua/posts/zhurnalistka-hromadske-viktoriya-roshina-jmovirno-perebuvaє-v-poloni-v-rosijskih-okupantiv> (дата звернення: 08.07.2023).
12. Касіян В. У Києві окупанти поцілили в телевежу, частина телеканалів не працює (відео). *LB.ua*. URL: [https://lb.ua/society/2022/03/01/507558\\_kievi\\_okupanti\\_potsilili\\_televezhu.html](https://lb.ua/society/2022/03/01/507558_kievi_okupanti_potsilili_televezhu.html) (дата звернення: 08.07.2023).
13. Коваль А. Типові гендерні образи літніх людей в українських серіалах. *Український Інформаційний Простір*. 2022. № 9. С. 88–98.
14. Кумок Т. Сегодня утром оккупанты выкрали папу... Кумока Михаила Владимировоча. URL: <https://www.facebook.com/PinkPantherWedding/posts/5156784241040256> (дата звернення: 08.07.2023).
15. Луценко Є. На Луганщині окупанти перевіряють мобільні телефони місцевих через активність Сил оборони – Генштаб. *Hromadske*. URL: <https://hromadske.ua/posts/na-luganshini-okupanti-pereviruyut-mobilni-telefoni-miscevih-cherez-aktivnist-sil-oboroni-genshtab> (дата звернення: 08.07.2023).
16. Михаил Ведерников : телеграм-канал. URL: [https://t.me/MV\\_007\\_Pskov/2962](https://t.me/MV_007_Pskov/2962) (дата звернення: 09.07.2023).
17. На Запоріжжі окупанти намагалися розстріляти в одному із сіл вишку з українським мобільним зв'язком. URL: <https://mig.com.ua/na-zaporizhzhii-okupanty-namahalysia-rozstriliaty-v-odnomu-iz-sil-vyshku-z-ukrainskyum-mobilnym-zv-iazkom/> (дата звернення: 08.07.2023).
18. Бейлі Р. Оцінка російської наступальної кампанії. *Institute for the Study of War*. 2023. URL: <https://www.understandingwar.org/background/russian-offensive-campaign-assessment-june-10-2023> (дата звернення: 09.07.2023).
19. Підпригора І. Ефект інформаційного вакууму як чинник впливу на організацію інформаційно-пропагандистського забезпечення Військово-Морських Сил Збройних Сил України у лютому – березні 2014 року. *Військово-історичний меридіан*. 2018. № 5 (19). С. 64–77.
20. Російські окупанти захопили редакцію «ПРО100» у Бердянську. *Detector media*. URL: <https://detector.media/community/article/197299/2022-03-08-rosiyski-okupanty-zakhopyly-redaktsiyu-pro100-u-berdyansku/> (дата звернення: 08.07.2023).
21. Росіяни перед відступом підірвали котельні, вишки зв'язку й телецентр у Херсоні. *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/11/10/7375822/> (дата звернення: 08.09.2023).
22. Сайт ZP-news.ru. URL: <http://ZP-news.ru> (дата звернення: 08.07.2023).
23. Спалек М. Як на звільнених територіях відновлюють мобільний зв'язок. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/203783/2022-10-17-yak-na-zvilnnykh-terytoriyakh-vidnovlyuyut-mobilnyy-zvyazok/> (дата звернення: 08.07.2023).
24. Телевежа в Комишувасі: чому окупанти бояться правди та нищать телерадіокомунікації? *IA «Вчасно»*. URL: <https://vchasnoua.com/news/televeza-v-komisuvasi-comu-okupanti-boiatsia-pravdi-ta-nishhat-teleradiokomunikatsiyi/> (дата звернення: 08.07.2023).
25. Тищенко К. У Мелітополі росіяни викрали батька журналістки й вимагають її приїзду. *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/03/23/7333916/> (дата звернення: 08.07.2023).
26. У Луцьку підірвали телевежу – ДСНС. *Громадське радіо*. URL: <https://hromadske.radio/news/2022/02/24/u-luts-ku-pidirvaly-televezhu-dsns> (дата звернення: 08.07.2023).
27. У Харкові окупанти влучили в телевежу, а наша ППО знищила ворожий винищувач. *Espresso TV. YouTube*. 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Mk39eZ-69nU> (дата звернення: 08.07.2023).
28. У Приморську окупанти викрали журналіста та активіста Костянтина Овсянникова. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/197874/2022-03-26-u-prymorsku-okupanty-vukraly-zhurnalista-ta-aktivista-kostyantyna-ovsyannukova/> (дата звернення: 08.07.2023).
29. Чернявська Л. Трансформація медіареальності в умовах війни в Україні. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2022. № 2. 78–85. URL: [http://www.zhu.edu.ua/journal\\_cpu/index.php/der\\_sc/article/view/903/880](http://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/article/view/903/880) (дата звернення: 08.07.2023).
30. Satariano A., Reinhard S. How Russia Took Over Ukraine's Internet in Occupied Territories. *The New York Times*. URL: <https://cutt.ly/JwzsRgjd> (date of request: 08.07.2023).
31. Schramm W. The process and effects of mass communication / ed. by W. Schramm, D. F. Roberts. Chicago : University of Illinois Press, 1971. 997 p.

#### References

1. Brudnytska, L. (2004). Symbolistychnist reklamnoi realnosti yak zmodelovanoho snovydinnia [Symbolism of advertising reality as a simulated dream]. *Kultura narodiv Prychornomoria*, 2, 49, 37–38 [in Ukrainian].

2. But, K. Natsyzm, ukraïnski dyversanty ta manipuliatsii: chervneva propahanda na tymchasovo okupovanykh terytoriiakh Zaporizkoi oblasti [Nazism, Ukrainian saboteurs, and manipulations: June propaganda in the temporarily occupied territories of the Zaporizhia region]. *Mediahramotnist u rehionakh Ukrainy*. Retrieved from <https://milukraine.net/2023/06/chervneva-propaganda-na-tot/> [in Ukrainian].
3. But, K. (Ne) maiu prava: prava liudyny na tymchasovo okupovanykh terytoriiakh Zaporizkoi oblasti [(Un)have the right: human rights in the temporarily occupied territories of the Zaporizhia region]. *Mediahramotnist u rehionakh Ukrainy*. Retrieved from <https://milukraine.net/2022/11/prava-liudini-na-timchasovo-okupovanikh-teritotiyax/> [in Ukrainian].
4. But, K. (2022). Propahanda ta mediarealnist yak instrumenty vedennia informatsiinoi viiny: lokalnyi vymir [Propaganda and media reality as tools of information warfare: a local dimension]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii*, 4 (52), 24–33 [in Ukrainian].
5. *Hazeta «Hazeta parlamentskoho sobranyia soiuzna Belarusy y Rossyy»*. (2023), 26 [in Russian].
6. *Hazeta «Zaporozhskiy vestnyk»*. (2023), 10 [in Russian].
7. Hladkov, V. (2023). 10 voprosov Hubernatoru [10 questions for the Governor]. Retrieved from [https://vk.com/video639631882\\_456241184](https://vk.com/video639631882_456241184) [in Ukrainian].
8. Zaporizka oblast posidaie druhe mistse v Ukraini za kilkistiu proiektiv «Velykoho budivnytstva» na nastupnyi rik [Zaporizhzhia region ranks second in Ukraine in terms of the number of «Major construction» projects for the next year]. *Zaporizka oblasna derzhavna administratsiia*. Retrieved from <https://www.zoda.gov.ua/news/58161/zaporizka-oblast-posidaje-druhe-mistse-v-ukrajini-za-kilkistju-proiektiv-velikogo-budivnytstva-na-nastupniy-rik.html> [in Ukrainian].
9. «Zaporozhskiy vestnyk»: telehram-kanal [Telegram channel «Zaporozhsky Vestnik»]. Retrieved from <https://t.me/zpvestnik> [in Russian].
10. Derzhspetszviazku: telehram-kanal [Telegram channel «State Special Communications»]. Retrieved from [https://t.me/dsszzi\\_official/4797](https://t.me/dsszzi_official/4797) [in Ukrainian].
11. Zhurnalistka hromadske Viktoriia Roshchyna ymovirno perebuvaie v poloni v rosiiskykh okupantiv [Journalist Victoria Roshchina is likely in captivity of Russian occupiers]. *Hromadske*. Retrieved from <https://hromadske.ua/posts/zhurnalistka-hromadske-viktoriya-roshina-jmovirno-perebuvaie-v-poloni-v-rosijskih-okupantiv> [in Ukrainian].
12. Kasiian, V. U Kyievi okupanty potsilyly v televezhu, chastyna telekanaliv ne pratsiuie (video) [In Kyiv, occupiers targeted the TV tower, some TV channels are not working (video)]. *LB.ua*. Retrieved from [https://lb.ua/society/2022/03/01/507558\\_kievi\\_okupanti\\_potsilili\\_televezhu.html](https://lb.ua/society/2022/03/01/507558_kievi_okupanti_potsilili_televezhu.html) [in Ukrainian].
13. Koval, A. (2022). Typovi henderni obrazy litnikh liudei v ukraïnskykh serialakh [Typical gender images of elderly people in Ukrainian TV series]. *Ukraïnskyi Informatsiinyi Prostir*, 9, 88–98 [in Ukrainian].
14. Kumok, T. Sehodnia utrom okupanty vykraly papu... Kumoka Mykhayla Vladymyrovocha [Today in the morning, the occupiers kidnapped Dad... Kumok Mikhail Vladimirovich]. Retrieved from <https://www.facebook.com/PinkPantherWedding/posts/5156784241040256> [in Russian].
15. Lutsenko, Ye. Na Luhanshchyni okupanty pereviraiut mobilni telefony mistsevykh cherez aktyvnist Syl oborony – Henshtab [In Luhansk, occupiers check mobile phones of locals due to the activity of the Defense Forces – General Staff]. *Hromadske*. Retrieved from <https://hromadske.ua/posts/naluganshini-okupanti-perevirayut-mobilni-telefoni-miscevih-cherez-aktivnist-sil-oboroni-genshtab> [in Ukrainian].
16. Mykhayl Vedernykov: telehram-kanal [Telegram channel «Mikhail Vedernikov»]. Retrieved from [https://t.me/MV\\_007\\_Pskov/2962](https://t.me/MV_007_Pskov/2962) [in Russian].
17. Na Zaporizhzhii okupanty namahalysia rozstriliaty v odnomu iz sil vyshku z ukraïnskym mobilnym zviazkom [In Zaporizhzhia, occupiers attempted to destroy a tower with Ukrainian mobile communication]. Retrieved from <https://mig.com.ua/na-zaporizhzhii-okupanty-namahalysia-rozstriliaty-v-odnomu-iz-sil-vyshku-z-ukraïnskym-mobilnym-zv-iazkom/> [in Ukrainian].
18. Beili, R. (2023). Otsinka rosiiskoi nastupalnoi kampanii [Assessment of the Russian offensive campaign]. *Institute for the Study of War*. Retrieved from <https://www.understandingwar.org/backgrounder/russian-offensive-campaign-assessment-june-10-2023> [in Ukrainian].
19. Pidopryhora, I. (2018). Efekt informatsiinoho vakuumu yak chynnyk vplyvu na orhanizatsiiu informatsiino-propahandystskoho zabezpechennia Viiskovo-Morskykh Syl Zbroinykh Syl Ukrainy u liutomu – berezni 2014 roku [The effect of the information vacuum as a factor of influence on the organisation of information and propaganda support of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine in February-March 2014]. *Viiskovo-istorychnyi merydian*, 5 (19), 64–77 [in Ukrainian].
20. Rosiiski okupanty zakhopyly redaktsiiu «PRO100» u Berdiansku [Russian occupiers seized the editorial office of «PRO100» in Berdiansk]. *Detector media*. Retrieved from <https://detector.media/community/article/197299/2022-03-08-rosiyski-okupanty-zakhopyly-redaktsiyu-pro100-u-berdyansku/> [in Ukrainian].

21. Rosiiany pered vidstupom pidirvaly kotelni, vyshky zviazku y teletsentr u Khersoni [Russians blew up boiler rooms, communication towers, and a TV center in Kherson before retreating]. *Ukrainska pravda*. Retrieved from <https://www.pravda.com.ua/news/2022/11/10/7375822/> [in Ukrainian].
22. Sait ZP-news.ru [ZP-news.ru Website]. Retrieved from <http://ZP-news.ru> [in Russian].
23. Spaliek, M. Yak na zvilnenykh terytoriiakh vidnovliuiut mobilnyi zviazok [How mobile communication is being restored in liberated territories]. *Detector Media*. Retrieved from <https://detector.media/infospace/article/203783/2022-10-17-yak-na-zvilnenykh-terytoriyakh-vidnovlyuyut-mobilnyy-zvyazok/> [in Ukrainian].
24. Televezha v Komyshuvasi: chomu okupanty boiatsia pravdy ta nyshchat teleradiokomunikatsii? [TV tower in Komyshuvash: why the occupiers are afraid of the truth and destroy telecommunications?]. *IA «Vchasno»*. Retrieved from <https://vchasnoua.com/news/televezha-v-komysuvasi-comu-okupanti-boiatsia-pravdi-ta-nishhat-teleradiokomunikatsiyi> [in Ukrainian].
25. Tyshchenko, K. U Melitopoli rosiiany vykraly batka zhurnalistky y vymahaiut yii pryizdu [In Melitopol, Russians kidnapped the father of a journalist and demand her arrival]. *Ukrainska pravda*. Retrieved from <https://www.pravda.com.ua/news/2022/03/23/7333916/> [in Ukrainian].
26. U Lutsku pidirvaly televezhu – DSNS [In Lutsk, the TV tower was blown up – State Emergency Service]. *Hromadske Radio*. Retrieved from <https://hromadske.radio/news/2022/02/24/u-luts-ku-pidirvaly-televezhu-dsns> [in Ukrainian].
27. U Kharkovi okupanty vluchyly v televezhu, a nasha PPO znyshchyla vorozhyi vynyshchuvach [In Kharkiv, occupiers hit the TV tower, and our air defense destroyed an enemy fighter jet]. *Espresso TV. YouTube*. 2022. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Mk39eZ-69nU> [in Ukrainian].
28. U Prymorsku okupanty vykraly zhurnalista ta aktyvistu Kostiantyna Ovsiannykova [In Primorsk, occupiers kidnapped journalist and activist Kostyantyn Ovsyannikov]. *Detector Media*. Retrieved from <https://detector.media/infospace/article/197874/2022-03-26-u-prymorsku-okupanty-vykraly-zhurnalista-ta-aktyvistu-kostyantyna-ovsyannikova/> [in Ukrainian].
29. Cherniavska, L. (2022). Transformatsiia mediarealnosti v umovakh viiny v Ukraini [Transformation of media reality in the conditions of war in Ukraine]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii*, 2, 78–85. Retrieved from [http://www.zhu.edu.ua/journal\\_cpu/index.php/der\\_sc/article/view/903/880](http://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/article/view/903/880) [in Ukrainian].
30. Satariano, A. & Reinhard, S. How Russia Took Over Ukraine's Internet in Occupied Territories. *The New York Times*. Retrieved from <https://cutt.ly/JwzsRgjd> [in English].
31. Schramm, W., & Roberts, D. F. (1971). *The process and effects of mass communication*. Chicago: University of Illinois Press [in English].

Стаття надійшла до редакції 10.09.2023.

Received 10.09.2023.

---

### **But K. Media Reality as a Tool of Public Opinion Influence (on the Example of Temporarily Occupied Territories in the Zaporizhia Region)**

*The purpose of the study is to examine media reality as a tool of propaganda and manipulation in the context of influencing public opinion, demonstrate the means of its construction using regional print media and digital media as examples, operating in the temporarily occupied territories of the Zaporizhia region.*

**Research methodology.** *During the research, methods of systematization, analysis, and synthesis were applied. The author conducted a review and fact-checking of printed and digital materials from the temporarily occupied territories of the Zaporizhia region to examine the media reality portrayed in them. The sample included propagandistic materials from June that were disseminated in the temporarily occupied territories of the Zaporizhia region, including excerpts from the newspaper «Parliamentary Assembly of the Union of Belarus and Russia» (June 23–29, 2023, No. 26), «Zaporozhsky Vestnik» (No. 10), and digital materials (specifically, the Telegram channel «Zaporozhsky Vestnik» and the website ZP-news.ru). Hypotheses were also formulated regarding how media reality can influence public opinion.*

**Results.** *In this study, we examined potential tools of media reality influence on public opinion (using the example of citizens residing in temporarily occupied territories of the Zaporizhia region). The theoretical analysis indicated that the impact of media reality on the consciousness of individuals and groups was explored as far back as the previous century. However, the topic remains relevant to this day. Among the key works that laid the foundation for this research, it is worth mentioning the contributions of H. Adorno, P. Bourdieu, J. Baudrillard, R. Barthes, G. Lasswell, M. McLuhan, I. Matsishina, O. Moskvich, M. Sanakoyev, L. Chernyavska, and others. Notably, communication scholars V. Schramm and D. Roberts pointed out that governmental structures seek to present a different reality to society when they sense a lack of their own strength and convictions. The proposed author's definition of the concept of media reality is as follows: a constructed socio-cultural reality, a*

virtual space, a collection of phenomena and processes reflected or distorted in the media that influence perception, understanding, and the way people interact with the real world, shape public opinion, and can be directed towards changing consumer behavior. Additionally, a practical analysis of propagandistic sources introduced in circulation in the temporarily occupied territories of the Zaporizhia region suggests that constructing media reality is a crucial element of mass influence. This is achieved through a range of instruments, including the creation of an information vacuum, the application of «pseudo-fact-checking» or accusing the Ukrainian side of disseminating false information, omission or downplaying of information, crafting specific symbols and visual images to impact the subconscious, publishing emotional content, activating the «spiral of silence», and frequent repetition of messages.

**Practical significance.** In the context of Russia's information warfare against Ukraine, the research findings can be applied to develop countermeasures against hostile propaganda and reintegrating residents in the temporarily occupied territories.

**Key words:** propaganda, media reality, fakes, narratives, information war, media literacy, key messages, temporarily occupied territories of Zaporizhzhia region, manipulation, fact-checking.

### **But K. Rzeczywistość medialna jako środek wpływu na opinie publiczną (na przykładzie czasowo okupowanych terenów obwodu zaporoskiego)**

**Cel badania** – rozważyć rzeczywistość medialną jako narzędzie propagandy i manipulacji w kontekście oddziaływania na opinię publiczną, pokazywać sposoby jej konstruowania na przykładzie czasopism regionalnych i mediów cyfrowych działających na czasowo okupowanych terytoriach obwodu zaporoskiego.

**Metodologia badania.** W trakcie badania wykorzystano metody systematyzacji, analizy i syntezy. Dokonano przeglądu i sprawdzenia faktów materiałów drukowanych i cyfrowych z czasowo okupowanych terytoriów obwodu zaporoskiego pod kątem tego, jaką rzeczywistość medialną materiały te przedstawiają. Próbie objęto czerwcowymi materiałami propagandowymi rozpowszechnianymi na czasowo okupowanych terytoriach obwodu zaporoskiego, w szczególności fragmentami gazet: «Gazeta parlamentarnego sobranija sojuza Belarusi i Rossii» (23–29 czerwca 2023 / Nr 23), «Zaporozhskij vestnik» (z rosyjskiego – «Zaporoski zwiastun») (Nr 10) oraz materiały cyfrowe (w szczególności kanał na Telegramie «Zaporozhskij vestnik» (z rosyjskiego – «Zaporoski zwiastun i strona internetowa ZP-news.ru). Zostały wysunięte hipotezy dotyczące narzędzi i metod, za pomocą których rzeczywistość medialną może oddziaływać na opinię publiczną.

**Wyniki.** W niniejszym badaniu rozważane są ewentualne narzędzia wpływu rzeczywistości medialnej na opinię publiczną (na przykładzie obywateli mieszkających na czasowo okupowanych terenach obwodu zaporoskiego). Analiza teoretyczna wykazała, że wpływ rzeczywistości medialnej na świadomość indywidualną lub grup był rozpatrywany jeszcze w ubiegłym stuleciu. W szczególności dziennikarze V. Schramm i D. Roberts podkreślali, że przedstawiciele władz starają się pokazać społeczeństwu inną rzeczywistość, gdy brakuje im własnych sił lub przekonań. Zaproponowano przez autora definicję pojęcia rzeczywistości medialnej: skonstruowana rzeczywistość społeczno-kulturowa, przestrzeń wirtualna, zespół zjawisk i procesów odzwierciedlonych lub zniekształconych w mediach, które wpływają na percepcję, rozumienie i sposób interakcji ludzi ze światem rzeczywistym, kształtują opinię publiczną i mogą mieć na celu zmianę zachowań konsumentów. Praktyczna analiza źródeł propagandowych, które zostały wprowadzone do obiegu na czasowo okupowanych terenach obwodu zaporoskiego, pokazuje, że konstruowanie rzeczywistości medialnej jest ważnym elementem oddziaływania na masę. Osiąga się ten element za pomocą szeregu narzędzi: tworzenia próżni informacyjnej; stosowanie «pseudoweryfikacji faktów» (inaczej «fact-checking») lub oskarżanie strony ukraińskiej o rozpowszechnianie fałszywych informacji; ukrywanie lub bagatelizację informacji; tworzenie pewnych symboli, obrazów wizualnych, aby wpłynąć na podświadomość; publikacja treści emocjonalnych; aktywacja «spirali ciszy» i częste powtarzanie komunikatów.

**Znaczenie praktyczne.** W warunkach wojny informacyjnej Rosji z Ukrainą wyniki badania mogą zostać wykorzystane do opracowania środków przeciwdziałania propagandzie wroga, a także do reintegracji mieszkańców terytoriów czasowo okupowanych.

**Słowa kluczowe:** propaganda, rzeczywistość medialna, informacje sfalszowane, narracje, wojna informacyjna, alfabetyzm medialny, treści kluczowe, czasowo okupowane tereny obwodu zaporoskiego, manipulacje, fact-checking.