

Явище інформаційної війни в українських засобах масової інформації

УДК 327.8:15
DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616-2020-2-88-93>

Калініченко Богдан Михайлович
кандидат політичних наук,
доцент кафедри державної служби,
публічного адміністрування
та політології
Черкаського національного
університету
імені Богдана Хмельницького
бульв. Шевченка, 81, Черкаси, Україна

Явище, яке прийнято називати «інформаційна війна», протягом кількох останніх років в Україні актуалізувалося. Із ілюзорної теоретичної площини вона перетворилася на цілком буденну річ. Оскільки кожен без винятку член українського суспільства так чи інакше відчував на собі вплив інформаційних атак, покликаних викликати у людини почуття невизначеності, розгубленості, паніки, страху, безпорадності та інших настроїв, що знижують ступінь опору різноманітним буденним викликам.

Метою статті є – розглянути функції українських ЗМІ в умовах інформаційної війни. Проаналізувати силу інформаційного супроводу важливих для України і світу проблем на предмет наявності інформаційних атак.

Тривалий період своєї незалежності Україна, якщо не була повністю контрольована Росією, явно опинилася в фарватері своєї зовнішньої політики. Після Революції Гідності ситуація змінилася, і Україна стикнулася не лише зі збройною агресією, що призвело до втрати частини її території, але й масовим вторгненням у її інформаційний простір з подальшим фактичним вербуванням громадян ворогом. Найважливішим тут є розгортання інформаційного протистояння в українських ЗМІ, зокрема, в друкованих виданнях, в Інтернеті, на телебаченні та меншою мірою у радіомовленні.

Незважаючи на те, що Україна перебуває в стані інформаційної війни з Росією більше п'яти років, вітчизняні ЗМІ досить часто залишаються беззахисними проти потужних інформаційних атак. Звичайно, зроблено певні висновки, і ситуація покращується. Але слід розуміти, що ЗМІ – це не річ сама по собі, вони не існують окремо від суспільства та держави. Існує підхід, згідно з яким робота ЗМІ повністю відображає суспільні запити.

Слабкість українських ЗМІ в інформаційній війні проти Росії полягає не лише у низькій журналістській культурі та домінуванні олігархів, а й у суспільстві. Те, що українці неохоче проводять суспільне мовлення за власні кошти, красномовно свідчить про бажання суспільства споживати будь-який інформаційний продукт, не усвідомлюючи наслідків різного роду маніпуляцій. Тому для докорінних змін у ситуації, що склалася, необхідно не лише відновити та реорганізувати систему вітчизняних ЗМІ, але й підвищити інформаційну культуру населення, виховуючи здатність фільтрувати «шум» та отримувати необхідну інформацію.

Ключові слова: інформаційна війна, інформаційна атака, українські ЗМІ, інформаційний простір, інформаційний вплив.

Вступ. Інформаційна війна – це, мабуть, найпоширеніше явище в Україні через війну на Донбасі та протистояння Росії. Це пояснюється не тільки його зовнішньою зручністю та простотою, але й неможливістю описати комунікаційну сторону конфлікту зі звичайними категоріями. Практика міжнародних конфліктів 1990-х років показала, що домінування досягається не шляхом повної перемоги над ворогом, а шляхом його повної деморалізації та / або контролю над його інформаційним простором.

Мета та завдання. Розглянути функції українських ЗМІ в умовах інформаційної війни. Проаналізувати силу інформаційного супроводу важливих для України і світу проблем на предмет наявності інформаційних атак.

Методи дослідження. Для проведення цього дослідження були проаналізовані наукові праці відомих вітчизняних і закордонних дослідників відповідної тематики. Інструментарій, використаний у цьому дослідженні, включає наукові методи отримання знань, такі як спостереження, аналіз, синтез, порівняння, дедукція та індукція.

Результати. Розглянуто функції українських ЗМІ в умовах інформаційної війни. Загострено увагу на важливості формування громадської думки в контексті проблеми поєднання плюралізму та політичної доцільності. Наведено форми інформаційного впливу. Проаналізовано інформаційний супровід в Україні таких подій, як збиття літака над Тегераном та пандемія коронавірусу SARS-CoV-2, на предмет наявності інформаційних атак. Розкрито основні слабкі сторони українських ЗМІ в умовах ведення інформаційної війни та наведено можливі шляхи їхнього нівелювання.

Інформаційна війна, мабуть, чи не найбільш часто вживане поняття в Україні щодо війни на Донбасі і протистояння з Росією загалом. Зумовлено це не лише його зовнішньою зручністю та простотою, а й неможливістю описати звичними категоріями комунікаційну сторону конфлікту. Практика міждержавних протистоянь 90-х рр. ХХ ст. показала, що домінування над супротивником досягається не шляхом повного розгрому, а через його тотальну деморалізацію та/або встановлення контролю над його інформаційним полем.

Перефразовуючи китайського мислителя Сунь Цзи, зазначимо, що найкращою війною є та, яка не відбулася. У конфліктах сучасності важливим є не фізичне знищення супротивника, а захоплення його розуму з метою подальшого нав'язування власного політичного порядку. Таким чином, вчорашній ворог має стати вірним сателітом.

Довгий період своєї незалежності Україна якщо не була повністю підконтрольна Росії, то однозначно знаходилася у фарватері її зовнішньої політики. Після Революції Гідності ситуація змінилася і Україна стикнулася не лише зі збройною агресією, в результаті якої втратила частину своєї території, а й з масовим вторгненням у свій інформаційний простір з подальшим фактичним вербуванням ворогом частини громадян. Вирішальним тут є розгортання інформаційного протистояння в українських ЗМІ – у друкованих виданнях, у мережі Інтернет, на телебаченні і меншою мірою у радіомовленні. Як відомо, ЗМІ вважаються «четвертою гілкою влади», з огляду на їхнє унікальне положення вони, по суті, сприяють існуванню тієї уявної спільноти, яку прийнято називати нацією / народом. Завдяки ЗМІ громадяни дізнаються поточну ситуацію в державі, можуть ознайомитися з проблемами інших регіонів і, врешті решт, отримати інформацію про події у світі. У такий спосіб ЗМІ отримують здатність формувати громадську / суспільну думку. Саме тому під час інформаційної війни насамперед встановлюється контроль над ЗМІ супротивника, які надалі вже використовуються як інструмент просування потрібних повідомлень. Наразі ми є свідками активних дій Російської Федерації в українських ЗМІ. Це й зумовлює актуальність цього дослідження. Розгляд окресленої проблематики не лише дозволить виявити основні напрями інформаційних атак РФ, а й дасть матеріал для вироблення конкретних практичних рекомендацій щодо успішного протистояння таким кампаніям.

Безумовно, явищу інформаційної війни присвячено чимало праць – від тез до монографій та книг. Тут варто згадати таких дослідників, як Е. Ноель-Нойман, У. Ліпман, М. Маклюєн, М. Лібіцкі, Т. Рід, Г. Почепцов, І. Панарін та ряд інших. Кожен з них зробив значний внесок у розробку теми інформаційних війн як форми ведення сучасних міждержавних конфліктів. Якщо говорити про роль ЗМІ в інформаційних війнах, тут варто згадати таких науковців, як А. Головка, О. Токарський, Н. Еляшевська, М. Кондратюк, А. Моргун, О. Стоцька, В. Хорошко, Ю. Хохлачова. Очевидно, що цей перелік неповний, оскільки тема є дійсно важливою. Водночас, незважаючи на таку кількість напрацювань, варто зауважити, що питання явища інформаційної війни в українських ЗМІ потребує певних уточнень. Передусім це зумовлюється активним перебігом нинішнього інформаційного

протистояння України та РФ, що вимагає доповнення раніше напрацьованих досліджень з огляду на конкретні прояви інформаційних атак.

Говорячи про українські ЗМІ, дослідники А. Головка і О. Токарський одразу наголошують на тому, що наразі їхня діяльність здебільшого вже детермінована умовами гібридної війни. Тому вітчизняні мас-медіа виконують такі функції:

- надання лише об'єктивної та неупередженої інформації, що спирається на факти з достовірних джерел;
- поширення контрпропаганди, що є прямим захистом громадської думки від маніпуляцій з боку країни-агресора та її симпатизантів;
- належне висвітлення роботи органів державної влади – це сприяє підвищенню прозорості влади, а отже, робить її дії більш зрозумілими для суспільства;
- забезпечення плюралізму в отриманні інформації щодо тих чи інших подій. Мається на увазі унеможливлення державної монополії на інформацію;
- сприяння патріотичному вихованню громадян [1].

Варто одразу зауважити, що у цьому разі йдеться не стільки про функції, скільки про певні дороговкази, якими мають керуватися українські ЗМІ в умовах гібридної війни. Щодо самих функцій, то дослідники В. Хорошко і Ю. Хохлачова виокремлюють такі: інформаційна; пропагандистська; освітня; соціальна; критики та контролю; мобілізаційна; інноваційна; оперативна; формування суспільної думки [2].

Саме остання є важливою для розгляду у межах цього дослідження. Фактично всі вище зазначені дороговкази тим чи іншим чином торкаються процесу формування суспільної / громадської думки. Саме через формування громадської думки досягається контроль над суспільством супротивника. Показово, але, по суті, цей процес відбувається у конфліктному середовищі незалежно від того, справді «оголошена» інформаційна війна чи умовно, інформаційному простору конкретної країни нічого не загрожує. Як зазначає український дослідник М. Кондратюк, основним полем діяльності сучасних ЗМІ є конфлікти. Саме на суперечках, проблемах чи будь-яких негараздах базується більшість новин мас-медіа [3]. Відповідно, складається парадоксальна ситуація. Робота ЗМІ у контексті формування громадської думки ґрунтується на конфлікті поглядів, інтересів, бачень і так далі. Плюралізм у ЗМІ є ознакою демократичності. Але саме він і призводить до вразливості українських мас-медіа перед ворожим інформаційним проникненням. Наприклад, вчена А. Моргун підкреслює проблему відсутності належного законодавчого регулювання інтернет-ЗМІ як одного із джерел інформаційного впливу на

супротивника [4]. Проте також є думка про те, що надмірне регулювання з боку держави не сприятиме підсиленню інформаційною безпеки. Перш за все громадяни незаконним чином намагатимуться знаходити альтернативні джерела інформації, чим і зможе скористатися ворог. А. Головка та О. Токарський помічають у цьому контексті таку особливість: негативний вплив використання ЗМІ також зумовлюватиметься надмірним використанням політичної агітації та пропаганди [5]. Тобто в разі реальної небезпеки державна контрпропаганда не працюватиме.

Отже, у яких формах наразі інформаційна війна проявляє себе в українських ЗМІ. Раніше згадані дослідники В. Хорошко і Ю. Хохлачова виокремлюють такі форми інформаційного впливу:

- білий – ЗМІ відкрито називають себе та розкривають джерело інформації;
- сірий – відрізняється від попереднього тим, що має місце просування спеціально створених матеріалів;
- чорний – ЗМІ поширюють інформацію від третіх осіб. Типовим формулювання у цьому разі є «як повідомило джерело», «за інформацією неназваного джерела» тощо [6].

Варто одразу звернути увагу на те, що таку класифікацію не варто зіставляти з аналогічним розрізненням видів пропаганди. Справа в тому, що навіть за так званого «білого» інформаційного впливу може відбуватися поширення повідомлень, які загрожують інформаційній безпеці. Наприклад, заява уряду, опублікована на його інтернет-сторінці підпадає під дану форму інформаційного впливу. Але очевидно, що апріорі вона не може бути завжди позитивною, безпечною та істинною, не говорячи вже про розповсюдження спеціально заготовлених (зазвичай замовних) матеріалів та явно неперевіраних повідомлень з так званих неназваних джерел.

Відповідно, для розгляду пропонується взяти два потужних інформприводи, які суттєво вплинули на розстановку сил в інформаційному просторі українського суспільства. Перший – збиття українського літака над Тегераном. Другий – пандемія коронавірусу.

Як відомо, 8 січня 2020 р. над столицю Ірану сталася авіакатастрофа літака Boeing 737-800, що належав авіакомпанії «Міжнародні авіалінії України». Незважаючи на те, що з усіх 176 загиблих лише 11 осіб були українцями, сама подія набула неабиякого резонансу. Це була перша за 22 роки велика авіакатастрофа українського літака. Варто зауважити, що лише США через підконтрольне йорданське ЗМІ Al-Hadath одразу заявили про збиття повітряного судна. Показово, що посольство України в Тегерані повідомило про технічні несправності та редагувало пост у частині версії про теракт [7]. У цьому ж ключі публікувалися

новини такими провідними ЗМІ, як «Українська правда» [8] та «УНІАН» [9]. Безумовно, основні мас-медіа України робили посилання на заяви посольства та РНБО. Але показово, що російські ЗМІ публікували аналогічний погляд, повністю підтримуючи позицію Міністерства доріг і міського розвитку Ірану [10; 11]. Не говорячи про відповідну кампанію в україно- та російськомовному сегменті Facebook із залученням різного роду «експертів» у галузі авіації. Реакція РНБО, власне, і є прикладом раніше зазначеного «білого» інформаційного впливу, який може бути негативним для інформаційної безпеки. Так, на фоні заяв США, Великої Британії та Канади, про визнання авіакатастрофи результатом застосування ППО Ірану (джерелом інформації стали розвідувальні органи цих держав) Україна спочатку обережно змінила свою думку [12], і лише після офіційного визнання Тегераном своєї провини секретар РНБО О. Данілов заявив, що Україна вже мала докази збиття літака ракетою [13].

Отже, зважаючи на те, що українська влада та ЗМІ певний час транслювали подібні до російських повідомлень, самостійно не формуючи порядок денний та ігноруючи повідомлення західних мас-медіа, можна говорити про значний ворожий вплив, який певною мірою дестабілізував українське суспільство.

Якщо збиття літаку відбулося далеко та не стувалося безпосередньо кожного українця, то ситуація зі світовою пандемією коронавірусу SARS-CoV-2 спричинила черговий етап протистояння у вітчизняному інформаційному просторі. Основним провідником інформаційних атак та викидів у мас-медіа стало апелювання до людського страху перед невідомою небезпечною хворобою. Передусім вразливості вітчизняних ЗМІ перед атаками з боку Росії сприяла мінлива позиція влади щодо проблеми. Наприклад, варто згадати швидко позицію вже экс-міністра економіки Т. Мілованова, який спочатку заявляв, що розповсюдження захворювання жодним чином не вплине на економіку України [14], а потім, після відставки, повідомив про зворотне [15]. Відсутність консолідованої позиції у топ-чиновників є тим, на що можна спиратися під час розробки та запуску дискредитаційних інформаційних кампаній.

Проте найбільш типовими інформаційними атаками були публікації-розвінчування та публікації-звинувачення. Наприклад «Новое время» 20 березня виклали матеріал про те, як у Молдову завезли коронавірус з України [16]. Хоча перший випадок у цій країні було зафіксовано у жінки, яка повернулася з Італії. Своєю чергою ресурс «Страна.ua» був одним із тих, через який нагніталася ситуація щодо начебто виявлення випадків інфікування у поїзді «Київ-Москва» [17]. Як відомо, ця інформація не підтвердилася, але посилаючись

на такого роду публікації, вже російські ЗМІ поширювали повідомлення про те, що українці завезуть коронавірус до Росії. Аналогічна ситуація розгорталася навколо ізоляції пасажирів поїзду «Рига-Київ». Показово, що одне й те ж саме ЗМІ (1+1) повідомляло спочатку про виявлення коронавірусу в одного чоловіка [18], а потім – у жінки [19]. В результаті СБУ спростувала цю інформацію [20].

Варто зауважити, що це незначна частина інформаційних атак в українських ЗМІ, кількість яких по мірі поширення захворювання лише збільшується. Це і діяльність ботів у мережі Facebook, «інсайдерська» інформація з різного роду Telegram-каналів, і поширення фейкових відео в мережі Youtube тощо. Таке розмаїття інструментів та періодичність їхнього застосування у вітчизняному інформаційному просторі засвідчило, що українські ЗМІ за п'ять років протистояння проти Росії так і не змогли випрацювати належні механізми захисту від інформаційних атак.

Дослідниця Н. Еляшевська виокремлює такі проблеми, пов'язані з вітчизняними мас-медіа:

- в Україні не контролюється виникнення нових електронних ресурсів, а тому за досить короткий час можна утворити цілу мережу псевдновинних сайтів та поширювати через них потрібні повідомлення;
- вільне проникнення ворожих матеріалів до супутникових ЗМІ, соціальних мереж та електронної пошти;
- брак ресурсів для повноцінного протистояння вірусам та шкідливому програмному забезпеченню;
- спорадичність підготовки реальних фахівців з кіберзахисту;
- відсутність джерельної бази стосовно явища інформаційної війни [21].

Варто звернути увагу, що дослідниця чітко розрізняє заходи, спрямовані безпосередньо проти каналів комунікації та техніки, та заходи, які стосуються «обробки» громадян. Основним лейтмотивом запропонованого обґрунтування слабкості українських ЗМІ в контексті інформаційного протистояння з РФ є демократизм та відсутність компонентів, без яких нормальний повноцінний супротив в принципі неможливий.

Вчена О. Стоцька зазначає такі причини потужності ворожої пропаганди:

- відсутність консенсусу і недостатня визначеність системи цінностей та інтересів суспільства. Тут варто згадати традиційний розкол України на проєвропейський Захід та проросійський Схід, на основі якого розбудовуються майже всі суперечності стосовно різних суспільно значущих питань. Наприклад, вступ України до НАТО та ЄС, погляди на способи вирішення конфлікту на Донбасі, ставлення до Православної Церкви України тощо;
- брак національної ідеї. Варто зауважити, що суспільству під виглядом національної ідеї

нав'язується конкретний вектор зовнішньої політики;

- брак належної гуманітарної політики впродовж усіх років незалежного існування України. Йдеться про відсутність будь-яких дій у напрямку виховання державницького мислення в українців [22].

Отже, на відміну від своєї колеги, О. Стоцька концентрує увагу не на управлінських проблемах чи відсутності належних ресурсів, а суто на культурних параметрах. До наведених слабких сторін українських ЗМІ варто також додати політичну мінливість вищих органів державної влади, яка проявляється у превалюванні приватних інтересів над державними. На основі цього виникає інша проблема – засилля внутрішніх інформаційних дискредитаційних кампаній, котрі, за логікою, мали б загартувати громадськість, але по факту, навпаки, підсилюють її вразливість перед інформаційними атаками ворога.

О. Стоцька вважає, що ліквідувати вище окреслені слабкі сторони українських ЗМІ можна таким чином:

- створити систему суспільного мовлення – це має вирішити проблему дискредитаційних інформаційних кампаній та знизити насиченість політичною рекламою та агітацією. Але в цьому разі виникає питання щодо готовності українців оплачувати з власної кишені суспільне мовлення;
- реальне забезпечення свободи слова – деолігархізація ЗМІ;
- підтримка україномовного контенту на противагу російськомовному. Варто зауважити, що російський продукт в принципі здатен впливати на громадськість не лише через банальне розуміння російської значною кількістю громадян України, а й через відсутність аналогічного контенту українською [23].

До цього також варто додати відмову від постановки приватних інтересів над державними – створення певного роду традицій і табу щодо конкретних видів і тем дискредитаційних кампаній. Тобто вищі органи державної влади, топ-чиновники і політики, вступаючи в політичну боротьбу, повинні усвідомлювати, що існує межа, яку не можна переступати.

Висновки. Незважаючи на те, що Україна вже більше, ніж п'ять років перебуває у стані інформаційної війни з Росією, вітчизняні ЗМІ досить часто залишаються беззахисними проти потужних інформаційних атак. Безумовно, певні висновки було зроблено, і ситуація покращується. Але слід розуміти, що ЗМІ не є річчю в собі, вони не існують окремо від суспільства та держави. Робота мас-медіа має повністю віддзеркалювати громадські запити. Тому використання фейків та неперевірених джерел, формування заголовків, які не відповідають поданому матеріалу, і залучення різного роду «експертів»

повністю вписується в наявний культурний та політичний контекст українського суспільства. Слабкість українських ЗМІ в інформаційній війні проти РФ криється не лише в низькій журналістській культурі й засиллі олігархів, а й у самій громадськості. Факт того, що українці не бажають утримувати за власний кошт суспільне мовлення, красномовно свідчить про згоду суспільства споживати абиякий інформаційний продукт, не усвідомлюючи наслідків різного роду маніпуляцій. Тому для кардинальної зміни поточної ситуації потрібно не лише перебудувати та реорганізувати систему вітчизняних ЗМІ, а й підвищувати інформаційну культуру громадськості, культивуєчи вміння відсіювати «шум» і отримувати потрібну інформацію.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Головка А.А., Токарський О.О. Роль ЗМІ в сучасній інформаційній війні. *Молодий вчений*. 2016. № 6 (33). С. 309–310.
2. Хорошко В.О., Хохлачова Ю.Є. Інформаційна війна. *ЗМІ як інструмент інформаційного впливу на суспільство. Частина 1. Безпека інформації*. 2016. Т. 22, № 3. С. 286.
3. Кондратиук М.О. Інформаційна війна та роль мас-медіа в міжнародних конфліктах. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2013. С. 108.
4. Моргун А. Війна Росії проти України: тенденції конфліктного дискурсу в сучасних українських ЗМІ. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса*. 2016. Вип. 3–4. С. 354.
5. Головка А.А., Токарський О.О. Роль ЗМІ в сучасній інформаційній війні. *Молодий вчений*. 2016. №6 (33). С. 310.
6. Хорошко В.О., Хохлачова Ю.Є. Інформаційна війна. *ЗМІ як інструмент інформаційного впливу на суспільство. Частина 1. Безпека інформації*. 2016. Т. 22, № 3. С. 284.
7. Щодо авіакатастрофи літака «МАУ», що виконував рейс PS752. URL: <https://iran.mfa.gov.ua/news/76852-shhodo-aviakatastrofi-litaka-mau-shho-vikonuvav-rejs-ps752>.
8. Авіакатастрофа літака МАУ в Ірані. Все, що відомо. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/01/8/7236802/>.
9. Катастрофа українського Боїнга в Тегерані: 176 осіб загинуло, всі подробиці (фото, відео). URL: <https://www.unian.ua/incidents/10821362-katastrofa-ukrajinskogo-bojinga-v-tegerani-176-osib-zaginulo-vsi-podrobnici-foto-video.html>.
10. Украинский Boeing не закончил взлет. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4214933?id1845684>.
11. Основной версией крушения украинского самолета в Иране предложили считать теракт. URL: <https://lenta.ru/news/2020/01/08/lukashevich/>.
11. Данилов: «Изучаем версию поражения украинского «Боинга» зенитной ракетой российского ЗРК «Тор» и намерены искать обломки ракеты». URL: https://censor.net.ua/news/3168909/danilov_izuchaem_versiyu_porajeniya_ukrainskogo_boinga_zenitnoyi_raketoyi_rossiyiskogo_zrk_tor_i_namereny.

12. «Ми знаємо, яка це була ракета і в кого її купили» – секретар РНБО. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-51076868>.

13. Милованов повідомив, як коронавірус вплине на економіку України. URL: <https://www.5.ua/ekonomika/mylovanov-povidomyv-iyak-koronavirus-vplyne-na-ekonomiku-ukrainy-208981.html>.

14. Пів мільйона українців можуть втратити роботу через коронавірус, – Милованов. URL: https://24tv.ua/piv_milyona_ukrayintsiv_mozhut_vtratiti_robotu_cherez_koronavirus_milovanov_n1300526.

15. В Молдове обнаружили коронавирус у четырех человек, вернувшихся из Почаевской лавры. URL: <https://nv.ua/world/countries/koronavirus-v-moldovu-zavezli-iz-ukrainy-poslednie-novosti-50076985.html>.

16. Коронавирус на колесах. Как в России отправили на карантин целый вагон пассажиров поезда «Киев-Москва» и чем все закончилось. URL: <https://strana.ua/news/251100-v-poezde-kiev-moskva-ottsepili-vahon-iz-za-koronavirusa-chto-proizoshlo.html>.

17. В одного з пасажирів поїзда «Рига-Київ» виявили коронавірус. URL: <https://tsn.ua/kyiv/v-odnogo-z-pasazhiriv-poyizda-riga-kiyiv-viyavili-koronavirus-1515360.html>.

18. Повне знезараження: у спец поїзді «Рига-Київ» виявили жінку недужу на коронавірус. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IEuQess4M7U>.

19. СБУ спростувала фейк про «інфікований» потяг з Риги, що прибув до Києва. URL: <https://glavcom.ua/news/sbu-sprostuvala-feyk-pro-infikovaniy-potyag-z-rigi-shcho-pribuv-do-kijeva-667913.html>.

20. Еляшевська Н. Вразливість України до інформаційної війни. Теле- та радіожурналістика, 2015. Вип. 14. С. 167.

21. Стоцька О.В. Всеукраїнські друковані патріотичні ЗМІ та інформаційна безпека держави. *Постмодернізм*. 2014. № 4. С. 22.

22. Стоцька О.В. Всеукраїнські друковані патріотичні ЗМІ та інформаційна безпека держави. *Постмодернізм*. 2014. № 4. С. 23–24.

REFERENCES:

1. Holovka A.A., Tokarskyi O.O. Rol ZMI v suchasni informatsiini viini. *Molodyi vchenyi*. 2016. №6 (33). S. 309-310.
2. Khoroshko V.O., Khokhlovich Yu.Ye. Informatsiina viina. *ZMI yak instrument informatsiinoho vplyvu na suspilstvo. Chastyna 1. Bezpeka informatsii*. 2016. T. 22, № 3. S. 286.
3. Kondratiuk M. O. Informatsiina viina ta rol mas-media v mizhnarodnykh konfliktakh. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii kultury*. 2013. S. 108.
4. Morhun A. Viina Rosii proty Ukrainy: tendentsii konfliktnoho dyskursu v suchasnykh ukrainskykh ZMI. *Naukovi zapysky Instytutu politychnykh i etnonatsionalnykh doslidzhen im. I. F. Kurasa*, 2016. Vyp. 3–4. S. 354.
5. Holovka A.A., Tokarskyi O.O. Rol ZMI v suchasni informatsiini viini. *Molodyi vchenyi*. 2016. № 6 (33). S. 310.
6. Khoroshko V.O., Khokhlovich Yu.Ye. Informatsiina viina. *ZMI yak instrument informatsiinoho vplyvu na suspilstvo. Chastyna 1. Bezpeka informatsii*. 2016. T. 22, № 3. S. 284.

7. URL: <https://iran.mfa.gov.ua/news/76852-shhodo-aviakatastrofi-litaka-mau-shho-vikonuvav-rejs-ps752>.
8. Авіакатастрофа літака МАУ в Ірані. Все, що відомо. *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/01/8/7236802/>.
9. URL: <https://www.unian.ua/incidents/10821362-katastrofa-ukrajinskogo-bojinga-v-tegerani-176-osib-zaginulo-vsi-podrobici-foto-video.html>.
10. Украинский Boeing не закончил взлет. *Газета «Коммерсантъ»*. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4214933#id1845684>.
11. Основной версией крушения украинского самолета в Иране предложили считать теракт. *Lenta.ru*. URL: <https://lenta.ru/news/2020/01/08/lukashevich/>.
12. Данилов: «Изучаем версию поражения украинского «Боинга» зенитной ракетой российского ЗРК «Тор» и намерены искать обломки ракеты» *Цензор. Нет* URL: https://censor.net.ua/news/3168909/danilov_izuchaem_versiyu_porajeniya_ukrajinskogo_boinga_zenitnoyi_raketoyi_rossiyiskogo_zrk_tor_i_namereny.
13. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-51076868>.
14. URL: <https://www.5.ua/ekonomika/mylovanov-povidomyv-ia-koronavirus-vplyne-na-ekonomiku-ukrainy-208981.html>.
15. URL: https://24tv.ua/piv_milyona_ukrayintsiv_mozhut_vtratiti_robotu_cherez_koronavirus__milovanov_n1300526.
16. URL: <https://nv.ua/world/countries/koronavirus-v-moldovu-zavezli-iz-ukrainy-poslednie-novosti-50076985.html>.
17. URL: <https://strana.ua/news/251100-v-poezde-kiev-moskva-ottsepili-vahon-iz-za-koronavirusa-chto-proizoshlo.html>.
18. URL: <https://tsn.ua/kyiv/v-odnogo-z-pasazhiriv-poyizda-riga-kiyiv-viyavili-koronavirus-1515360.html>.
19. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IEuQess4M7U>.
20. URL: <https://glavcom.ua/news/sbu-sprostuvala-feyk-pro-infikovaniy-potyag-z-rigi-shcho-pribuv-dokijeva-667913.html>.
21. Eliashevskа N. Vrazlyvist Ukrainy do informatsiinoi viiny. *Tele- ta radiozhurnalistyka*. 2015. Vyp. 14. S. 167.
22. Stotska O.V. Vseukrainski drukovani patriotychni ZMI ta informatsiina bezpeka derzhavy. *Postmetodyka*, 2014. № 4. S. 22.
23. Stotska O.V. Vseukrainski drukovani patriotychni ZMI ta informatsiina bezpeka derzhavy. *Postmetodyka*. 2014. № 4. S. 23–24.

The phenomenon of information warfare in the Ukrainian media

Kalinichenko Bogdan Mikhailovich

Candidate of Political Science,
Associate Professor at the Department
of Services, Public Administration
and Political Science
Bohdan Khmelnytsky
National University of Cherkasy
Shevchenko boul., 81, Cherkasy, Ukraine

Information war is, perhaps, the most commonly used notion in Ukraine because of the Donbas war and the confrontation with Russia. This is due not only to its external convenience and simplicity, but also to the inability to describe the communication side of the conflict with the usual categories. Practice of international conflicts of the 1990s showed that the dominance is achieved not through complete victory over the enemy, but through its total demoralization and / or control over its information space.

For a long period of its independence, Ukraine, if not fully controlled by Russia, was clearly in the fairway of its foreign policy. After the Revolution of Dignity, the situation changed and Ukraine faced not only armed aggression, which resulted in losing part of its territory, but also a massive invasion of its information space with the subsequent actual citizen recruitment by an enemy. Crucial here is the deployment of information confrontation in the Ukrainian media - print, the Internet, television and, to a lesser extent, radio broadcasting.

It is well known that the media are considered to be the "fourth branch of power" in view of their unique position – in fact, they contribute to the existence of the imaginary community which is commonly called the nation / people. Through the media, citizens learn about the current situation in the country, get acquainted with the problems of other regions, and, eventually, get information about events in the world. In this way, the media gain the ability to form public opinion. That is why during the information war, first of all, very important to take control under the media of the enemy and use it as a tool for promoting the required messages. We are currently witnessing the Russian Federation's active action in the Ukrainian media.

Despite the fact that Ukraine has been in a state of information war with Russia for more than five years, the domestic media quite often remain defenseless against powerful information attacks. Certainly, some conclusions have been made and the situation is improving. But it should be understood that the media is not a thing in itself, they do not exist separately from society and the state. There is an approach that the work of the media fully reflects public requests.

The weakness of the Ukrainian media in the information warfare against Russia lies not only in the low journalistic culture and dominance of the oligarchs, but also in the society. The fact that Ukrainians are reluctant to hold public broadcasting at their own expense eloquently demonstrates the desire of society to consume any informational product without being aware of the consequences of all sorts of manipulations. Therefore, for a radical change in the current situation, it is necessary not only to rebuild and reorganize the system of domestic media, but also to increase the information culture of the public, cultivating the ability to filter out «noise» and receive the necessary information.

Key words: informational warfare, information attack, Ukrainian media, information space, information impact.