

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ

ННІ/факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	міжнародних відносин
Спеціальність	291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії
Форма навчання	денна

## КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

Лисняк Анастасії Євгенівни

*(прізвище, ім'я, по батькові здобувача)*

на тему Війна та медіа: роль журналістів у протидії російській інформаційній агресії

*(повна назва теми)*

за матеріалами

*(повна назва бази дослідження)*

науковий керівник к.е.н., доцент

*(наук. ступінь, вчене звання)*

*(підпис)*

І. ЄГОРОВА

*(Ініціал, ПРИЗВИЩЕ)*

**Робота допущена до захисту в ЕК**

Протокол засідання кафедри  
від «10» червня 2025 р. № 12

Завідувач кафедри

*(підпис)*

д.е.н., доцент

*Наук. ступінь, вчене звання*

І. МАКСИМОВА

*Ініціал, ПРИЗВИЩЕ*

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ

ННІ/факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	міжнародних відносин
Спеціальність	291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії
Форма навчання	денна

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач  
кафедри

\_\_\_\_\_

І. МАКСИМОВА

(Ініціал, ПРИЗВИЩЕ)

«16» червня 2025 року

**ЗАВДАННЯ**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ**  
**Лисняк Анастасії Євгенівни**

1. Тема роботи **Війна та медіа: роль журналістів у протидії російській інформаційній агресії**

Керівник роботи Єгорова Ірина Геннадіївна, к.е.н., доцент  
затверджено наказом закладу вищої освіти від «04» квітня 2025 р. № 236-ст

2. Строк подання здобувачем роботи до «16» червня 2025 р.

3. Зміст кваліфікаційної бакалаврської роботи, об'єкт, предмет та мета дослідження:

**Розділ 1. Теоретичні аспекти та соціально-комунікативні детермінанти протистояння медіа інформаційній агресії в умовах війни**

**Розділ 2. Аналітичне осмислення місця вітчизняної журналістики у російсько-українській війні**

**Розділ 3. Формування нової парадигми медіа-комунікацій в умовах протидії російській інформаційній агресії та гібридній війні**

*Об'єкт дослідження:* українські медіа та вітчизняна журналістика в умовах інформаційної агресії

*Предмет дослідження:* соціальні ролі та функції медіа у системі протистояння інформаційній агресії рф.

*Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:* визначення ролі медіа у протистоянні російській інформаційній агресії та формування нової якості інформаційного простору України, здатного протистояти ворожим інформаційним впливам.

5. Дата видачі завдання «04» квітня 2025 р.

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної бакалаврської роботи	Строк виконання етапів роботи	Відмітка керівника про виконання етапів (дата, підпис)
1	Підготовка розділу 1	28.04.2025 р.	28.04.2025 р.
2	Підготовка розділу 2	12.05.2025 р.	12.05.2025 р.
3	Підготовка розділу 3	02.06.2023 р.	02.06.2025 р.
4	Перевірка кваліфікаційної бакалаврської роботи на наявність ознак академічного плагіату за допомогою програм UNICHECK / StrikePlagiarism	до 04.06.2025 р.	04.06.2025 р.
5	Отримання відгуку від наукового керівника	до 16.06.2025 р.	16.06.2025 р.
6	Подання кваліфікаційної роботи на перегляд завідувачу кафедри	до 16.06.2025 р.	16.06.2025 р.
7	Ресстрація завершеної кваліфікаційної роботи	16.06.2025 р.	Ресстраційний № <u>6</u> «16» червня 2025 р.
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі	16.06.2025 р.	16.06.2025 р.
9	Підготовка до захисту в ЕК	до 18.06.2025 р.	до 18.06.2025 р.

Завдання підготував науковий керівник

Завдання одержав

(підпис)

І. СГОРОВА

(Ініціал, ПРІЗВИЩЕ)

(підпис)

А. ЛИСНЯК

(Ініціал, ПРІЗВИЩЕ)

**Декларація**  
**про дотримання академічної доброчесності під час написання**  
**кваліфікаційної магістерської роботи**  
**здобувачем вищої освіти**  
**Державного університету економіки і технологій**

Я, Лисняк Анастасія Євгенівна студент(ка)  
4 курсу, групи МВС-А Державного університету економіки і технологій розумію і підтримую політику закладу із академічної доброчесності. Я не надавав(ла) і не одержував(ла) заборонену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

11.06.2025

(дата)



(підпис)

А.Є.Лисняк

(Ініціал, ПРІЗВИЩЕ)

## АНОТАЦІЯ

Лисняк А.Є. Війна та медіа: роль журналістів у протидії російській інформаційній агресії – Рукопис.

Кваліфікаційна робота бакалавра за спеціальністю 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» Державний університет економіки і технологій. Кривий Ріг, 2025.

У кваліфікаційній бакалаврській роботі розглянуто актуальну проблему взаємодії медіа та війни як збройної агресії, як явища, що впливає на соціальні комунікації, а також з'ясовано роль і значення журналістської діяльності у протидії російській інформаційній агресії проти України.

На основі проведеного теоретичного аналізу досліджено поняття «війна» у контексті сучасних соціальних комунікацій, виявлено сутнісні характеристики і технології ведення інформаційних воєн та інформаційних агресій, проаналізовано специфіку журналістської діяльності в умовах збройного конфлікту та інформаційної агресії.

Здійснено аналітичне осмислення місця вітчизняної журналістики у російсько-українській війні, подано розгорнуту характеристику російської інформаційної агресії та її негативного впливу на інформаційний простір та стан України під час війни. З'ясовано особливості протистояння українського медійного простору інформаційній агресії рф. Подано оцінку сучасного стану та потенціалу української журналістики в інформаційному середовищі в умовах збройної агресії.

Запропоновано концептуальні підходи до формування нової парадигми медіа-комунікацій в умовах протидії російській інформаційній агресії та гібридній війні, визначено

Ключові слова: медіа, війна, гібридна війна, журналістика, збройний конфлікт, інформаційна війна, інформаційна агресія, інформаційна безпека.

## ЗМІСТ

	Стор.
<b>ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ</b>	7
<b>ВСТУП</b>	8
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ПРОТИСТОЯННЯ МЕДІА ІНФОРМАЦІЙНІЙ АГРЕСІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ</b>	11
1.1. Трактування поняття «війна» у контексті досліджень соціальних комунікацій	11
1.2. Сутнісні характеристики і технології ведення інформаційних воєн та інформаційних агресій	16
1.3. Практики журналістської діяльності в умовах збройної та інформаційної агресії	25
<i>Висновки до розділу 1</i>	33
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ МІСЦЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ У РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКІЙ ВІЙНІ</b>	35
2.1. Характеристика російської інформаційної агресії та її впливу на Україну	35
2.2. Аналіз стану протистояння українського медійного простору інформаційній агресії	42
2.3. Оцінка сучасного стану та потенціалу української журналістики в інформаційному середовищі в умовах збройної агресії	54
<i>Висновки до розділу 2</i>	62
<b>РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ НОВОЇ ПАРАДИГМИ МЕДІА-КОМУНІКАЦІЙ В УМОВАХ ПРОТИДІЇ РОСІЙСЬКІЙ ІНФОРМАЦІЙНІЙ АГРЕСІЇ ТА ГІБРИДНІЙ ВІЙНИ</b>	64
<i>Висновки до розділу 3</i>	74
<b>ВИСНОВКИ</b>	76
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	78

## **ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ**

ЗМІ – засоби масової інформації

ЗМК – засоби масової комунікації

ІПСО – інформаційно-психологічна операція

ЗСУ – Збройні Сили України

НАТО – Організація Північноатлантичного договору (North Atlantic Treaty Organization)

ОБСЄ – Організація з безпеки та співробітництва в Європі

## ВСТУП

Протягом багатьох років Україна знаходиться в умовах потужної інформаційної війни, яка супроводжується використанням механізмів комунікаційних маніпулятивних технологій. Проводячи потужну багаторічну інформаційно-психологічну обробку своїх громадян і громадян України, активну кампанію в соціальних мережах, часткове скуповування українських ЗМІ, росія створила власний контент в Україні. З початком широкомасштабної агресії проти України було розгорнуто агресію інформаційну, яка суттєвим чином вплинула не тільки на інформаційний простір, але й на суспільство в цілому.

Основними чинниками загроз інформаційної агресії є маніпуляції суспільною свідомістю, поширення фейків та спотвореної інформації, потужна антиукраїнська кампанія у міжнародному просторі. Українська держава повинна не лише оборонятися в інформаційній війні, а й вести активні наступальні дії проти інформаційних військ агресора. Потрібно вироблення стратегії та тактики ведення боротьби в інформаційному полі, а також аналіз необхідної інформації для боротьби на упередження інформаційних дій ворога.

Війна росії проти України носить гібридний характер. Відтак, гібридну війну можна виграти тільки гібридними засобами, за допомогою ефективних і стрімких технологій, які будуть адаптовані до реальних умов збройного конфлікту. Виникає потреба у використанні стратегічного контенту (книги, телесеріали, фільми, наукові дослідження в протидії російській пропаганді, власний інформаційний продукт), застосування асиметричних дій проти всіх форм і проявів інформаційної агресії; створення системи оцінки інформаційних загроз та оперативного реагування на них; протидія інформаційним операціям проти України, розвиток та удосконалення інститутів, що відповідають за інформаційно-психологічну безпеку. Актуальним стає удосконалення професійної підготовки у сфері інформаційної безпеки, впровадження загальнонаціональних освітніх програм з медіакультури із залученням громадянського суспільства та бізнесу, розвиток інформаційної інфраструктури держави та створення системи забезпечення кібербезпеки.

Посилення впливу інформації на політичну сферу призвело до появи проблеми забезпечення інформаційної безпеки держави, як складової національної безпеки. Ці проблеми лежать на перетині наукових інтересів багатьох дослідників в галузі наук із соціальних комунікацій, філософії, соціальної психології та соціології, міжнародного права та міжнародних відносин. Слід відзначити велику увагу академічної спільноти до проблем інформаційних війн та інформаційної безпеки.

В той же час, антиукраїнська кампанія виявила недостатній рівень розробленості наукових та методологічних напрацювань у сфері інформаційної безпеки України та показала слабку координацію діяльності державних органів, науковців, громадянського суспільства для протидії інформаційній агресії, яка справила значний вплив на свідомість в українському суспільстві, хоча потрібно констатувати, що останні місяці війни демонструють, що державні органи спроможні вирішувати завдання інформаційної безпеки. Саме це зумовило інтерес до даної проблематики та постановку дослідницьких завдань в рамках кваліфікаційної роботи.

Об'єкт дослідження: українські медіа та вітчизняна журналістика в умовах інформаційної агресії.

Предмет дослідження: соціальні ролі та функції медіа у системі протистояння інформаційній агресії рф.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення ролі медіа у протистоянні російській інформаційній агресії та формування нової якості інформаційного простору України, здатного протистояти ворожим інформаційним впливам.

Відповідно до мети дослідження було визначено такі основні його завдання:

- аналіз теоретичних аспектів та соціально-комунікативних детермінант протистояння медіа інформаційній агресії в умовах війни;
- визначення поняття «війна» у контексті досліджень соціальних комунікацій;

- виявлення сутнісних характеристик і технологій ведення інформаційних воєн та інформаційних агресій;
- дослідження практик журналістської діяльності в умовах збройної та інформаційної агресії;
- аналітичне осмислення місця вітчизняної журналістики у російсько-українській війні;
- характеристика російської інформаційної агресії та її впливу на Україну;
- аналіз стану протистояння українського медійного простору інформаційній агресії ;
- оцінка сучасного стану та потенціалу української журналістики в інформаційному середовищі в умовах збройної агресії;
- формування нової парадигми медіа-комунікацій в умовах протидії російській інформаційній агресії та гібридній війні.

Основними методами, що дозволили досягти результатів та виконати поставлені у роботі завдання: аналіз, синтез, компаративний аналіз, контент аналіз, аналіз нормативних актів, порівняльний аналіз, стратегування тощо.

Інформаційною базою для проведення дослідження є наукові розробки та розвідки вітчизняних та зарубіжних фахівців у галузі соціальних комунікацій, соціальної психології, міжнародного права, міжнародних відносин, політології. У роботі також використано результати проведених аналітичних досліджень стану українського медіа простору.

Практичне значення проведеного дослідження полягає у актуалізації проблеми ведення інформаційних воєн у сучасних збройних конфліктах, аналізі стану сучасного інформаційного простору та формування концепту нової парадигми розвитку інформаційного простору України у найближчій перспективі.

Апробацію результатів виконано під час I Всеукраїнської науково-практичної конференції «Журналістика XXI століття: виклики та перспективи», за результатами якої опубліковано тези на тему: «Роль соціальних мереж в дипломатії» (квітень 2025 року).

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ПРОТИСТОЯННЯ МЕДІА ІНФОРМАЦІЙНИЙ АГРЕСІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

### 1.1. Тракткування поняття «війна» у контексті досліджень соціальних комунікацій

Війни в історії людства завжди займали особливе місце, визначаючи історичний поступ людської цивілізації, формуючи нові суспільно-політичні реалії, змінюючи технології, впливаючи на життя суспільства. Цей феномен війни був і залишається предметом філософського осмислення, соціологічного аналізу, політичних оцінок, економічних розрахунків, соціокультурних практик. Що більше людей втягувалися у вир війн, то більшого соціального значення мали наслідки війн і більш відчутними були наслідки військових конфліктів.

Війна розглядається не тільки як практика соціальної взаємодії, в якій суб'єктами виступають нації та народи, держави та уряди. На нашу думку слід розуміти явище війни і як комунікативну взаємодію, особливо тоді, коли війни ведуться в умовах розвиненого інформаційного суспільства, коли у збройних конфліктах використовують широко та активно різноманітні інформаційні ресурси, коли протидіючі сторони спираються на комунікативні інструменти, використовують інформаційну зброю.

Аналіз дефініції «війна» в основному зводиться до розуміння її як збройного протистояння держав. Юридичного змісту війні додають представники правничої науки. Вони багато у чому ототожнюють війну та збройний конфлікт. Таке ж розуміння закладено і у чинні нормативні акти міжнародного характеру.

За визначенням О. Батрименка, збройний конфлікт – це збройна боротьба між державами або між державою та антиурядовими військовими формуваннями [1].

На думку П. Балтаджи та Л. Матвєєвої війна як конфлікт між політичними утвореннями, що відбувається у формі озброєного протиборства, військових дій між збройними силами, представлена як у контексті історико-правових досліджень ХХ ст., так і у сучасному політико-правовому дискурсі [2].

В той же час, дослідники визначають багатоманітність форм та засобів ведення сучасних війн, значна частина яких не є збройними, а відтак виявляють потребу у якісно новому розумінні війни як явища, що виходить за межі класичної ідентифікації війни виключно зі збройним конфліктом.

Наприклад, О. Задорожня вважає, що початок ХХІ століття характеризується різноманітністю форм та методів ведення воєнних конфліктів, які відрізняються від традиційних. Це використання широкого спектру невоєнних методів тиску (економічних, політичних, інформаційних, соціальних та ін.), що у свою чергу потребує уточнення нового розуміння сутності воєнного конфлікту.

В той же час дослідниця відзначає, що в умовах збройного конфлікту основним засобом досягнення цілей сторін конфлікту у сфері політичної влади, на її думку, виступає збройне протистояння, яке надає їм (сторонам) можливість реалізації власних інтересів за допомогою інформаційних, економічних, правових, силових ресурсів [3].

Авторка у своєму визначенні виходить за межі розуміння війни як збройного конфлікту між суб'єктами міжнародного права, натомість застосовує більш широкий термін «сторона конфлікту». Слід також звернути увагу на те, що у цьому підході авторка наголошує на різноманітності ресурсів війни, серед яких на першому місці ставить саме інформаційні ресурси.

Важливо відзначити, що дослідники наголошують не тільки на силовому аспекті сучасних війн, але й на їх соціокультурному феномені.

Як зауважує Ю. Берестень, у вітчизняному філософському дискурсі феномен війни під впливом нових чинників об'єктивної воєнної ситуації набуває нових смислових конотацій, які більш рельєфно увиразнюють його розуміння на сучасному етапі буття української нації [4].

В даному твердженні простежується натяк на конфлікти світоглядного та націєутворюючого характеру, яскравим прикладом якого є і російсько-українська війна.

З точки зору соціологічного аналізу війна розглядається як соціальний конфлікт, що розгортається у соціальному середовищі та впливає на всі аспекти життя соціуму. Вона є одним із різновидів соціальних практик і змінює докорінно соціальний уклад її учасників.

В. Судаков на основі аналізу концептуальних підходів до з'ясування пізнавального змісту поняття «війна» у сучасних об'єктивістських та суб'єктивістських соціологічних теоріях, пропонує наступне визначення: війна – це поняття соціологічної теорії, яке слугує пізнавальним засобом концептуального відображення конфліктного протистояння взаємопрямованих мілітарних соціальних практик як насильницької системи типізованих соціальних дій, які призводять до руйнації ресурсних засад організації мирного колективного життя людей та демократичного устрою соціального порядку у сучасних суспільствах як соціальних системах аграрного, індустріального та постіндустріального типу [5].

У цьому досить глибокому розумінні війни як явища соціального за своєю сутністю, важливо відзначити насильницький характер війн з точки зору соціологічної науки.

В сучасному світі війни набувають й нового характеру. Мається на увазі їх вплив глобальний вплив на всі аспекти життя людини. А тому військовий аспект сучасних війн у розумінні їх змісту набуває неklasичного гібридного характеру. Виникає поняття «гібридна війна». Цей термін означає відсутність у змісті сучасного збройного конфлікту його класичних ознак: початку, оголошення війни, звичного театру бойових дій. Війни поступово переходять у духовний, інформаційний та культурний простір, набувають надсвідомого, релігійного, національного аспектів. Війни дедалі частіше ведуться не за території, а за думки людей, що впливає на їх вчинки.

У глобалізованому світі війни стають іноді перманентними та втрачають ознаки класичного збройного конфлікту. У такому випадку вони дедалі частіше переходять з полів битв у інформаційний простір.

Гібридний характер сучасних війн дедалі частіше формує їх інформаційний підтекст. На це звертають увагу багато науковців.

Цікавим, на наш погляд, виявляється підхід Є. Магди, який виокремлює у структурі змістової характеристики гібридної війни саме інформаційний зміст. Як зауважує Є. Магда, гібридна війна – це «намагання однієї держави нав'язати іншій (або іншим) свою політичну волю шляхом комплексу заходів політичного, економічного, інформаційного змісту і без оголошення війни відповідно до норм міжнародного права» [6].

Щодо російсько-української війни, яка розпочалася у 2014 році, то у ній яскраво виражені ознаки гібридності. І в першу чергу її яскраво виражений інформаційний характер.

А. Киричок вважає, що гібридна війна Росії проти України має принципово нову інформаційну та смислову специфіку порівняно з іншими конфліктами схожого типу. Перш за все, виділимо такі фактори: інтенсивність та глобальний масштаб охоплення аудиторії, яка зазнає впливу; системне використання медіа та нових медіа для формування порядку денного; намагання зруйнувати старі існуючі та створити нові інтерпретації й смислові посилення, які здатні змінити картину дійсності. Чинники інформаційного та комунікативного впливу є найбільш дієвою зброєю в гібридній війні [7].

З огляду на інформаційний зміст сучасних гібридних війн логічно зробити висновок про присутність в усіх аспектах цього явища засобів масової комунікації. Новинні, військові, пропагандистські медіа виявляються втягнутими у вир війни та вирішують завдання, які безпосередньо впливають на її хід та результати.

Дуже вдало вписує медіа у контекст війни В. Бурлачук, яка звертає увагу на те, що для більшості співвітчизників війна сьогодні відбувається не на полях битв, а у просторі комп'ютера і телевізора. Маніпулювання інформаційним полем, віртуалізація бойових дій стають невід'ємною складовою сучасних

воєнних технологій. Масмедіа щодня демонструють мапи, на яких зображено лінію фронту, що показує переміщення військ. Військовий експерт, коментуючи події, перетворює глядача на віртуального полководця, який планує тактичні та стратегічні плани воєнних операцій [8].

В сфері наукових досліджень соціальних комунікацій війна розглядається як інформаційна подія, яка активно включена у життя соціуму та в інформаційне поле суспільних комунікацій. В той же час, інформація розглядається як один із можливих театрів війни, як простір, де розгортається протистояння між суб'єктами збройного конфлікту.

На основі проаналізованих джерел можна зробити порівняння підходів до розуміння сутності категорії «війна» з точки зору різних галузей наукових знань (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1

**Порівняння підходів до розуміння сутності категорії «війна» з точки зору різних галузей наукових знань**

Галузь наукових знань	Сутнісна характеристика дефініції «Війна»	Ключовий меседж підходу
Юридична наука	Збройний конфлікт – це збройна боротьба між державами або між державою та антиурядовими військовими формуваннями	Збройна боротьба
Філософська наука	збройне протистояння, яке надає (сторонам) можливість реалізації власних інтересів за допомогою інформаційних, економічних, правових, силових ресурсів	Соціальний конфлікт
Соціологічна наука	конфліктне протистояння взаємоспрямованих мілітарних соціальних практик як насильницької системи типізованих соціальних дій	Соціальне насильство
Воєнна наука	озброєне протистояння, військові дії між збройними силами	Військові дії
Конфліктологія	Конфлікт на різних рівнях людської взаємодії, що розв'язується через силу	Засіб розв'язання протиріч
Наука соціальних комунікацій	Інформаційна подія, що породжує специфічні комунікації у суспільстві	Інформаційна подія

Примітка. Джерело: Складено авторкою.

Таким чином, на основі проведеного теоретичного аналізу категорії «війна» у контексті наукових досліджень в галузях соціологічних, юридичних та політичних наук виявлено різнобічний характер ознак війни як конфлікту

соціального, збройного, юрисдикційного, соціально-психологічного. Усі дослідники відзначають трансформації у змісті категорії «війна» у сучасному соціально-політичному та технологічному дискурсі.

З точки зору науки в галузі соціальних комунікацій війна є з одного боку інформаційною подією, яка потребує відповідного інформаційного супроводу, висвітлення, відображення у засобах масової інформації (військові ЗМІ, воєнкори, військово-аналітичні агентства тощо). З іншого боку слід розуміти інформацію як інструмент/метод/засіб ведення війни, як поле/театр війни, на якому відбувається не менш запекле протистояння, ніж на реальних фронтах, і результати яких мають нелінійні наслідки та результати, що значною мірою визначають переможця у збройному конфлікті. З цієї точки зору варто детальніше розглянути дефініцію «інформаційна війна».

## **1.2. Сутнісні характеристики і технології ведення інформаційних воєн та інформаційних агресій**

Війна конвекційна в сучасних умовах забезпечується таким якісно специфічним явищем як інформаційна війна. Інформаційні війни не є новацією, вони використовувались в різні історичні епохи, проте в сучасних війнах інформаційно-комунікаційний супровід збройних конфліктів набуває якісного нового змісту і значення. З метою більш глибокого вивчення феномену інформаційної війни та її сутнісних характеристик проведемо аналіз наукових джерел, в яких досліджувалися різні аспекти інформаційних воєн.

О. Дзьобань О. Прудникова, характеризуючи сучасні війни, стверджують, що на початку ХХІ ст. фактори несилкових форм ведення боротьби, які відігравали раніше другорядну роль, вийшли на перший план у спектрі технологій, що застосовуються у сучасних збройних та незбройних конфліктах, управління якими перемістилось з поля бою у глибинний інформаційний простір [9].

Можна погодитися з авторами в сенсі визначення інформації як несилової форми ведення сучасних воєн, проте, варто зауважити, що інформаційні методи

ведення війни можуть мати цілком насильницькі, тобто силові, наслідки та результати. Як приклад, слід навести російсько-українську війну, яка почалася у 2014 році з масованої інформаційної атаки ворожої держави на інформаційне поле України, потягнувши за собою агресію, масові збройні сутички на сході України та у Криму, інтервенцію чужоземних військовиків на суверенну територію України.

В той же час, дослідники наголошують на технологічності інформаційних війн, їх комплексності та специфічних методах протистояння.

Так, А. Шугаєв відзначає, що інформаційна війна – це комплекс заходів, направлених на отримання конкурентної переваги над опонентом за допомогою інформаційних і комунікаційних технологій, застосування маніпулятивних прийомів [10].

Варто звернути увагу і на позицію щодо розуміння інформаційної війни як частини війн політичних, з їх зовнішньо-політичними цілями.

В. Таркін визначає інформаційну війну як складову політичної війни – маючи універсальний характер, вона може вестися у економічній, соціальній, оборонній, духовній сферах. У контексті політичної війни, інформаційну війну можна визначити як зовнішню діяльність держави, яка веде до досягнення конкретних політичних цілей, спрямованих на руйнування чи зміну ідей, поглядів, ціннісних орієнтирів та інформаційних систем противника, при цьому захищаючи свої ресурси від аналогічних дій противника [11].

На нашу думку, присутність у змісті сучасних збройних конфліктів інформаційних війн надає їм характеру неформатного конфлікту, в якому класичні чи неокласичні норми ведення війн заперечуються політичними, ідеологічними, економічними цілями та надають війні характеру гібридності. З одного боку це війна, а з іншого боку немає звичних для війни актів чіткого визначення її початку, розірвання дипломатичних відносин між країнами, що знаходяться у специфічному міжнародно-правовому стані, інших аспектах, що суттєво впливають на результати збройного протистояння.

М. Требін, характеризуючи зміст гібридних війн, відзначає, що протягом всієї «гібридної» війни дуже важливе значення приділяється боротьбі за розум і

душі людей, тобто інформаційній боротьбі, де основними суб'єктами виступають не військові, а цивільні: ЗМІ, перш за все телебачення та Інтернет [12].

Деякі автори уточнюють зміст інформаційної війни як об'єктивного явища через нові тенденції у інформаційному протистоянні. Наприклад, через дефініцію «інформаційно-психологічні операції». Найбільш повною мірою відображає структуру дефініції "інформаційна війна» категорія «інформаційно-психологічна операція». Так, А. Сардак вважає що сьогодні для України важливо зберегти національну цілісність, не піддаючись ворожим провокаціям інформаційно-психологічних операцій [13].

В дослідженні комунікативної сутності інформаційних війн слід схвально оцінити поняття мережевої війни, яке запропонували О. Дзьобань та О. Прудникова. Вони визначають мережеву війну як новий якісний рівень розуміння цілей і завдань сучасної війни, збройних конфліктів. У сутнісному плані мережева війна зводиться до особливої форми ведення конфліктів, коли їх учасники застосовують мережеві форми організації, доктрини, стратегії та технології, максимально пристосовані до умов сучасного етапу розвитку інформаційного суспільства.

Автори логічно доводять, що у концепції мережевих війн основним поняттям є термін “мережа” – новий інформаційний простір, у якому і розгортаються основні стратегічні операції (війни) як розвідувального, так і воєнного характеру, а також відбувається їхнє медійне, дипломатичне, економічне, технічне та інше забезпечення. Мережева війна, на відміну від мережецентричної, заповнює весь соціокультурний простір, пронизує соціально-політичні, соціально-економічні, культурні та ідеологічні процеси і метою мережевих війн є досягнення абсолютного контролю над усіма учасниками історичного процесу у світовому масштабі [9].  
На нашу думку, специфіка інформаційних війн виявляється у такому.

По-перше, в атиповості у порівнянні з класичними збройними конфліктами, а особливо із закріпленими у міжнародно-правових актах формальними їх характеристиками.

По-друге, у особливих інструментах їх ведення. В якості таких інструментів розглядаються всі засоби масової інформації, що засновані на різних технологіях передавання інформації, від друкованих ЗМІ, листівок, прокламацій до мережі Інтернет, соціальних мереж та телекомунікаційних ЗМІ. Логістика інформаційних війн значною мірою визначається саме такими специфічними інструментами.

По-третє, вибірковість цілеспрямованих впливів на цільову аудиторію. На фоні заборони міжнародно-правовими актами засобів ведення війни, що мають невідбіркову дію, інформаційні війни необмежені у доборі інформаційних повідомлень, що утруднює реагування на них, протистояння їх негативним наслідкам та формування надійного захисту від їх деструктивного впливу.

По-четверте, недетермінованість дій на полях інформаційної війни у часі. Така війни може тривати цілодобово, цілорічно та не знає перерв на обмін полоненими. Відтак, постає ще одна проблема - важка передбачуваність загроз, перманентність небезпек та спорадичність впливів.

По-п'яте, неконвенційний характер подій та втрат в інформаційній війні. Значною небезпекою для держави є ймовірність втрати репутації та авторитету, що загрожує інколи більше, ніж військова поразка.

По-шосте, багатовекторність напрямів, в яких триває протистояння у інформаційних війнах. Так само, як і множинність суб'єктів та соціальних спільнот, негативні впливи на яких в рамках інформаційної війни можна здійснити одночасно. Інформаційні війни можуть одночасно як всередині країни, так і у міжнародному середовищі, на окупованих територіях та на полі бою, у вузьких соціальних спільнотах та у окремих соціальних інституціях.

По-сьоме, формування специфічних результатів інформаційних війн, які полягають не у перемогах на фронтах конвенційних війн, а у змінах масової свідомості, соціально-психологічному стані спільнот, що впливає на їх масову, групову та індивідуальну динаміку життя.

До характерних для найбільш характерних та поширених у перебігу інформаційної війни засобів, на наш погляд, слід віднести:

1. Дезінформацію (спотворення правдивої інформації через формування хибних інформаційних повідомлень);
2. Масовані інформаційні атаки та вплив на масову свідомість;
3. Багатократну трансляцію неправдивих меседжів з метою формування хибного сприйняття дійсності у цільових аудиторій;
4. Підміну важливої інформації другорядними та несуттєвими інформації (інформаційне заміщення);
5. Поширення чуток та пліток, які є носіями потрібних ворогу меседжів.

З метою проведення дослідження в рамках даної кваліфікаційної роботи варто зупинитися на уточненні дефініції «інформаційна агресія». Вона доволі широко застосовується у науковому обігу, інколи навіть як аналог дефініції «інформаційна війна». Спробуємо уточнити зміст цього явища та його взаємодію з явищем інформаційної війни.

О. Радутний визначає інформаційну агресію як різновид інформаційного протиборства (суперництва в інформаційній сфері щодо впливу на соціально значущі відносини та/або встановлення контролю над джерелами стратегічних ресурсів), яке, у свою чергу, є різновидом будь-якого протиборства, і полягає у посяганні на свідомість та світосприйняття людини, формування цілісної картини оточуючого простору, а в окремих аспектах державного рівня – на національну безпеку України в інформаційній сфері з метою нанесення істотної шкоди в окремих сферах життєдіяльності суспільства [14].

Х. Максим у своєму дослідженні феномену інформаційної агресії в умовах російсько-української війни стверджує, що нинішня українська дійсність є наочною демонстрацією ситуації, коли межа між інформаційною та безпосередньою війною розмивається. У сучасних військових конфліктах, з метою забезпечення їх легітимності та здійснення маніпулятивних впливів, ефективно використовують комунікативні можливості сучасного глобалізованого інформаційного суспільства [15].

Дослідниця виокремлює означальні риси інформаційної агресії, яка є релевантною теперішній українській ситуації, а саме:

- несиловий характер, відсутність підпорядкування фізичним закономірностям (немає маси, ваги, розміру, температури тощо);
- нелінійність, тобто непропорційна залежність причини й наслідку, порушення закону збереження матерії та енергії, кумулятивний характер, можливість лавиноподібного зростання інформації;
- можливість максимальної дальності й швидкості розповсюдження, що зростає з розвитком інформаційних технологій;
- можливість ідеального клонування;
- нелокалізованість у часі – наслідки інформаційної агресії і насилля можуть бути розмитими у часі й просторі;
- пандемічність, опосередкований характер і потаємність впливу (інформаційна дія має глобальний характер й на відміну від фізичного впливу, може бути абсолютно непомітною);
- віртуальний характер дії, можливість фокусування, селективність, уразливість (крихкість інформаційного світу, легкість доступу, можливість зламу інформаційних систем) [15].

Слід погодитись з висновками Х. Максим та її оцінками сутнісних характеристик інформаційної агресії, проте маємо декілька зауважень стосовно окремих положень, визначених авторкою як ключових означальних у формуванні змісту дефініції «інформаційна агресія».

По-перше, щодо несилового характеру інформаційної агресії варто зауважити, що вона, і це очевидно випливає з аналізу інформаційного протистояння у російсько-української війни, є складовою частиною збройної агресії, агрегована нею та підпорядкована цілям та завданням військової агресії РФ. Особливо це характерно для окремих етапів війни, на яких збройне протистояння або ще не почалося, або вже уповільнилося, і існує потреба у інформаційному супроводі військових дій. Так було напередодні війни, так було і під час окремих операцій, які використовувались для ведення агресивних інформаційних атак на керівництво держави, командування Збройних сил України, дискредитації української державності в очах населення України та міжнародних партнерів.

По-друге, не повною мірою погоджуємося із твердженням дослідниці стосовно нелокалізованості інформаційної агресії у часі. На наш погляд, операції інформаційної агресії рф проти України є результатом чітко спланованих дій політичного керівництва країни-агресора, які ув'язувались у часі з різними чинниками становища на фронті, міжнародної ситуації, позицій країн-партнерів України.

Крім того, варто відзначити додатково й інші означальні риси інформаційної агресії, зокрема відсутність формального зв'язку з спрямованістю інформаційних повідомлень виключно на протидіючу сторону та перехід інформаційної агресії країни-терориста на інших міжнародних суб'єктів, процеси, які напряду не пов'язані із веденням військових операцій. Як приклад, можна навести акти такої інформаційної агресії проти окремих міжнародних інституцій чи держав та їх лідерів, що підтримують Україну у її боротьбі за незалежність (ЄС, Велика Британія, Франція, Молдова), проти глави держави – Президента України, чю легітимність пропагандисти рф піддають сумніву, цинічно посилаючись на Конституцію України.

На основі вивчених джерел та емпіричного аналізу інформаційного простору сучасної України в умовах війни можна зробити висновок про те, що інформаційна війна має такі специфічні риси:

- латентний характер ведення та засобів інформаційного тиску на ключові групи реципієнтів інформаційного впливу з метою формування масової свідомості, сприятливої до сприйняття негативних оцінок ворога;
- специфічний простір розгортання інформаційних операцій, до складових якого можна віднести масову свідомість, індивідуальну свідомість, емоційно-чуттєву сферу людського мислення, громадську думку, настрої та ставлення, громадські зв'язки тощо;
- значна непередбачуваність, а відтак і небезпека від руйнівних наслідків інформаційних війн;
- високий рівень впливу небезпеки їх негативних результатів на всі, без виключення, сфер суспільного життя;

- відсутність прямого зв'язку між ресурсами інформаційної війни та ресурсами конвекційної війни.

З метою проведення компаративного аналізу сутнісних характеристик інформаційних війн та інформаційних агресій було обрано такі основні їх порівняльні критерії:

- сутність, виявлена на основі співвідношення їх змісту як цілого та окремого;
- основне завдання, яка відображає цілі та об'єкти інформаційного впливу, а також форми досягнення цілей;
- основні групи учасників, суб'єктів, на які покладаються завдання;
- засоби ведення, що можуть включати формальне відображення інформаційних дій;
- ресурси, що застосовуються під час виконання відповідних завдань;
- основні групи методів, за допомогою яких реалізуються завдання;
- види технологій, які використовуються для виконання завдань;
- узагальнений характер ведення;
- цільова аудиторія, на яку спрямовано інформаційні впливи.

Результати проведеного компаративного аналізу змісту дефініцій «інформаційна війна» та «інформаційна агресія» відображено у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

**Компаративний аналіз змісту дефініцій  
«інформаційна війна» та «інформаційна агресія»**

Критерії	Інформаційна війна	Інформаційна агресія
сутність	Конфлікт в інформаційному просторі	Активна фаза інформаційної війни
завдання	Вплив на громадську свідомість	Інформаційні диверсії, ПІСО
учасники	Державні та недержавні ЗМІ	Спеціалізовані ЗМІ
засоби	Маніпулювання	Дезінформація
ресурси	Цивільні ЗМК, мас медіа	Спеціальні ЗМІ та інформаційні війська
методи	Психологічні, комунікаційні	Конвекційні, силові
технології	масові	Індивідуальні, групові
характер	Прихований, завуальований	Відверто ворожий, антагоністичний
аудиторія	Громадяни, суспільна думка	Держава, влада, громадяни, військові

Примітка. Джерело: Складено авторкою.

Як бачимо з табл. 1.2, сутність інформаційних війн полягає у протистоянні в конфлікті, що розгортається у специфічному полі – інформаційному просторі, у той час інформаційна агресія, на наш погляд є найбільш динамічною та активною фазою інформаційної війни, яка виникає на певному етапі загострення інформаційного протистояння та суттєво поглиблює конфлікт.

Основним завданням інформаційної війни, яка показує практика у тому числі російсько-української війни, є вплив на громадську свідомість, на формування у соціумі необхідного ставлення до соціальних подій. У той же час, завданням інформаційної агресії виступають інформаційні диверсії на полі противника та активні інформаційно-психологічні операції.

Основними групами суб'єктів, на які покладаються відповідні завдання інформаційних війн та інформаційних агресій, є відповідно державні/недержавні ЗМІ та спеціалізовані групи суб'єктів, які спеціально підготовлені для таких цілей.

Засобами ведення інформаційних війн в основному є маніпулювання, натомість у інформаційній агресії таким засобом виступає здебільшого відверта дезінформація, яка здатна швидко дезорієнтувати протидіючу сторону.

До ресурсів інформаційної війни нами віднесено в основному цивільні засоби масової комунікації та мас медіа, натомість для ведення інформаційних агресій застосовуються спеціальні ЗМІ та інформаційні війська.

До основних груп методів, за допомогою яких реалізуються завдання інформаційних війн варто віднести переважно психологічні та комунікаційні, в той час як для інформаційної агресії характерними є здебільшого конвекційні (контрпропагандистські) та силові методи поширення інформації.

Як свідчить практика, для досягнення цілей інформаційних війн частіше використовуються технології масового впливу на суспільну свідомість, в той для виконання завдань інформаційної агресії переважають індивідуальні/групові методи інформаційного впливу. Наприклад, методи інформаційної блокади на тимчасово окупованих територіях або методи інформаційного вакууму для наших співгромадян, які знаходяться у ворожому полоні.

Цільовою аудиторією, на яку спрямовано впливи інформаційних війн, є громадяни, суспільна свідомість та громадська думка. Для інформаційної агресії основною цільовою аудиторією виступають, крім цих об'єктів, також політична влада, державні органи і, найчастіше, військовослужбовці збройних сил, яких деморалізують як головну протидіючу силу.

Таким чином, узагальнений характер інформаційних війн можна визначити як прихований, певною мірою завуальований. На відміну від них, інформаційні агресії носять відверто ворожий, антагоністичний, неприховано агресивний характер.

Яким чином протистояти інформаційним агресіям та як ставитися до подій інформаційних війн? Це ключове питання, яке ми розглянемо у наступному підрозділі кваліфікаційної роботи.

### **1.3. Практики журналістської діяльності в умовах збройної та інформаційної агресії**

В умовах інформаційної та воєнної агресії, в умовах реального збройного конфлікту журналістська діяльність має особливу специфіку. Значною мірою ускладнюється процес дотримання журналістською спільнотою задекларованих етичних і професійних стандартів поведінки журналіста. Практики збирання інформації, її обробки та подання інформаційних повідомлень стають особливо складними під час роботи в умовах ведення бойових дій. Гібридність сучасної війни, інтенсивність бойових дій на території України, починаючи з 2014 року, зумовили потребу у тому, щоб ЗМІ та їх працівники з виключно комунікатора перетворювались на засіб інформаційної боротьби.

Умови, в яких працюють журналісти під час реального збройного конфлікту в Україні, характеризуються такими чинниками:

- активне втручання ворожих ЗМІ у інформаційний простір України, що негативно впливає на процеси формування громадської думки, особливо через соціальні мережі;

- поширення ворожої пропаганди, яка заснована на дезінформації та ідеологічних диверсіях;
- постійні реальні загрози фізичній безпеці працівників ЗМІ, матеріально-технічній базі видань, журналістській творчості;
- обмеження воєнного стану, що негативно відображаються на різних аспектах вільного поширення інформації (інформація з обмеженим доступом, комендантська година, обмеження пересування країною тощо);
- активна взаємодія з офіційними джерелами інформації про перебіг військових дій, заходи безпеки, евакуацію, переміщення населення тощо.

В таких умовах, попри об'єктивні обмеження, робота журналістів має важливе значення для усебічного висвітлення подій в Україні, інформування світу щодо воєнних злочинів країни-агресора, забезпечення резильєнтності цивільного населення, діяльності органів місцевої та державної влади та різних соціальних інституцій, включаючи державу, родини, окремих індивідів.

Фактично в Україні усі ЗМІ та журналісти перманентно перебувають у зоні ризику, а тому мусять мати навички особистої безпеки, вміти забезпечувати належну медіацію та знаходити вихід з конфліктних ситуацій, враховувати напружені етичні стани, які характерні для інформаційних повідомлень про перебіг воєнних дій і використовувати у своїй роботі стандарти журналістської етики.

Діяльність журналістів в умовах війни регулюється низкою міжнародно-правових актів, зокрема:

- Рекомендаціями Ради Європи CM/Rec(1996) Комітету міністрів держав-членів щодо захисту журналістів у ситуаціях конфлікту та напруженості [16];
- Рекомендаціями CM щодо захисту свободи слова та інформації під час кризи (2007) (далі – Рекомендація CM) [17];
- Декларацією Комітету міністрів про захист журналістів у ситуаціях конфлікту та напруженості [18];
- стандартами інших міжнародних організацій.

Стандарти Ради Європи, зокрема, встановлюють обов'язки для таких суб'єктів:

- держав-членів Ради Європи;
- журналістів;
- засобів масової інформації;
- інституцій громадянського суспільства з метою забезпечення дотримання принципу свободи слова у конфліктних ситуаціях.

Відповідно до Рекомендацій СМ працівники ЗМІ повинні дотримуватися професійних і етичних стандартів найбільше у кризові часи, пам'ятаючи про свій особливий обов'язок надання громадянам у кризових ситуаціях своєчасної, заснованої на фактах, достовірної й вичерпної інформації, водночас зважаючи на права інших громадян, тонкощі їхнього сприйняття, непевність та страх, які вони можуть відчувати.

Рекомендації СМ замість термінів війна, терористичний акт, природні й техногенні катастрофи (тобто ситуації, які загрожують свободі вираження поглядів та інформації) наприклад, при її обмеженні в цілях безпеки) застосовують термін «криза».

Відповідно до зазначених нормативних актів міжнародного характеру журналісти (працівники ЗМІ) - це всі особи, які беруть участь у зборі, обробці та розповсюдженні інформації для ЗМІ, у тому числі оператори, фотографи, технічний персонал (наприклад, водії і перекладачі). Журналісти повинні дотримуватися професійних та етичних стандартів і протидіяти поширенню пропаганди та дезінформації. Протидія поширенню пропаганди та дезінформації полягає у тому, що журналісти виявляють пильність під час висвітлення будь-яких конфліктних ситуацій, оскільки об'єктивна та якісна журналістика і репортажі є ключовими інструментами протидії пропаганді та дезінформації [19].

Як зазначено в Резолюції Парламентської асамблеї Ради Європи 1003 (1993) про етичні принципи журналістики, ситуації тиску і конфлікту виникають в суспільстві під впливом таких факторів, як тероризм, дискримінація меншин, ксенофобія або війна. За таких обставин ЗМІ мають моральне зобов'язання захищати демократичні цінності, зокрема повагу до людської гідності. Ніхто не повинен залишатися осторонь питань захисту демократичних цінностей [20].

Для цього ЗМІ мають відігравати важливу роль у запобіганні напруженості, а також сприянні взаєморозумінню, терпимості та довірі між різними громадами в регіонах, де панують конфлікти. Журналісти під час роботи в умовах війни зіштовхуються з етичними розбіжностями, адже вимоги та стратегічні інтереси керівництва держави, культурна та національна чутливість і традиційні журналістські обов'язки можуть не збігатися.

До прикладу, Кодекс етики Товариства професійних журналістів (SPJ) рекомендує журналістам «шукати правду та повідомляти про неї» і «зводити шкоду до мінімуму» [20]. SPJ виокремило п'ять аспектів, які викликають етичне протиріччя:

- оцінка мотивації журналістів щодо публікації або приховування інформації, графічних зображень;
- оцінка мотивації керівництва держави щодо нерозголошення інформації;
- оцінка надійності інформації;
- збалансування важливості та шкоди публікації;
- розгляд альтернатив [20].

До кожного з напрямку SPJ пропонує перелік запитань, відповіді на які дозволять підготувати матеріал без наявності етичних дилем.

Надаючи характеристику оцінці мотивації журналістів щодо публікації або приховування інформації, графічних зображень журналісти можуть поставити запитання щодо того: чому надана інформація необхідна громадськості, окрім того факту, що журналісту стало про неї відомо; яку саме мету намагаються досягнути журналісти, оприлюднивши інформацію – привернути увагу до власної інформаційної організації, створити «шум» або отримати «ексклюзив» тощо.

Кодекси етики журналістів, які регулюють журналістську роботу, приймаються, як правило, професійними організаціями по всьому світу. Відрізняючись деталями свого змісту та походзячи від різних культурних традицій, більшість з них мають загальні елементи та, як правило, регламентують діяльність журналістів у мирний час.

Рекомендації спрямовані на формування професійних підходів шляхом запровадження правил щодо висвітлення конфліктних подій на Південному Кавказі та аналіз цих подій. Рекомендації є своєрідним заклик до регіональних журналістів щодо чесного, професійного висвітлення і аналізу подій.

Основні рекомендації для роботи журналістів сформульовані Кодексом:

- не нашкодити (не сприяти розповсюдженню чи ескалації конфлікту);
- не приховувати інформацію, за винятком випадків, коли існує загроза життю;
- бути обережними, повідомляючи про специфічні групи населення (наприклад, біженці, внутрішньо переміщені особи, військові та їх родини, національні меншини тощо);
- не ставати частиною інформаційної війни (не приставати на позицію конкретної сторони і не позиціонувати себе у якості захисника чи представника однієї зі сторін конфлікту);
- дотримуватись професійних стандартів журналістики, не надавати пріоритетів і не діяти на підтримку будь-яких ідеологічних чи національних позицій тощо);
- не ставати частиною конфліктних дискусій і розмов.

Журналісти повинні уникати:

- поширення пропаганди війни та ескалації конфлікту;
- заохочення дискримінації та участі в ній, зокрема за расовою, статевою, етнічною, релігійною або будь-якою іншою ознакою;
- використання етнічних і культурних стереотипів та кліше тощо;
- табу та самоцензура (журналісти повинні: бути чутливими до культурних і релігійних заборон (табу);
- застосовувати самоцензуру лише у випадках, коли журналіст прагне не нашкодити власним «джерелам» і захистити вразливі верстви населення;
- забезпечити викладення різних поглядів, що висвітлюють події тощо);
- термінологія / лексика (під час роботи на конфліктних територіях журналісти повинні використовувати термінологію/лексику, яка уникатиме: ситуацій розпалювання конфліктів, ненависті або ворожнечі; використання

кліше, мови ненависті та мови, яка створює негативні або позитивні стереотипи про одну із сторін конфлікту тощо).

Мережа етичної журналістики – громадська організація, що заснована у Великій Британії та об'єднує фахову спільноту з понад 70 груп по всьому світу (анг. – the Ethical Journalism Network, EJN), ініціювала серію публікацій про етичні виклики, з якими стикаються журналісти у своїй професійній діяльності при висвітленні війни в Україні. Зокрема у публікаціях йдеться про необхідність дотримання п'яти основних принципів професійної журналістики для протидії пропаганді й цензурі:

- точність і фактологічність;
- незалежність;
- неупередженість;
- гуманність і повага до інших;
- підзвітність і відповідальність [21].

На думку експертів Мережі етичної журналістики, етичні та професійні дилеми, з якими стикаються журналісти, пов'язані з питаннями висвітлення самої війни, розслідуванням воєнних злочинів, які є складними, і кризи біженців, а також висвітлення внутрішньої боротьби за свободу слова [21].

Журналісти повинні знати свої обов'язки щодо захисту джерел інформації та допоміжного персоналу, наприклад, фіксерів [22], а також бути обізнаними з відповідними актами міжнародного права про права людини.

Новинним медіа та журналістам також варто знати, що, наприклад, не можна використовувати відео- та фотозйомку військовополонених, а також інтерв'ю з ув'язненими, доставленими під примусом. В умовах війни медіа працюють не лише у зонах активних бойових дій або прифронтовій зоні, а також далеко від лінії фронту у тилу. Висвітлюючи військові події за межами лінії фронту, журналісти мають бути у міру скептичними з приводу інформації, яку вони отримують, зокрема і від уряду.

Інформація, надана урядом щодо військових подій, має бути піддана незалежній перевірці та ретельному аналізу. Крім того, необхідно приділяти особливу увагу відео, які були створені користувачами та використані

журналістами під час підготовки матеріалу. Відео створене користувачами потребує експертної перевірки і ретельного розгляду перед тим як матеріал потрапить в ефір.

Такі запобіжні заходи пов'язані з поширенням практики повторного використання старого відзнятого матеріалу (або навіть кадрів з телесеріалів чи відеоігор) з метою введення в оману ЗМІ для того аби з їх допомогою було розповсюджено не достовірну інформацію.

Етичною дилемою, що постає у роботі журналістів і вимагає єдиного підходу у дотриманні всіма журналістами є питання про те, чи мають вони у своїх публікаціях повідомляти інформацію про українські втрати, висвітлювати пересування українських військ, військових, стратегії ведення війни або місць падіння ракет чи ударів безпілотників [23].

Необхідно зазначити, що відповідно до Закону України «Про медіа» [24], визначені особливості правового регулювання діяльності медіа в умовах збройної агресії (Розділ IX), однак в Законі відсутні окремі положення щодо журналістських стандартів і професійної етики в умовах збройної агресії. Водночас, статтею 36 зазначеного Закону запроваджені обмеження щодо змісту інформації, яку поширюють медіа та платформи спільного доступу до відео. Законом України «Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналістів» [25] визначені права і обов'язки журналіста, зокрема зазначається, що журналіст зобов'язаний подавати для поширення правдиву інформацію і дотримуватися вимог Кодексу етики українського журналіста.

Відповідно до частини п'ятої статті 15 зазначеного Закону, «працюючи в місцях збройних конфліктів, вчинення терористичних актів, при ліквідації небезпечних кримінально протиправних груп, журналіст (учасник творчої групи) зобов'язаний дотримувати вимог щодо нерозголошення планів спеціальних підрозділів, відомостей, що є таємницею досудового розслідування, не допускати фактичної пропаганди дій терористів та інших кримінально протиправних груп, їхніх вчинків і заяв, спеціально інспірованих для медіа, не

виступати в ролі арбітра, не втручатися в інцидент, не створювати штучної психологічної напруги в суспільстві» [25].

Закон не містить окремих норм щодо професійних і етичних стандартів діяльності журналістів під час перебування на території військових дій, однак статтею встановлені вимоги для журналіста, який працює у місці збройного конфлікту.

Кодекс етики українського журналіста – це документ, що визначає основні морально-етичні орієнтири, яких журналіст має дотримуватися при виконанні своїх професійних обов'язків [26].

Кодекс ухвалений 24 квітня 2004 року на з'їзді журналістів, а остання редакція зі змінами – від 4 жовтня 2013 року. Варто акцентувати увагу на тому, що за останніх 10 років до Кодексу не було внесено жодних змін.

У 2014 році на офіційному сайті громадської організації «Інститут масової інформації» опубліковано рекомендації для журналістів щодо дотримання професійних стандартів під час війни: точність, етика, оперативність, повнота, неупередженість, відокремлення фактів від коментарів.

26 лютого 2022 року Інститут масової інформації оприлюднив правила для журналістів щодо поведінки з військовими, зокрема:

- не знімати обличчя бійців, позицій, озброєння;
- не фотографуватися разом з бійцями;
- ніколи не брати до рук зброю;
- обережно використовувати камери, об'єктиви яких можуть давати відблиск як оптичний приціл;
- не робити записи і не діставати мікрофон, не запитавши попередньо співрозмовника [27].

Протягом перших місяців повномасштабного вторгнення документами, що містили практичні зауваження щодо роботи журналістів, стали: Наказ Головнокомандувача Збройних сил України від 03.03.2022 №7315, що передбачає інформацію, яка не підлягає розголошенню представником ЗМІ; Рекомендації для журналістів, оприлюднені Управлінням зв'язків з громадськістю Збройних сил України [28].

Таким чином, практики журналістської діяльності у збройному конфлікті та в умовах інформаційної агресії мають не тільки об'єктивну специфіку, але й низку суттєвих обмежень, що накладає відбиток на зміст їх роботи та взаємодії з джерелами інформації, висуває набір вимог до етики професії.

Завдяки новим викликам, що постали перед Україною під час початку повномасштабного вторгнення Російської Федерації у 2022 році і їх трансформацією за останні два роки, Україна здобула досвід, який варто враховувати у подальшому. Зокрема робота журналістів на лінії зіткнення, в умовах правового режиму воєнного стану, продемонструвала комплекс питань, які потребують впровадження журналістських стандартів та професійної етики, а також наявність практичного досвіду журналістів, який надалі можуть використати інші журналісти, які будуть працювати на територіях збройних конфліктів та війн.

## **Висновки до розділу 1**

Війна у сучасному науковому дискурсі є багатограним явищем, яке трансформується у нові стани, набуваючи ознак гібридності. Це актуалізує дослідження специфіки та методології ведення інформаційних війн, які значною мірою визначають результати війн конвенційних.

Інформаційні війни стали об'єктивною реальністю сучасних міжнародних відносин та набули нового змісту й функцій в умовах гібридних війн. Квінтесенцією інформаційних війн виступають інформаційні агресії, які супроводжують збройне протистояння та мають специфічні риси у порівнянні з інформаційними війнами.

Повномасштабне вторгнення РФ у 2022 році призвело до продовження трансформації умов та обставин ведення гібридної війни, у якій активніше використовуються ЗМІ та журналісти. Наявність таких сучасних та популярних джерел інформації, як соціальні мережі та опублікування у них журналістських матеріалів ставлять додаткове питання про необхідність напрацювання журналістських стандартів та правил професійної етики в умовах дії правового

режиму воєнного стану. Саме завдяки їм інформація поширюється швидше та без попередньої перевірки.

Дотримання журналістських стандартів і правил професійної етики в умовах воєнного стану стосуються не тільки журналістів, які працюють на лінії зіткнення і прифронтових територіях, а й журналістів, які, перебуваючи в тилу, здійснюють підготовку матеріалів, пов'язаних з тематикою воєнного стану, забезпечуючи реалізацію принципу свободи слова.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІТИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ МІСЦЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ У РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКІЙ ВІЙНІ

#### 2.1. Характеристика російської інформаційної агресії та її впливу на Україну

Російсько-українська війна - Велика Національна війна (гібридна) XXI століття, яку було розв'язано РФ проти України у 2014 році, готувалася ворогом тривалий період і мала на меті знищення української державності. Ворог готувався до активної фази збройного протистояння тривалий період, використовуючи для цього інформаційні інструменти та інформаційний простір.

Фактично підготовка до цієї війни почалася з війни інформаційної, яку розгорнула РФ проти України навіть попри формальне визнання нашої державності та наявність дипломатичних відносин. В цьому виявляється гібридний характер війни інформаційної, спрямований на злам свідомості населення, форматування його під сприйняття майбутньої збройної агресії та дискредитацію інститутів держави засобами інформаційно-психологічних операцій.

Важливо відзначити, що інформаційне поле України піддавалося інформаційним впливам з боку РФ ще задовго до актів агресії стосовно території, чим фактично вже було порушено неформальний територіальний простір держави. Для цього використовувались проросійські ЗМІ, які були інституційовано в Україні за кошти РФ та спрямовані на популяризацію проросійських політичних сил. При цьому, це трактувалося як захист російськомовного населення, як захист «руського миру» та помста за спроби відновити українську державність на тимчасово окупованих територіях. Крім того, активно просувалися політичні наративи держави-агресора для формування суспільної свідомості, зокрема:

- міф про «єдиний народ» як симбіоз «братських слов'янських народів», що нібито об'єднані мовою, вірою та історичним минулим;

- міф про домінування руської культури у соціокультурному просторі України;

- міф про історичне походження терміну «Русь»;

- міф про непереможність російської армії;

- міф про визначальний внесок російського народу у перемогу над фашизмом у Другій світовій війни та ігнорування такого внеску з боку українського народу;

- міф про штучність та неприродність української державності;

- міф про формування сучасної території України в кордонах 1991 року радянською владою;

- ігнорування історичних фактів геноциду проти українського народу у період комуністичного режиму (Голодомори, депортація кримських татар, політичні репресії, насильницька деукраїнізація тощо);

- спотворення реальних історичних фактів щодо впливу Київської Русі;

- замовчування реальної релігійно-конфесійної історії та негативного впливу на українську історію російської православної церкви;

- нехтування здобутками української культури та їх привласнення на догоду російській культурі.

Це лише частина ворожих наративів, які насаджувалися під прикриттям боротьби за права російськомовного населення, і були спрямовані на дискредитацію української держави в очах самих українців.

Активна інформаційна війна також супроводжувалась актами економічної агресії. Зокрема мова йде про:

- постачання російського газу в Україну (відомі газові контракти);

- супротив прийняттю України до Світової організації торгівлі;

- активну протидію європейській інтеграції України;

- шантаж української влади через торгівельні війни (знищення продукції українського виробництва);

- дискримінація українських товаровиробників, які здійснювали операції та території рф, тощо.

Всі ці відверто ворожі дії розгорталися на фоні військових приготувань до повномасштабного вторгнення та активної протидії крокам України щодо ймовірного вступу до НАТО. Нарощування озброєнь та перманентне проведення військових навчань у безпосередній близькості до кордонів з Україною у період з 2005 року до 2022 року, спроби розміщення ядерної зброї в Білорусі, активна інформаційна кампанія щодо протидії НАТО – всі ці кроки були складовою планів Москви щодо розгортання у майбутньому масштабної агресії проти України.

Окремо слід схарактеризувати й міжнародну ситуацію та відзначити загальне погіршення стану міжнародної безпеки через політику РФ стосовно НАТО, ЄС та США. Агресивні медіапрактики ЗМІ Росії по відношенню до потенційних союзників України відбувалися і до 2014 року, але значно активізувалися саме після 2014 року у зв'язку зі збиттям малайзійського Боїнгу та причетності до цього Росії.

Розглянемо з урахуванням цих обставин стан розгортання інформаційної агресії РФ проти України у переддень та в перші місяці війни.

Слід відзначити, що активна фаза інформаційної агресії РФ проти України розпочалася саме напередодні широкомасштабного вторгнення. Риторика офіційних російських ЗМІ та дипломатичних каналів комунікації суттєвим чином активізувалася на початку 2024 року. Це було непрямым свідченням агресивних намірів ворога і підтвердженням неофіційної інформації від західних союзників про ймовірне вторгнення. Майданчиками для агресивної інформаційної атаки було обрано:

- Раду безпеки ООН, де протягом 2023-початку 2024 року розгорнулися напружені дебати стосовно порушень міжнародних норм з боку РФ;
- європейські інституції (Рада Європи, ОБСЄ, Парламентська асамблея Ради Європи, Європейський парламент);
- офіційних дипломатичних представників РФ та держав, які політично орієнтовані на неї (Угорщина, Словаччина, Сербія);
- ЗМІ держав, які традиційно орієнтовані на РФ (Угорщина, Словаччина, Сербія);

- численні російські телеканали, які орієнтовані на внутрішню аудиторію цієї країни.

Цим майданчикам відводилася роль комунікантів російських нарративів з метою дискредитації України як суб'єкта міжнародного права та підготовки міжнародної спільноти до відкритої агресії проти України.

Крім того, було розгорнуто антиукраїнські комунікативні кампанії всередині нашої держави через проросійські ЗМІ, які активно фінансувалися апологетом путінізму в. медведчуком. Метою цієї акції інформаційної агресії була інформаційна обробка громадян України, створення у суспільній свідомості негативного образу чинної української влади, формування у російськомовного населення очікувань щодо силової зміни демократичної форми політичного режиму в Україні.

Інформаційна агресія в цей період також передбачала активне фінансування парафій УПЦ (МП), представники яких виступали в якості прихованих пропагандистів «руського миру», ідей панрусизму та несприйняття інакомислення. Показовими в цьому сенсі виявились інформаційні атаки на владу під час подій, пов'язаних із націоналізацією Києво-Печерської лаври.

Таким чином, особливістю цього періоду інформаційної війни РФ проти України були:

- активне використання у інформаційній агресії міжнародних комунікативних платформ, майданчиків міжнародних організацій, дипломатичні канали, що надавало ворожим інформаційним повідомленням певного офіційного статусу;

- поступове перенесення театру інформаційної війни на територію України через різноманітних агентів впливу – російську православну церкву, орієнтовані на РФ українські політичні партії, підконтрольні антиукраїнській опозиції ЗМІ;

- створення на території РФ осередків інформаційних військ, які активно втручалися в інформаційний простір України, здійснювали інформаційні та ідеологічні диверсії;

- ідеологічна обробка населення РФ з метою підготовки його лояльності до режиму у випадку початку бойових дій на території України.

Фактично підготовчий етап створив плацдарм для розгортання широкомасштабного вторгнення в інформаційному просторі України, насаджував кремлівські міфи та наративи у свідомості громадян України з метою формування їх лояльності до агресора.

З початком широкомасштабного вторгнення інформаційна агресія значно посилилася. Від перших днів війни у інформаційний простір було закинута кілька дезінформаційних повідомлень про:

- неспроможність ЗСУ захистити Україну в умовах «успішного» просування військ РФ вглиб території нашої держави;
- нібито втечу політичного керівництва України зі столиці та повну дезорганізацію влади в столиці;
- намір «взяти Київ за три дні» та провести парад на Хрещатику;
- начебто масовий перехід місцевих політичних еліт на бік агресора у областях, що були окуповані ворогом протягом перших тижнів війни;
- намір домовлятися з українським генералітетом без законної влади, яку представляли у ворожих ЗМІ як націоналістичний режим;
- інші повідомлення провокативного характеру, які були покликані дезорієнтувати населення та схилити його на бік окупанта.

Що приставила українська влада такому потоку дезінформації та агресивних нападів? Було проведено низку контрпропагандистських прийомів:

- поширення прямих звернень від Президента України В. Зеленського про стан оборони України та успішне відбиття ворожих атак;
- створення «Єдиних новин» як офіційного джерела та каналу мовлення, яке мало б протистояти інформаційній агресії;
- перехід багатьох телекомунікаційних та інтернет ЗМІ на режим роботи в умовах воєнного стану;
- розгортання мережі військових комунікацій з метою інформування громадян про реальний стан справ на фронті;

- запровадження активної інформаційної та політичної підтримки позиції України у міжнародному просторі та на майданчиках міжнародних організацій.

Ці заходи інформаційної протидії агресії дали свої позитивні результати та, безумовно, внесли внесок у формування стійкості української держави в її боротьбі з ворогом не тільки в інформаційному просторі, але й в умовах бойових дій, сприяли загальній мобілізації всіх ресурсів країни на боротьбу з ворогом.

Слід також відзначити значну активізацію інформаційного простору у зв'язку з початком відкритої агресії. З'явилася низка неформальних каналів комунікації у соціальних мережах, зокрема й у телеграм, активізували свою роботу воєнкори, активно долучилися до формування національного інформаційного простору інформаційно-аналітичні агентства та суб'єкти. Варто відзначити, що до протидії інформаційній агресії долучилися також і опозиційні сили в самій рф (О. Невзоров, М. Кац та інші). Активно протистояли інформаційній агресії рф і опозиційні канали мовлення республіки білорусь.

До інформаційного протистояння долучилися й західні експерти, міжнародні новинні агенції, міжнародні організації. Важливим майданчиком протидії дезінформації з боку рф стали засідання Ради безпеки ООН. На них українські та європейські дипломатичні представники розвінчували міфи рф щодо причин початку військової агресії, вели активну полеміку з інформаційними агентами Кремля у міжнародному політикумі, створювали інформаційні приводи, які поширювали на весь світ агресивну поведінку рф та злочини її збройних сил проти мирного населення України.

Із розгортанням протистояння в ході російсько-української війни протистояння на інформаційному фронті посилювалось. Ворожі інформаційні війська розгорнули скажену кампанію дискредитації в першу чергу Сил Оборони України, оскільки в перші місяці війни до них доєдналися сотні тисяч добровольців – найбільш вмотивованих, соціально активних та ідеологічно стійких до дезінформації членів суспільства. На фоні ідеологічного протистояння зламати інформаційними засобами міць військових – одне з ключових завдань у інформаційній агресії противника.

Інформаційна кампанія щодо дискредитації українських вояків була спрямована на три основні вектори:

- ідеологічні диверсії безпосередньо проти військовослужбовців, які перебувають у воюючих підрозділах. Для цього використовувались як відверта дезінформація про реальний стан справ на фронті, так і повідомлення, спрямовані на окремих військових керівників;

- інформаційні диверсії щодо родичів військовослужбовців, особливо тих, хто перебував у полоні. Поширювалася теза про необхідність припинення опору російській агресії та досягнення миру за будь-яку ціну, включаючи територіальні поступки та втрату державності;

- інформаційні приводи, в яких перебільшувались втрати та зменшувались успіхи ЗСУ, в той час як така інформація подавалася у вигідному для ворога ракурсі.

Інформаційна агресія продовжувалася і на міжнародному рівні. Ворог продовжував насаджувати у міжнародному інформаційному просторі свої оцінки причин війни, використовуючи при цьому заангажованих проросійських політиків в країнах Європи. Протистояння у ході інформаційної агресії переходило у наступну фазу. В цей період головним меседжем наших інформаційних повідомлень стають:

- військові злочини РФ проти цивільного населення, катування та страти цивільних, злочини проти людства, бомбардування критичної інфраструктури, енергетичний геноцид населення України;

- використання заборонених засобів ведення війни ворогом, таких як застосування зброї проти об'єктів, що становлять ядерну та екологічну небезпеку, цивільних об'єктів стратегічного значення, примушування до надмірних страждань цивільних, які опинилися в зоні ведення активних бойових дій;

- інформування союзних держав про успіхи ЗСУ у боротьбі з ворогом (Слобожанська наступальна операція, звільнення Херсону, ураження стратегічних об'єктів військової інфраструктури ворога тощо);

- питання надання військової допомоги з боку союзних держав та розширення військово-технічних можливостей ЗСУ у боротьбі з ворогом.

Саме в цей період держава усвідомлює потребу у посиленні комунікаційних спроможностей держави у боротьбі на полі інформаційної війни, необхідність забезпечення ефективних стратегічних комунікацій в контексті інформаційної агресії, що виразилося у трансформації колишнього Міністерства культури та інформаційної політики України у Міністерство культури та стратегічних комунікацій України як головного органу у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері медіа, інформаційній та видавничій сфері. На цьому питанні слід зупинитися окремо, оскільки це третя за останні 6 років трансформація цього центрального органу державної виконавчої влади.

Міністерство інформаційної політики України — колишній центральний орган виконавчої влади у сфері забезпечення інформаційного суверенітету України, зокрема з питань поширення суспільно важливої інформації в Україні та за її межами, а також забезпечення функціонування державних інформаційних ресурсів [29]. Міністерство було реорганізоване у зв'язку з ліквідацією функцій та повноважень) 2 вересня 2019 року. Замість нього було утворено Міністерство культури та інформаційної політики, яке саме під час активної фази війни було реорганізовано на сучасний центральний орган державної виконавчої влади. Таке рішення виявляється цілком обґрунтованим, адже потреба у нових підходах до реалізації стратегій у інформаційній війні в якісно нових умовах суттєво зросла саме в цей період.

## **2.2. Аналіз стану протистояння українського медійного простору інформаційній агресії**

Повномасштабна російська агресія проти України, що стала найбільшою війною в Європі за останні 80 років, актуалізувала, крім потреби ведення бойових дій, іншу потребу - боронити фронт інформаційний, де боротьбу з ворогом ведуть українські та зарубіжні ЗМІ.

З перших днів загарбницької війни журналісти віддано, скоординовано і героїчно, наражаючись на постійну небезпеку, виконують свої професійні обов'язки – на передовій, в бомбосховищах, у зруйнованих населених пунктах, в тилу, тим самим виборюючи перемогу на інформаційному фронті, свободу і правду для нас і всього світу, право жити і мати майбутнє.

Українські регіональні медіа у цій війні поряд з бійцями і волонтерами, разом зі своїми громадами переживають наслідки ворожих атак і окупацій, руйнування і втрати. Багатьом з них довелося на своїй ділянці всіма способами робити неможливе: в реальному часі фіксувати злочини ворогів і відважність наших Героїв [30].

За даними Офісу Генерального Прокурора, Міністерства культури та інформаційної політики України та Національної спілки журналістів України тільки у період першої фази війни (з 24 лютого до 02 листопада 2022 року) через російську агресію в Україні загинуло щонайменше 43 співробітники засобів масової інформації. Серед загиблих - 8 журналістів, які виконували професійні обов'язки, 13 медійників - цивільні жертви, 22 журналісти віддали життя під час захисту України на фронті. Крім того серед загиблих журналістів було 4 іноземців [30].

Не дивлячись на такі втрати та небезпеку, що вона супроводжує роботу медійників в умовах війни, українська журналістська спільнота продовжує боротьбу на інформаційному фронті, що розгортається у інформаційному просторі.

Інформаційний простір в умовах, коли Україна веде виснажливу війну, являє собою специфічну комунікативну сферу, у якій розгортаються процеси генерування, перетворення, розповсюдження, приймання-передавання та споживання унікального інформаційного продукту, спрямованого на досягнення стратегічних переваг над ворогом за рахунок інформаційних ресурсів. Комунікація в умовах війни набуває особливого значення, оскільки:

- формує громадську думку, що надзвичайно важливо у кризових умовах;
- забезпечує підтримання національного спротиву та формування стійкого до ворожого втручання національного інформаційного середовища;

- значною мірою впливає на прийняття важливих стратегічних рішень, що має значення для перемоги.

В умовах війни інформаційний простір України є досить уразливим, значно більше, ніж у мирну фазу інформаційної війни, оскільки перебуває під шаленим тиском ворожої пропагандистської машини, штучно деформується внаслідок потоку дезінформації та зазнає серйозних втрат внаслідок масованих кібератак на інформаційну інфраструктуру.

Розглянемо детальніше ключові характеристики інформаційного простору України під час війни та в умовах інформаційної та військової агресії. До них слід віднести:

- наявність перманентного та цілеспрямованого впливу російської пропаганди, орієнтованої на ідеологеми антиукраїнського спрямування;
- використання ворогом дезінформації у пропагандистських цілях та з метою дискредитації Української держави, розбалансування соціальної єдності, сідання розбрату в українському суспільстві;
- посилення ролі та сили впливу на суспільну свідомість соціальних мереж. Вони поступово перетворюються на один із ключових інструментів забезпечення комунікації влади та суспільства, мобілізації населення на захист своєї державності;
- специфічний зміст поширюваної у суспільстві інформації, яка переважно, так чи інакше, стосується війни, національної єдності, стійкості та протистоянню ворогу;
- перебування у небезпеці постійних ворожих кібератак, що вони спрямовані на знищення цивільної інфраструктури, дестабілізацію суспільних відносин, активну антиукраїнську пропаганду;
- поступове підвищення ваги та значення незалежних інформаційних джерел, які завдяки своїй популярності забезпечують взаємодію альтернативних точок зору на події та аналізує події війни для інтерпретації результатів цього аналізу суспільству;

- запит на необхідність підтримання інформаційними засобами національної стійкості та єдності, що підвищує значною мірою міць збройних сил та їх тісний зв'язок із суспільством;

- вплив інформаційного простору на рішення влади, що, своєю чергою, може перетворюватись на важливі стратегічні рішення військово-політичного керівництва країни.

Як справедливо зауважує О. Біла, сучасна інформаційна війна – це війна наративів [31].

Слід прокоментувати це твердження відомої авторки. Адже дійсно, ми здебільшого уявляємо війну як надто матеріальне явище, оскільки протистояння різних видів озброєння створює хибну картину превалювання матеріального ресурсу у сучасній війні. Однак, інформаційна війна являє собою абсолютно інше явище, не менш динамічне, не менш небезпечне, адже має іноді набагато катастрофічніші наслідки, ніж звичайна зброя.

Дійсно, важко передбачити наслідки використання інформаційної зброї з метою маніпуляції суспільною свідомістю. А якщо така зброя діє перманентно, і формує не тільки думки, але й поведінку індивідів. Цілком зрозуміло, що такі результати інформаційної війни мають більш важливі наслідки, ніж руйнування інфраструктури чи знищення військової техніки. Саме тому, сьогодні перебіг інформаційної війни створює ефекти перемоги у свідомості, що суттєво змінює технологічну складову війни.

Попри відверто ворожий характер російської інформаційної агресії, безпеку становить не тільки російська пропаганда. Вона є результатом інформаційних бойових дій. Важливо визнати, що небезпечною стає сама інформаційна зброя, яка за силою впливу може суттєво перебільшувати вплив зброї звичайної.

В. Кириченко у своєму дослідженні визначає, що українці частіше усього використовують інформаційні ресурси, які поширюють не правдиву інформацію, а ту, яка відповідає їх позитивним очікуванням. Найбільш популярними ресурсами є месенджери та відеохостингові сервіси, які важко контролюються на предмет об'єктивності контенту, а отже дають можливість достатньо серйозно

змінювати інформацію відповідно до редакційної політики ресурсу. Дослідник встановив, що між показниками оцінки об'єктивності інформаційного ресурсу та його популярністю (частотою використання) існує обернений кореляційний зв'язок. Тематика найбільш популярного інформаційного контенту стосується військових перемог українців на фронті, занепаду росії, закінчення війни в близькому майбутньому, перемоги України у війні. Такі тенденції в інформаційному просторі мають також негативні наслідки у майбутньому, оскільки матимуть інертність впродовж тривалого часу та формуватимуть в українців культ війни [32].

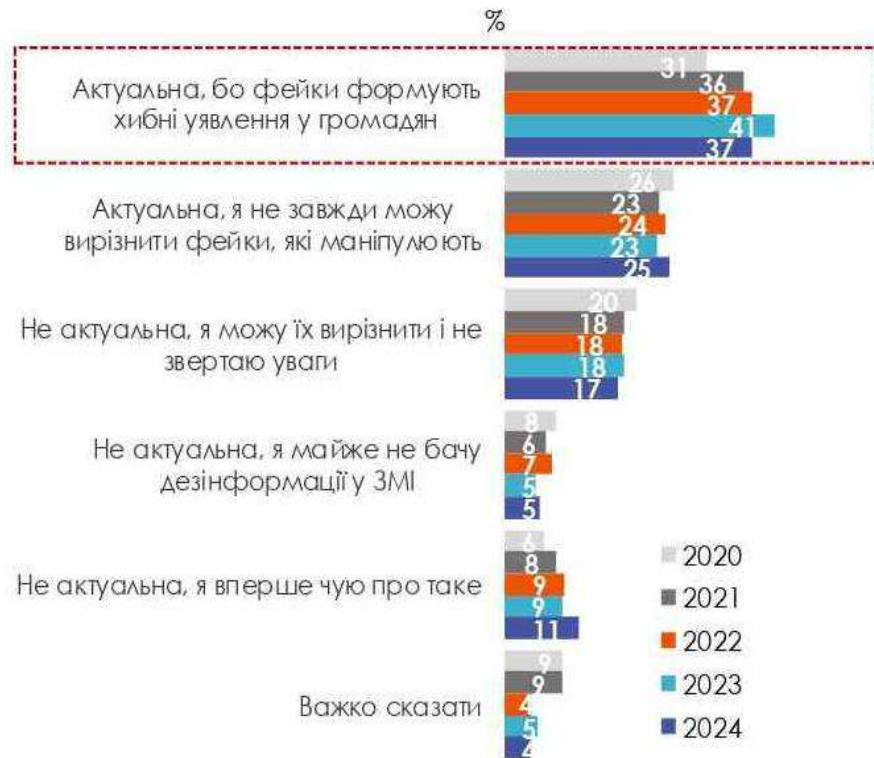
На основі теоретичного аналізу та практики медіа споживання в умовах інформаційної війни та інформаційної агресії нами встановлено, що ключовими формами впливу на інфопростір з боку ворожого табору є:

- маніпуляція інформацією, відверта брехня, якою ворожа пропагандистська машина заповнює медіапростір;
- дезінформація, що використовується з метою впливу на поведінку користувачів інформації. Це робиться через клонування популярних джерел інформації або ж через насичення повідомлень фальшивими фактами, які спотворюють об'єктивну реальність;
- фейкові повідомлення, які змушують користувачів вдаватися до паніки, впливають на емоційно чуттєве сприйняття реальності, через емоційне залучення аудиторії до потоку неправдивої інформації;
- поширення штучних наративів, що здатні встановлювати контроль свідомістю користувачів, позбавляють їх здатності до критичного мислення осмислення інформаційної дійсності.

З точки зору завдань дослідження в рамках цієї кваліфікаційної роботи нам цікаво виявити яким чином дезінформація, нав'язані чужі наративи, застарілі патерни ворожої пропаганди, фейки сприймаються нашим вітчизняним медіа простором, зокрема й користувачами інформаційних повідомлень.

На основі даних кількісного дослідження, що було здійснене дослідницькою агенцією «New Image Marketing Group» на замовлення ГО

«Детектор медіа» [33], можна встановити актуальність проблеми дезінформації у медіа під час війни (рис. 2.1).



**Рис. 2.1 Дезінформація в медіа: актуальність проблеми**

Примітка. Джерело: Складено авторкою на основі [33].

У опитуванні респондентам запропонували обрати такі варіанти відповідей на основі власного досвіду взаємодії із дезінформацією:

- актуальна, бо маніпуляції формують хибні уявлення у громадян;
- актуальна, я не завжди можу вирізнити прийоми, які медіа застосовують;
- не актуальна, я можу їх вирізнити і не звертаю уваги;
- не актуальна, я вперше про таке чую;
- не актуальна, я майже не бачу маніпуляцій у ЗМІ;
- важко сказати.

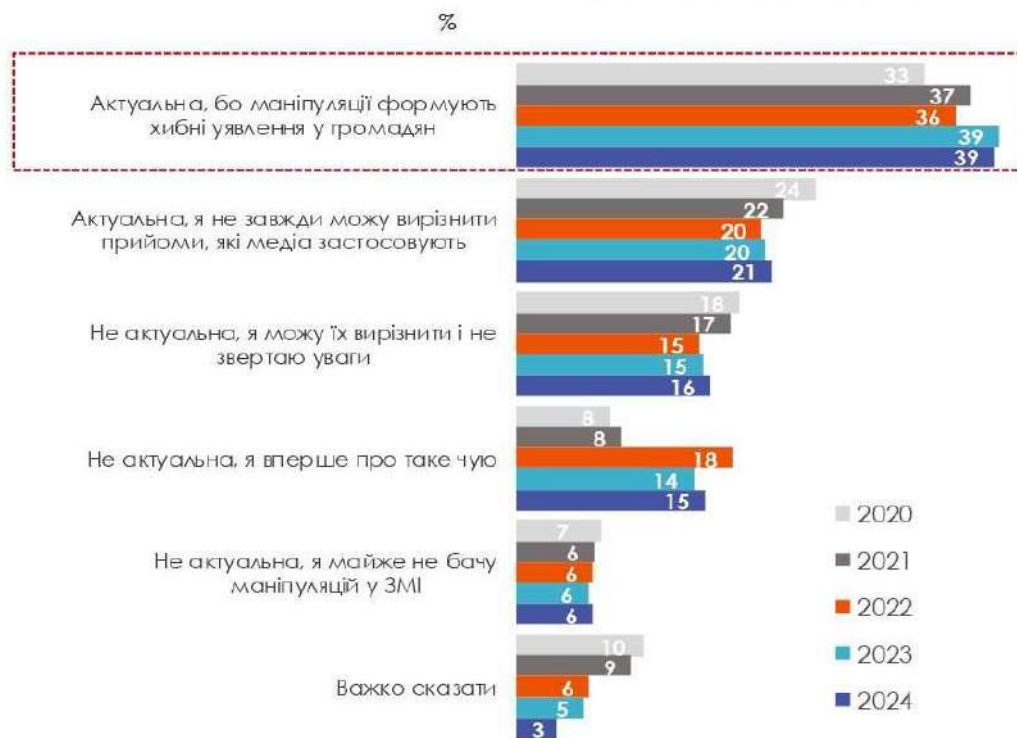
Як бачимо з рис. 2.1, значущість для себе проблеми дезінформації визнають 62% опитаних (порівняно із 64% у 2023 році), 17% зазначили, що завжди можуть вирізнити фейки і не звертають на них уваги.

Варто відзначити, що у опитаних виявлено відносно високий стан несприйняття спотвореного контенту. Високою є також компетентність

респондентів щодо виявлення фейкової інформації. Характерно, що така компетентність актуалізується саме з початку війни.

На наш погляд, це означає підвищену чутливість наших співгромадян до інструментів, що застосовує ворог у інформаційній агресії проти України, а також відносно високий рівень стійкості українців до інформаційної зброї. Лише 18% опитаних виявляють довіру/недовіру до дезінформації суто інтуїтивно. Натомість питома вага тих, хто компетентно вирізняє ознаки дезінформації, прагне знайти посилання на джерело інформації і в такий спосіб визначає дезінформативну суть повідомлення, дорівнює 43 %. Є тенденція до зростання кількості таких користувачів інформації (у 2023 році цей показник – 37%).

Для досягнення цілей кваліфікаційної роботи нами проаналізовано результати дослідження актуальності проблеми маніпуляції в медіа серед користувачів інформації в Україні у 2020-2024 рр. Результати подано на рис. 2.2.



**Рис. 2.2 Оцінка актуальності проблеми маніпуляції в медіа користувачами інформації в Україні у 2020-2024 рр.**

Примітка. Джерело: Складено авторкою на основі [33].

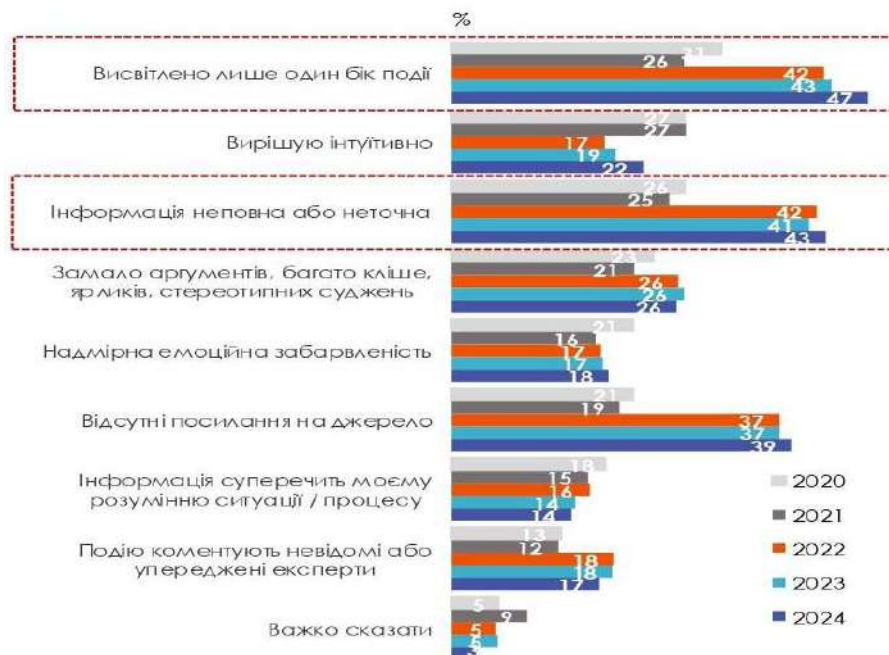
Як виявляється, проблема маніпуляції в медіа актуальна для більш ніж половини української аудиторії (60%), і лише 16% користувачів інформації вважають її неактуальною через те, що можуть вирізнити подібний контент.

Прикро констатувати, що 15% опитаних вперше чують про маніпуляції в медіа, а 3% не змогли визначитись із відповіддю. Істотних зрушень у 2024 р. немає.

У дослідженні проаналізовано та представлено результати розпізнавання респондентами ознак маніпуляції у медіа в Україні у 2020-2024 рр. Відповідно до завдань дослідження було актуалізовано такі варіанти відповідей, що визначають ознаки маніпулятивних повідомлень:

- висвітлено лише один бік події;
- інформація неповна або неточна;
- замало аргументів, багато кліше, ярликів, стереотипних суджень;
- надмірна емоційна забарвленість;
- відсутні посилання на джерело;
- інформація суперечить моєму розумінню ситуації / процесу;
- подію коментують невідомі або упереджені експерти.

Також респонденти мали можливість визнати інтуїтивні форми розпізнавання маніпулятивних повідомлень. Результати дослідження ступеня розпізнавання респондентами ознак маніпуляції у медіа в Україні у 2020-2024 рр. представлено графічно на рис. 2.3.



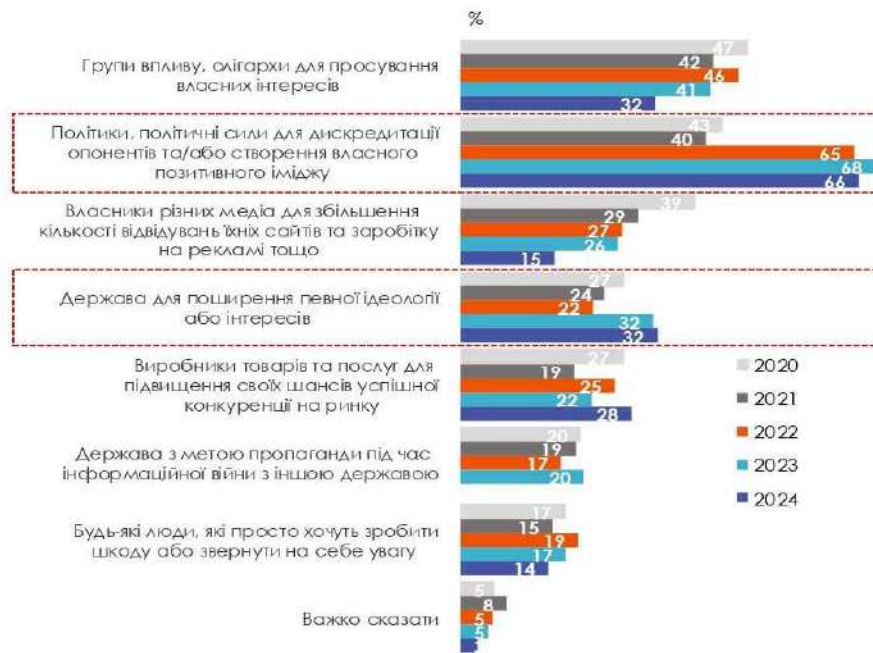
**Рис. 2.3** Результати розпізнавання респондентами ознак маніпуляції у медіа в Україні у 2020-2024 рр. Примітка. Джерело: Складено авторкою на основі [33].

Як бачимо з рис. 2.3, 47% опитаних вирізняють маніпуляцію тоді, коли у повідомленні інформацію подано однобічно, без різних точок зору. У той же час 43% вважають ознакою маніпуляції інформацією її неповноту або неточності у повідомленні. Для 39% респондентів відчуття маніпуляції викликає відсутність посилань на джерело походження інформації. При тому є ще 22% опитаних, хто виявляють маніпуляцію суто інтуїтивно.

В інтересах дослідження нам також було цікаво, як респонденти визначають причини, джерела та суб'єктів, у чийх інтересах відбувається спотворення медіа контенту в Україні у 2020-2024 рр. Думка респондентів щодо ініціаторів та замовників спотворення медіа контенту передбачала, що до таких суб'єктів можуть бути віднесені:

- олігархи та їх групи впливу;
- політики та політичні сили;
- власники медіа;
- держава з метою поширення певної ідеології;
- товаровиробники;
- держава з метою протистояння інформаційній агресії;
- інші особи заради піару чи самопіару.

Результати оцінки респондентами суб'єктів спотворення медіа контенту в Україні у 2020-2024 рр. подано на рис. 2.4. Серед опитуваних найбільша частина (66 %) вважають, що медіа контент найчастіше спотворюється на користь політиків/політичних сил з метою формування позитивного передвиборчого або суспільного іміджу. Співвідносять спотворення контенту із завданнями держави з метою ідеологічного впливу на населення 32% опитаних. Крім того, 19 % опитаних вважають спотворення контенту завданням держави у інформаційній війні. Протягом 2024 року зменшилась питома вага тих, хто спотворення інформації пов'язує з олігархами та групами впливу (з 41% до 32%). Все менше громадян вірять у спотворення контенту власниками медіа задля розширення аудиторії (цей показник зменшився з 26% до 15% [33]).



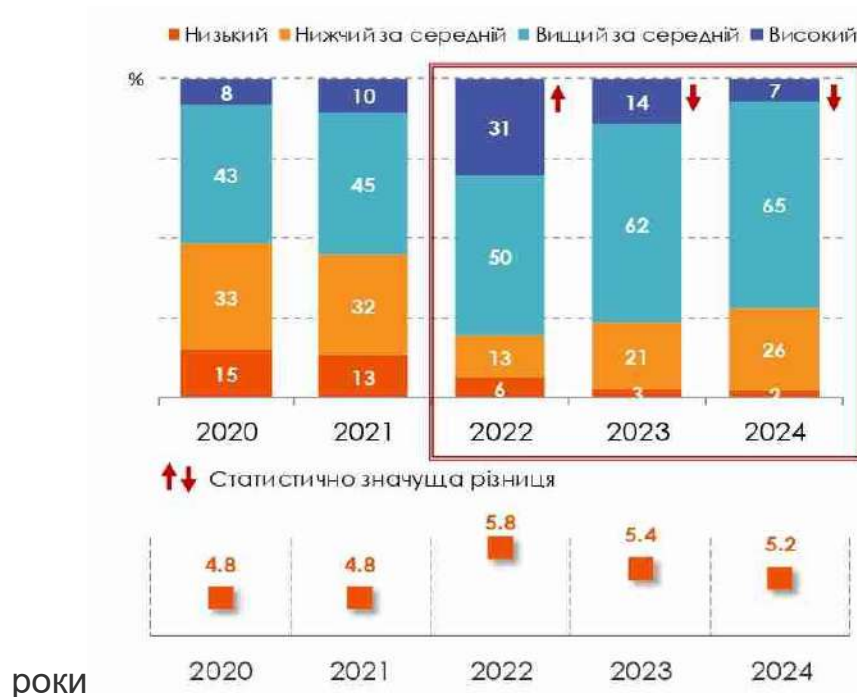
**Рис. 2.4 Оцінка респондентами суб'єктів спотворення медіа контенту в Україні у 2020-2024 рр.** Примітка. Джерело: Складено авторкою на основі [33].

Можна зробити висновок про те, що здатність розпізнавати дезінформацію, фейки, маніпулятивні повідомлення та спотворений контент є характеристикою вітчизняної медіа аудиторії та свідчить про відносно високий рівень розвитку компетентностей у сфері інформаційного протиборства. Логічно передбачити, що однією з ключових умов успішного протистояння інформаційній агресії з боку РФ є високий рівень медіа грамотності наших співгромадян. Дійсно, такий зв'язок між вимогами інформаційної війни та рівнем медіа грамотності яскраво простежується.

Результати розрахунку загального індексу медіаграмотності населення України у 2020-2024 рр. представлено графічно на рис. 2.5. Як бачимо з рисунку 2.5, показник загального індексу медіаграмотності істотно змінювався протягом останніх років. Протягом 2021-2022 рр. питома вага з високим та достатнім рівнем медіа грамотності зросла на 26% (тобто з 55% у 2021 р. до 81% у 2022 р.). Цілком логічно, що питома вага українців з низьким рівнем медіа грамотності навпаки знизилася (з 45% у 2021 р. до 29% у 2022 р.).

У періоді воєнного стану показник індексу стабільно залишається високим.

В той же час можна зрозуміти, що спостерігається зниження питомої ваги користувачів з високим рівнем медіа грамотності у 2024 р. (7 %) у порівнянні з 2022 р. (31%). На нашу думку, це пов'язано з удосконаленням досвіду визначення достовірності інформаційних повідомлень та униканням тої інформації, що несе негатив, налаштованість на пошук позитивних інформаційних повідомлень.



**Рис. 2.5** Показники загального індексу медіаграмотності населення України у 2020-2024 рр. Примітка. Джерело: Складено авторкою на основі [33].

Важливо також відзначити, що у середовищі користувачів із високим рівнем медіа грамотності переважають молоді люди у віці до 35 років (57%), а також громадяни, які мають вищий рівень освіти (67%). Тобто вік та освіченість корелюються з станом рівня розвитку медіа грамотності.

Цікавим, на наш погляд, є відстеження субпоказників індексу медіа грамотності, які пояснюють причини стійкості українців до впливів інформаційної агресії. До таких субіндексів дослідники віднесли:

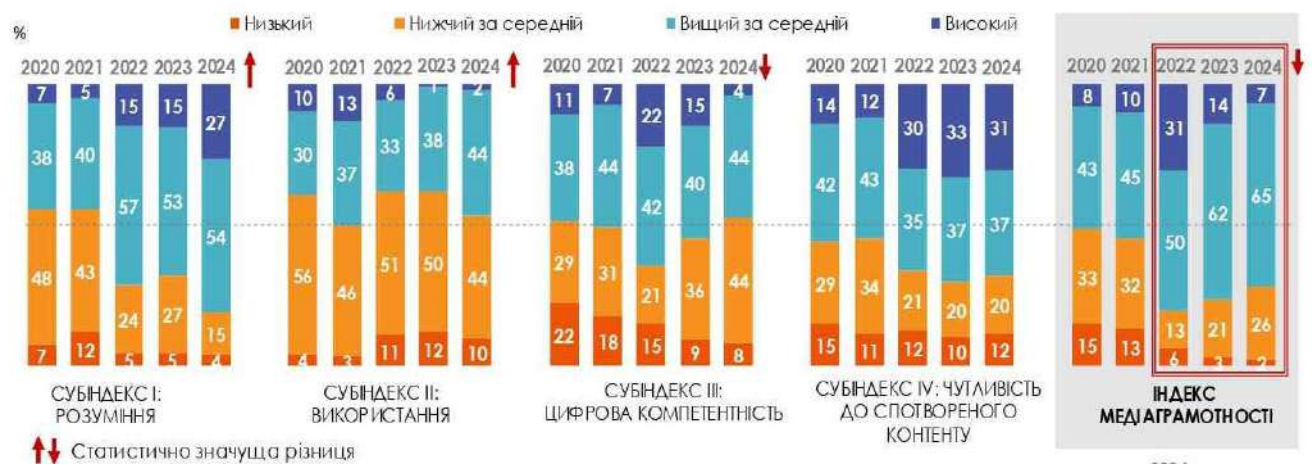
- субіндекс розуміння ролі медіа в суспільстві. Цей показник свідчить про готовність громадян до участі у інформаційній війні та усвідомлення важливості інформаційного фронту гібридних військових конфліктів;

- субіндекс використання медіа контенту. Він характеризує споживчу здатність користуватися контентом та робити це цивілізовано та свідомо;

- субіндекс цифрової компетентності як показник здатності використовувати сучасні (нові) медіа та практики цифрової безпеки у медіаспоживанні;

- субіндекс чутливості до спотвореного медіа контенту як показник здатності вирізняти дезінформацію, фейки та маніпулятивні повідомлення й протистояти їм.

Субіндекси та їх зміни визначали загальний рівень медіаграмотності населення України. Динаміка зміни показників субіндексів загального індексу медіаграмотності населення України у 2020-2024 рр. представлена на рис. 2.6.



**Рис. 2.6** Динаміка зміни показників субіндексів загального індексу медіаграмотності населення України у 2020-2024 рр. Примітка. Джерело: Складено авторкою на основі [33].

Проаналізуємо за даними рис. 2.6 як вели себе субіндекси медіаграмотності протягом довоєнного, а головне порівняє їх із воєнним періодом. Субіндекс розуміння ролі медіа в суспільстві істотно зріс саме за роки війни – від 45 % у довоєнний період (при тому, що інформаційна війна вже тривала) і до 81% у 2024 році. Це свідчить про вплив умов збройного конфлікту на споживання медіа контенту та усвідомлення необхідності враховувати у війні інформаційний фронт.

Субіндекс використання вів себе нелінійно. З початком війни його показник знизився, проте демонстрував зростання на третьому році війни. Це означає, що українці стають більш вибірковими у споживанні інформації, однак свідомо використовують інформаційні джерела для задоволення своїх потреб в

умовах війни. Демонструє тенденцію до зростання й субіндекс чутливості громадян до практик спотворення медіа контенту. залишається стабільно високою всі три роки війни у порівнянні з довоєнним періодом. У 2021 році лише 55% українців мали високий і вищий за середній рівень чутливості до дезінформації/ маніпулятивного контенту/замовних матеріалів, у той час як в 2024 році цей показник сягає 68%.

Показник цифрової компетентності навпаки знизився у порівнянні не тільки із довоєнним періодом, але й протягом воєнного періоду. Можна передбачити, що така тенденція стала результатом значного старіння користувачів інформації, зменшення питомої ваги молоді, а також недовірою до впливу штучного інтелекту на інформаційний медіа простір.

Таким чином, можемо зробити такі висновки щодо стану протистояння українського медійного простору інформаційній агресії рф. Український інформаційний простір являє собою складне та багатоаспектне явище, яке формувалося в умовах інформаційного протистояння з країною-агресором відносно тривалий період. За цей час користування інформаційним продуктом громадян України набуло ознак свідомої участі у інформаційних обмінах в якості критичного налаштованого, підготовленого до застосування цифрових технологій та здатного протистояти ворожій пропаганді користувача. Рівень медіа грамотності дозволяє суспільству впевнено протистояти інформаційній агресії. Що стосується іншого аспекту інформаційної війни – журналістики та медіа – то аналіз його стану і потенціалу у протистоянні збройній та інформаційній агресії буде проаналізовано у наступному підрозділі.

### **2.3. Оцінка сучасного стану та потенціалу української журналістики в інформаційному середовищі в умовах збройної агресії**

Війна докорінним чином змінила вітчизняну журналістику, визначила якісно нові умови для її функціонування та розвитку. Основними детермінантами таких змін, на нашу думку, є:

- постійна фізична небезпека для журналістів, для яких основним простором отримання інформації став театр війни;
- зміна інформаційних потреб споживачів медіа продукту, основною такою потребою стає контроль інформаційного потоку стосовно загроз, подій на фронті, змін у суспільній площині. Володіння актуальною інформацією стрімко перетворилося на ключовий чинник безпеки індивіда в умовах воєнної агресії;
- обмеження розважального контенту та концентрація уваги на новинах, що впливають все суспільство;
- інформаційна агресія з боку РФ, яка зумовила зміну парадигми вітчизняної журналістики.

Виходячи з цього, змінилася ситуація у середовищі джерел отримання інформації. Характеризуючи український медіаландшафт протягом 2022-2024 років, С. Штурхецький., О. Погорелов, С. Чернявський, С. Томіленко, В. Мороз, Л. Бідочко у своєму аналітичному звіті звертають увагу на зміни в медіа під час повномасштабного вторгнення [34].

Результати дослідження дозволяють зробити висновок про те, що для більшості українців основними джерелами місцевих, і національних новин стали саме соціальні мережі та вебсайти. Варто також звернути увагу й на такий факт: з 1450 опитаних у 2022 році вказали як на джерело новинної інформації:

- на соцмережі – 1079;
- на вебсайти – 613;
- на телебачення – 527;
- на радіо – 159;
- на друковані видання – 38 (див. рис.2.7).



**Рис. 2.7 Розподіл видів медіа за рівнем споживання контенту українцями у 2022 році.** Примітка. Джерело: Складено авторкою на основі [32].

Як бачимо з рис. 2.7, у 2022 році переважна більшість респондентів отримують актуальні новини через:

- соціальні мережі, що висвітлюють всеукраїнські новини;
- національні інтернет-сайти;
- національне телебачення.

Для друкованих видань спостерігається зворотна тенденція, у якій споживачі новин надають перевагу регіональній пресі перед національною (див. рис. 2.8). Ця тенденція свідчить про те, що регіональні та місцеві ЗМІ набувають нового значення у медіапросторі України часів війни.



**Рис. 2.8 Розподіл видів медіа за рівнем споживання контенту українцями у 2023 році** Примітка. Джерело: Складено авторкою на основі [32].

Слід також відзначити, що змінилася парадигма вітчизняної журналістики. Вона спрямована на стримування, а інколи і пряму відсіч пропагандистській машині кремля, яка є основним локомотивом інформаційної агресії.

Аналізуючи аспекти інформаційної агресії російської федерації проти України та інших держав, а також вітчизняну медіапрактику періоду війни, В. Жугай наголошує, що пропаганді, психологічному тиску, маніпуляціям, а нерідко й відвертому обману представників російських ЗМІ українські більше протиставляють стандарти професійної етики, дотримуючись принципів об'єктивізму, збалансованості, правдивості, використовуючи розвінчувальну, спростувальну журналістику [35].

Це не може не сприяти формуванню довіри до ЗМІ та журналістів, які відвертій брехні та маніпуляціям ворога протиставляють об'єктивну позицію у висвітленні подій війни, викривають злочини РФ на території України, стають учасниками процесу згуртування українського народу, сприяють формуванню національної стійкості під негативним впливом інформаційної агресії.

Важливих змін зазнала і інформаційна політика держави. Основним каналом отримання інформації для багатьох українців став цифровий контент, а на зміну традиційним друкованим ЗМІ впевнено прийшли їх електронні версії. Друковані ЗМІ значно зменшили свій тираж та аудиторію. Про це свідчать офіційна статистика та дослідження медіа простору України (див. табл. 2.1). Якщо у 2020 році кількість друкованих видань в Україні становила 2469 суб'єктів, то у 2022 році вона зменшилась майже на 15 %, а у 2024 році практично удвічі. Більш інтенсивною ця динаміка є для журналів, однак і кількість газет протягом 2022-2024 рр. зменшилась найбільше за весь період – майже на 30 % порівняно із 2020 роком.

Таблиця 2.1

### Кількість друкованих медіа в Україні у 2020, 2022, 2024 рр.

Друковані медіа	Видань станом на			Зміни (+/-)	
	01.01.2020 р.	01.01.2022 р.	01.01.2024 р.	2022/2020	2024/2022
Газети	1580	1354	809	- 226	- 545
Журнали	889	662	365	- 227	- 297
Всього	2469	2016	1174	- 453	- 842

Примітка. Джерело: Складено авторкою на основі [34].

Специфічними рисами журналістики воєнного часу, на наш погляд, стали:

- інформаційна спрямованість на перемогу над ворогом та орієнтованість на підтримку Сил оборони України;
- долучення ЗМІ до підтримки військового протистояння збройній агресії та висвітлення проблематики воєнного характеру;
- перетворення ЗМІ на осередки національного спротиву;
- актуалізація ідеологічних, історичних, національних, світоглядних питань, які порушують у своїх публікаціях журналісти;

- здійснення ЗМІ масштабної інформаційної підтримки зовнішній політиці України, спрямованій на захист її інтересів у міжнародних відносинах;
- інтернаціоналізація контенту, прагнення охоплювати медіа впливом аудиторію в інших країнах світу;
- спрямованість інформаційних повідомлень на вирішення проблем громадян, які постраждали від війни;
- актуалізація у інформаційних повідомленнях безпекових проблем, оперативного інформування громадян про фізичні та інформаційні загрози з боку ворога;
- активне сприяння ЗМІ формуванню медіа грамотності у споживачів новинного контенту.

Суттєво змінилася й проблематика інформаційних повідомлень. Найбільш важливими проблемами, що їх порушують публікації ЗМІ протягом воєнного стану в умовах гібридної війни є:

- Забезпечення потреб ЗСУ та волонтерська допомога військовим;
- вирішення проблем осіб, що постраждали від війни;
- забезпечення функціонування критичної інфраструктури в громадах;
- проблематика ідеологічного протистояння у російсько-українській війні;
- питання, пов'язані з тимчасовою окупацією територій України;
- становище внутрішньо переміщених осіб в Україні та за кордоном;
- підтримка українців за кордоном;
- ідеологічні та фізичні диверсії на території України.

Ця проблематика не є вичерпною, адже події війни постійно оновлюють тематику журналістських матеріалів, впливають на контекст подання новин, враховують внутрішню та міжнародну ситуацію.

На основі проведеного аналізу стану медіа простору України можна виявити тенденцію щодо змін основних функцій журналістики в умовах війни.

Якщо раніше характеристика основних функцій журналістики зводилася до п'яти основних позицій, то вітчизняні ЗМІ в умовах російсько-українській війни набули якісно нових функцій. Проаналізуємо зміну функцій журналістики

у воюючій країні з урахуванням гібридного характеру сучасних війн. Результати аналізу подано у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

**Трансформація функцій вітчизняної журналістики в умовах війни:  
порівняльна характеристика**

Традиційні функції журналістики [36]	Зміст функції в традиційній теорії	Функції журналістики під час війни	Зміст функції в умовах війни
<i>Загальні функції журналістики</i>			
Інформаційна	Збирання, обробка й поширення інформації	Інформаційно-аналітична	Забезпечує інформаційні потреби особи та аналізує зміст подій і новин
Корелююча	Формування громадської думки	Сенсоутворююча	Формування світогляду реципієнтів
<i>Спеціальні функції журналістики</i>			
Ціннісна (пропагандистська)	Формування ціннісних установок	Ідеологічна (контрпропагандистська)	Формування національної ідеї (протистояння інформаційній агресії)
Розважальна	Створення розважального контенту	Соціокультурна	Поширення національної культури та культурних практик
Мобілізуюча	Спрямування суспільства на вирішення проблем	Згуртовуюча	Згуртування та об'єднання зусиль задля захисту країни
Організаційна	Формування громадянського суспільства	Безпекова	Забезпечення безпеки суспільства
Функція соціальної критики	Боротися з соціальними вадами та порушеннями норм	Протидія інформаційній агресії	Боротися з ворожими фейками, дезінформацією, маніпуляціями тощо
Рекламна	Просувати інформаційні продукти	Соціальної взаємодії	Забезпечення соціальної взаємодії учасників масової комунікації

Примітка. Джерело: Складено авторкою на основі [36].

Традиційно у теорії виділяли такі основні та спеціальні функції журналістики [36]:

- інформувати: забезпечувати суспільство інформацією про події, явища процеси;
- корелювати: пояснювати, інтерпретувати і коментувати зміст подій та новин з метою формування громадської думки;
- ціннісна: забезпечувати спадковість цінностей суспільства, формувати й підтримувати спільність цінностей у суспільстві;

- розважати: створювати розваги, відволікати від проблем через засоби розслаблення, знижувати напруженість у суспільстві;
- мобілізувати: активізувати діяльність суспільства для вирішення проблем;
- організувати: формувати стійкі організаційні структури суб'єктів громадянського суспільства;
- критикувати: боротися із суспільними вадами та порушеннями норм;
- рекламувати: забезпечувати просування інформаційного продукту.

В умовах війни зміст та перелік таких функцій в українському соціумі зазнав певних змін. Причинами змін виступають війна, інформаційна агресія, суспільні трансформації, демографічна та ціннісна кризи.

На наш погляд, трансформація основних функцій журналістики в умовах війни та інформаційної агресії відбувається таким чином:

- традиційна інформаційна функція журналістики, яка полягає у збиранні, обробці, створенні й поширенні інформації та інформаційних повідомлень, в умовах війни поступово переходить у інформаційно-аналітичну функцію, оскільки під час інформаційної агресії вже недостатньо лише поширювати інформацію, виникає потреба у глибинному аналізі змісту подій і новин, оскільки інформаційні потреби особи в кризових умовах вимагають не тільки знання, але й розуміння, що формується на основі всебічного аналізу подій, процесів та явищ;

- корелююча функція журналістики, яка, зазвичай, спрямована на формування громадської думки у суспільстві, в умовах інформаційної війни фактично стає функцією утворення сенсів, адже вона змінює світосприйняття людей та бере участь у розвитку світоглядних позицій.

Що стосується спеціальних функцій журналістики, то їх трансформація має такий зміст:

- пропаганда цінностей суспільства, результатом якої може стати формування ціннісних установок індивіда, набуває нового значення, адже в умовах війни, а особливо війни гібридної, коли з боку ворога загрожує інформаційна зброя, вже недостатньо ціннісних установок як результату

реалізації цієї функції. Існує потреба у більш глибокому результаті, якому властива ідеологічна основа для забезпечення стійкості по відношенню до ідеологічної зброї ворога. Таким чином тут актуалізується як контрпропагандистська діяльність (протистояння інформаційній агресії), так і націєтвірна функція, яка сприяє формуванню у суспільстві національної ідеї;

- розважальна функція традиційної журналістики спрямована на створення розважального контенту для задоволення дозвіллевих потреб індивіда, проте під час війни важливо поширювати національні культурні практики, розвивати національну ідентичність через соціокультурну сферу;

- спрямування суспільства на вирішення проблем формує зміст мобілізуючої функції мирної журналістики, у той час як війна вимагає не простої мобілізації, однак згуртування народу та об'єднання всіх його зусиль задля захисту країни. Це свідчить про згуртовуючу функцію журналістики воєнного часу;

- традиційна для мирної журналістики організаційна функція, спрямована на формування та організаційне зміцнення громадянського суспільства, в умовах воєнного часу робить акценти на безпеці суспільства. Дійсно, організуюча діяльність ЗМІ значною мірою спрямована на забезпечення безпеки суспільства, інформування про загрози та упередження їх негативного впливу;

- спрямована на боротьбу із соціальними вадами та порушеннями норм суспільної моралі функція соціальної критики для журналістики воєнного часу перетворюється на критику ворожої пропаганди, а за великим рахунком, стає функцією протидії інформаційній агресії, оскільки допомагає боротися з ворожими фейками, дезінформацією, маніпуляціями та іншими проявами інформаційної війни;

- під час війни, а тим більше під час інформаційної агресії, рекламна функція журналістики, як інструмент професійного просування інформаційних продуктів реклами, більшою мірою забезпечує соціальну взаємодію учасників масової комунікації. Просування продукту поступається місцем просуванню соціальних цінностей, а комерційна реклама дедалі частіше перетворюється на

рекламу соціальну. Це ми сьогодні маємо можливість спостерігати практично масово у діяльності ЗМІ в роки війни.

Таким чином, можна констатувати суттєві та такі, що мають властивість поглиблюватись, процеси у вітчизняній журналістиці, пов'язані із трансформацією її змістової складової, а також складової функціональної, що свідчить про істотні зміни в цій підсистемі соціальної комунікації суспільства в умовах війни.

## **Висновки до розділу 2**

На основі аналітичного осмислення місця вітчизняної журналістики у російсько-українській війні, проведеного в рамках цього розділу, вдалося дати характеристику російської інформаційної агресії та її впливу на Україну, а також встановити ключові особливості та властивості інформаційного простору України.

Російсько-українська війна є війною гібридною, яка супроводжується інформаційною агресією проти України з боку рф та ставить за мету знищення української державності. Основними інструментами інформаційної агресії виступають класичні прийоми створення фейків, поширення дезінформації, маніпулятивні дії по відношенню до соціальної свідомості з метою зламати спротив українського народу.

Впливи інформаційної агресії передбачають зворотню реакцію з боку українського суспільства та його інформаційного простору. Ця реакція полягає у інформаційному спротиві, що триває в інформаційному просторі та істотно змінює його. В цьому розділі здійснено аналіз стану протистояння українського медійного простору інформаційній агресії, виявлено ключові напрями розвитку інформаційного простору. До них, зокрема, можна віднести підвищення рівня медіа грамотності користувачів медіа контенту, їх здатності протистояти ворожій дезінформації, фейкам та маніпулятивним впливам з боку ворожої пропаганди.

На основі проведеної оцінки сучасного стану та потенціалу української журналістики в інформаційному середовищі в умовах збройної агресії було виявлено, що вітчизняна журналістика в умовах війни зазнала серйозних трансформацій: від змін у змісті проблематики інформаційних повідомлень до трансформації ключових функцій журналістики.

### РОЗДІЛ 3

## ФОРМУВАННЯ НОВОЇ ПАРАДИГМИ МЕДІА КОМУНІКАЦІЙ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АГРЕСІЇ ТА ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

Створення сучасної української держави базувалося супроводжувалося розбудовою її національного медіапростору. Це була одна з умов формування демократичної держави. Здатність України ефективно протистояти негативним впливам і інформаційним атакам є свідченням важливості простору медіа комунікацій для забезпечення безпеки країни, її демократичних надбань та збереження української державності.

Усвідомлення цієї ключової для національної безпеки умови дає підстави для переосмислення базових засад сучасного медіа простору, вітчизняної журналістики та формування на цій основі нової парадигми медіа комунікацій, яка б в умовах інформаційної агресії дозволила інформаційній підсистемі суспільства забезпечувати суверенітет та незалежність України.

Парадигмальні підходи до формування нової системи медіа комунікацій мають враховувати досвід участі в інформаційній війні, протистояння інформаційній агресії, результати розвитку системи вітчизняної журналістики особливо у період гібридної війни. В рамках цього розділу вирішуватиметься проблема концептуальної розробки нової парадигми медіа комунікацій для України та виявлення шляхів реалізації цього концепту в умовах перманентної інформаційної небезпеки з боку зовнішнього ворога.

Формування нової парадигми зумовлено потребою у трансформації державної політики у інформаційній сфері, створення інфраструктури медіа простору, встановлення зв'язків між його окремими елементами та перетворення України на стійку до інформаційних впливів державу.

Для дослідження умов формування нової парадигми вітчизняного медіа простору необхідним інструментом, на наш погляд, є стратегування. Застосування стратегічного підходу до формування медіа простору майбутнього дозволяє виявити візію як формально зафіксований контур бажаного стану об'єкта дослідження, місію та стратегічні цілі розвитку медіа простору, на який

буде спрямовано державну політику, завдання та ключові результати, досягнення яких свідчатиме про успішне розв'язання стратегічного завдання – створення нової якості для інформаційного поля України, яке виступатиме інструментом та засобом інформаційної боротьби за незалежність і детермінантою перемоги у інформаційному протистоянні.

Місією нової парадигми розвитку вітчизняного медіа простору, на наш погляд, є забезпечення інформаційної безпеки України та створення інформаційного простору, здатного протистояти зовнішнім інформаційним небезпекам. Це означає, що парадигма нових комунікацій виходить з важливості збереження держави, у тому разі й засобами інформаційної боротьби.

Створення нової парадигми можливе на основі критичного аналізу попередніх етапів функціонування системи та виконання нею своїх завдань у суспільній організації. Розвиток медіа простору не може перебувати поза впливом суспільства та мусить реагувати на зміни, що відбуваються у системі суспільних відносин. Безумовно, він буде реагувати й на події, які переживає суспільство, а оскільки війна являє собою незвичний стан для суспільної організації, то і вся система соціальних комунікацій має бути адаптована до умов воєнного стану. Тим більше, коли мова йде про інформаційну агресію. Саме цим зумовлена потреба у формуванні якісно нової парадигми розвитку медіа простору, що реагує на реалії інформаційної агресії та адаптується до неї.

Для формування місії вітчизняного медіа простору в контексті протистояння інформаційній агресії слід взяти за основу ключові параметри чинного інформаційного простору з урахуванням результатів його трансформацій в умовах гібридної інформаційної війни. В такому випадку місією нової парадигми розвитку інформаційного простору, на нашу думку, є захист незалежності та територіальної цілісності України засобами інформаційної боротьби у інформаційному просторі.

Місія парадигми спрямована на досягнення бажаного стану суспільства та його інформаційної сфери, що характеризується категорією «візія». На нашу думку візією нової парадигми має стати такий стан інформаційної безпеки суспільства та держави, який характеризується стійкістю його інформаційного

простору та його здатністю протистояти інформаційним війнам та агресіям з боку зовнішніх ворогів в умовах глобалізації інформації та інформаційних технологій.

Виходячи з визначених місії та візії, можна сформуванати й стратегічну мету нової парадигми медіа комунікацій в Україні – забезпечення безпеки України через створення безпечного інформаційного простору як ключової умови для збереження суверенітету та незалежності України. Стратегічна мета визначатиме й інші стратегічні цілі нового концепту інформаційного простору. До них, на наш погляд, слід віднести:

1. Формування національної ідеї як основи парадигми інформаційної сфери.
2. Структуризація медіа простору відповідно до потреб участі у процесах перманентної інформаційної війни.
3. Формування нової якості стану медіа грамотності населення.
4. Забезпечення пріоритет-ного розвитку нових медіа.
5. Створення сучасної технологічної інфраструктури медіа простору.
6. Формування національної системи інформаційного спротиву.

Такі цілі можна представити у систематизованому вигляді, де цілі співвідносяться з результатами та передбачають наявність відповідних інструментів для забезпечення їх досягнення. Основним інструментами досягнення результатів виступають:

- формування державної інформаційної політики;
- взаємодія з громадянським суспільством для вирішення завдань інформаційної безпеки;
- розвиток національної системи засобів масової інформації;
- пріоритетний розвиток нових медіа у структурі;
- міжнародне партнерство у сфері інформаційної політики;
- інші інструменти протистояння інформаційній агресії.

Розгорнуту характеристику основних стратегічних цілей концепту нової парадигми інформаційного простору України подано структуровано (див. табл. 3.1).

### Характеристика основних стратегічних цілей концепту нової парадигми інформаційного простору України

Стратегічні цілі нової парадигми	Результати, на досягнення яких спрямовано цілі	Інструменти для забезпечення досягнення цілей
Ціль 1. Формування національної ідеї як основи парадигми інформаційної сфери	Перетворення національної ідеї на інформаційну зброю	Державна політика, ЗМІ, громадянське суспільство
Ціль 2. Структуризація медіа простору відповідно до потреб участі у процесах перманентної інформаційної війни	Нова структура системи вітчизняних медіа, адаптована до потреб інформаційного протистояння	Держава, державна політика, ЗМІ
Ціль 3. Формування нової якості стану медіа грамотності населення	Досягнення високого рівня медіаграмотності населення України	Держава, ЗМІ, громадяни, громадянське суспільство
Ціль 4. Забезпечення пріоритетного розвитку нових медіа	Розвинена система нових медіа	Держава, нові медіа, громадянське суспільство, міжнародні партнери
Ціль 5. Створення сучасної технологічної інфраструктури медіа простору	Нова технологічна інфраструктура інформаційного простору	Держава, міжнародні партнери
Ціль 6. Формування національної системи інформаційного спротиву	Створення системи національного інформаційного спротиву	Держава, ЗМІ, громадянське суспільство

Примітка. Джерело: Складено авторкою.

Як бачимо з табл. 3.1 кожна ціль має свій результат як елемент бажаного стану інформаційної сфери суспільства. До таких результатів слід віднести:

- перетворення національної ідеї на інформаційну зброю;
- нова структура системи вітчизняних медіа, адаптована до потреб інформаційного протистояння;
- досягнення високого рівня медіа грамотності населення України;
- розвинена система нових медіа в Україні;
- нова технологічна інфраструктура інформаційного простору;
- створення системи національного інформаційного спротиву.

Реалізація цілей та досягнення результатів спрямовані на зміни у об'єктах суспільної організації шляхом реалізації конкретних завдань, що їх необхідно здійснити із застосуванням певних інструментів.

Для формування національної ідеї як основи парадигми інформаційної сфери необхідно спрямувати державну інформаційну політику на суспільну свідомість, яка базується на головному світоглядному компоненті – національній ідеї. Розробка національної ідеї має завершитися її нормативізацією у правових актах та бути інституційована через діяльність держави, громадянського суспільства та ЗМІ.

Структуризація медіа простору відповідно до потреб участі у процесах перманентної інформаційної війни спрямована передусім на досягнення такого його стану, який буде адекватним тим небезпекам, що створюють реальні загрози інформаційній сфері українського суспільства. Для досягнення цієї мети потрібні кардинальні інституціональні зміни в системі створення, зберігання та поширення інформації в Україні через системну взаємодію держави та ЗМІ щодо реалізації державної інформаційної політики.

Формування нової якості стану медіа грамотності населення може бути досягнуто через реалізацію державних програм формування компетентностей медіа грамотності у населення шляхом взаємодії ключових стейкхолдерів цього процесу – держави, ЗМІ та громадян у співпраці з громадянським суспільством.

Важливою метою реалізації нової парадигми є забезпечення пріоритетного розвитку нових медіа. Створення нових медіа забезпечується через законодавчо закріплену систему їх державної підтримки та грантового фінансування.

Пріоритетного значення в умовах інформаційного протистояння набуває створення сучасної технологічної інфраструктури медіа простору. Це завдання має бути реалізовано через державні програми розвитку системи телекомунікацій, їх відновлення та модернізацію, цифровізацію технологій передавання інформації.

Формування національної системи інформаційного спротиву як стратегічної цілі нової парадигми спрямовано на розбудову в Україні системи суб'єктів, що забезпечують реалізацію завдання інформаційного спротиву в

Україні на протидію інформаційній агресії. Результати розподілу стратегічних цілей нової парадигми за об'єктами їх реалізації, завданнями та ключовими партнерами подано у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

**Напрями реалізації стратегічних цілей нової парадигми медіа комунікацій  
в умовах інформаційної агресії**

Стратегічна ціль	Об'єкт	Завдання	Інструменти
Ціль 1. Формування національної ідеї як основи парадигми інформаційної сфери	Національна свідомість	Розробка національної ідеї та її нормативізація у правових актах	Державна політика, ЗМІ, громадянське суспільство
Ціль 2. Структуризація медіа простору відповідно до потреб участі у процесах перманентної інформаційної війни	Вітчизняний медіа простір	Інституціональні зміни в системі створення, зберігання та поширення інформації в Україні	Держава, державна політика, ЗМІ
Ціль 3. Формування нової якості стану медіа грамотності населення	Населення України	Реалізація державних програм формування компетентностей медіа грамотності у населення	Держава, ЗМІ, громадяни, громадянське суспільство
Ціль 4. Забезпечення пріоритетного розвитку нових медіа	Система нових медіа в Україні	Створення законодавчо закріпленої системи державної підтримки та грантового фінансування нових медіа	Держава, нові медіа, громадянське суспільство, міжнародні партнери
Ціль 5. Створення сучасної технологічної інфраструктури медіа простору	Інфраструктура медіа простору	Реалізація державних програм розвитку системи телекомунікацій, їх відновлення та модернізація, цифровізація технологій передавання інформації	Держава, міжнародні партнери
Ціль 6. Формування національної системи інформаційного спротиву	Вітчизняний медіа простір	Розбудова системи суб'єктів інформаційного спротиву в Україні	Держава, ЗМІ, громадянське суспільство

Примітка. Джерело: Складено авторкою.

Процеси цілепокладання у формуванні нової парадигми медіа простору в Україні мають також передбачити створення якісного та спрямованого на ворога медіа контенту, який би забезпечив відбиття інформаційних атак, протидію потоку дезінформації, протистояння ворожим маніпуляціям суспільною свідомістю. Таким чином, систематизований та структурований варіант нової парадигми медіа комунікацій в умовах інформаційної агресії може мати такий вигляд (див. табл. 3.3).

### Концептуальні засади нової парадигми медіа комунікацій в умовах інформаційної агресії

Елементи парадигми	Характеристики складових парадигми					
Місія	Захист незалежності та територіальної цілісності України засобами інформаційної боротьби у інформаційному просторі					
Візія	Стан інформаційної безпеки, який характеризується стійкістю інформаційного простору та його здатністю протистояти інформаційним війнам та агресіям з боку зовнішніх ворогів в умовах глобалізації інформації та інформаційних технологій					
Стратегічна мета	Забезпечення безпеки через створення безпечного інформаційного простору як ключової умови для збереження суверенітету та незалежності України					
Стратегічні цілі	Ціль 1. Формування національної ідеї як основи парадигми інформаційної сфери	Ціль 2. Структуризація медіа простору відповідно до потреб участі у процесах перманентної інформаційної війни	Ціль 3. Формування нової якості стану медіа грамотності населення	Ціль 4. Забезпечення пріоритетного розвитку нових медіа	Ціль 5. Створення сучасної технологічної інфраструктури медіа простору	Ціль 6. Формування національної системи інформаційного спротиву
Об'єкт	Національна свідомість	Вітчизняний медіа простір	Населення України	Система нових медіа в Україні	Інфраструктура медіа простору	Вітчизняний медіа простір
Завдання	Розробка національної ідеї та її нормативізація у правових актах	Інституціональні зміни в системі створення, зберігання та поширення інформації в Україні	Реалізація державних програм формування компетентностей медіа грамотності у населення	Створення законодавчо закріпленої системи державної підтримки та грантового фінансування нова медіа	Реалізація державних програм розвитку системи телекомунікацій, їх відновлення та модернізація, цифровізація	Розбудова системи суб'єктів інформаційного спротиву в Україні
Інструменти	Державна політика, ЗМІ, громадянське суспільство	Держава, державна політика, ЗМІ	Держава, ЗМІ, громадяни, громадянське суспільство	Держава, нові медіа, громадянське суспільство, міжнародні партнери	Держава, міжнародні партнери	Держава, ЗМІ, громадянське суспільство
Ключові результати	Перетворення національної ідеї на інформаційну зброю	Нова структура системи вітчизняних медіа, адаптована до нових умов	Досягнення високого рівня медіаграмотності населення України	Розвинена система нових медіа	Нова технологічна інфраструктура інформаційного простору	Створення системи національного інформаційного спротиву

Примітка. Джерело: Складено авторкою.

Варто звернути увагу а те, що з огляду на результати теоретичного аналізу дозволяють сформулювати шляхи протидії інформаційній агресії. Зокрема, має бути заохочено застосування таких інструментів:

- підвищення рівня медіа грамотності громадян;
- нейтралізація впливу фейкових повідомлень;
- пошук альтернативних методів поширення новин;
- просування інформації щодо міжнародних досягнень та здобутків «народної дипломатії».

Вважаємо, що у процесі реалізації нової парадигми розвитку інформаційного простору України в умовах інформаційної агресії необхідно врахувати такі пріоритетні напрями державної інформаційної політики:

1. Забезпечення інформаційної безпеки, яке передбачатиме:

- створення системи оцінки інформаційних загроз та оперативного реагування на них;
- удосконалення повноважень державних регуляторних органів, які реалізують повноваження у сфері регулювання інформаційного простору держави;
- законодавче врегулювання механізму виявлення та видалення з інформаційного простору держави потенційно небезпечної інформації;
- нормативне регулювання діяльності підприємств телекомунікацій, поліграфічних підприємств, видавництв, телерадіоорганізацій, телерадіоцентрів, закладів культури та засобів масової інформації в умовах запровадження правового режиму воєнного стану;
- створення і розвиток структур, що відповідають за інформаційно-психологічну безпеку, насамперед, у Збройних Силах України, з урахуванням практики держав – членів НАТО;
- розвиток і захист технологічної інфраструктури забезпечення інформаційної безпеки України; - розвиток цифрового мовлення, унеможливлення впливу на його інфраструктуру суб'єктів, що пов'язані з державою-агресором;

- розвиток механізмів взаємодії держави та інститутів громадянського суспільства щодо протидії інформаційній агресії проти України;
- боротьба з дезінформацією та деструктивною пропагандою;
- виявлення та притягнення до відповідальності суб'єктів українського інформаційного простору, що створені та/або використовуються державою-агресором;
- унеможливлення вільного обігу інформаційної продукції (друкованої та електронної), насамперед, походженням з території держави-агресора;
- недопущення використання інформаційного простору держави в деструктивних цілях, або для дій, що спрямовані на дискредитацію України на міжнародному рівні.

## 2. Забезпечення захисту і розвитку інформаційного простору України:

- стимулювання розвитку національного виробництва текстового і аудіовізуального контенту;
- забезпечення функціонування Суспільного телебачення і радіомовлення України, у тому числі його належного фінансування;
- створення системи мовлення територіальних громад;
- підтримка вітчизняної книговидавничої справи, зокрема, перекладів іноземних творів, забезпечення ними навчальних закладів і бібліотек;
- розвиток правових інструментів захисту прав людини і громадянина на вільний доступ до інформації, її поширення, оброблення, зберігання та захист;
- комплексна підтримка розвитку механізмів саморегуляції засобів масової інформації на засадах соціальної відповідальності;
- підвищення медіа-грамотності суспільства, сприяння підготовці професійних кадрів для медіа-сфери з високим рівнем компетентності;
- удосконалення законодавчого регулювання інформаційної сфери відповідно до актуальних загроз національній безпеці;
- задоволення потреб населення тимчасово окупованих територій в об'єктивній, оперативній і достовірній інформації;
- формування системи державної підтримки виробництва вітчизняного аудіовізуального продукту; пропагування, у тому числі через аудіовізуальні

засоби, зокрема соціальну рекламу, основних етапів і досвіду державотворення, цінностей свободи, демократії, патріотизму, національної єдності, захисту України від зовнішніх і внутрішніх інформаційних небезпек.

### 3. Формування відкритості та прозорості держави перед громадянами:

- розвиток механізмів електронного урядування;
- сприяння розвитку можливостей доступу та використання публічної інформації у формі відкритих даних;
- інформування громадян України про діяльність органів державної влади, налагодження ефективної співпраці зазначених органів із засобами масової інформації та журналістами;
- проведення реформи урядових комунікацій;
- розвиток сервісів, спрямованих на більш масштабне та ефективне залучення громадськості до прийняття рішень органами державної влади та органами місцевого самоврядування;
- сприяння формуванню культури суспільної дискусії.

### 4. Формування позитивного міжнародного іміджу України:

- ґрунтовне реформування системи представлення інформації про Україну на міжнародній арені;
- розвиток публічної дипломатії, у тому числі культурної та цифрової;
- активізація скоординованої інформаційної роботи закордонних дипломатичних установ України;
- сприяння поширенню та розвитку системи іномовлення України;
- створення та забезпечення функціонування правового механізму взаємодії державних органів з інститутами громадянського суспільства;
- постійний моніторинг пропаганди держави-агресора, розроблення та оперативна реалізація адекватних заходів протидії;
- недопущення використання міжнародного інформаційного простору в деструктивних цілях або для дій, що спрямовані на дискредитацію України на міжнародному рівні;

- реформування системи взаємовідносин з українською діаспорою шляхом забезпечення більш тісної співпраці та проведення ефективних заходів, зокрема в рамках комунікацій «від людини до людини»;

- участь у міжнародних культурних заходах з метою представлення національної культури та ідентичності; запровадження міжнародних культурних фестивалів в Україні з метою популяризації української культури та розвитку комунікацій «від людини до людини».

Протягом останніх років українське суспільство напрацьовує й свої рекомендації для протидії інформаційним загрозам і сприяння інформаційній безпеці держави. Серед найважливіших заходів слід виокремити такі:

- моніторинг медіа щодо наявності матеріалів, які містять деструктивний інформаційний контент;
- доведення результатів моніторингу до правоохоронних органів;
- посилення діяльності, спрямованої на поширення медіаграмотності серед населення;
- заохочення громадськості до викриття неправдивої інформації або повідомлень маніпулятивного змісту;
- спростування фейків і доведення до громадян правдивої інформації;
- вивчення закордонного досвіду протидії негативним інформаційним впливам;
- стимулювання влади до вдосконалення чинного законодавства у сфері інформаційної безпеки.

### **Висновки до розділу 3**

Запропонована у даному розділі дорожня карта стратегічного осмислення нової парадигми розвитку вітчизняного медіа простору враховує реалії сучасного стану інформаційного протистояння у інформаційній війні між рф та Україною. Вона спрямована на досягнення такого стану інформаційної безпеки, який би убезпечував не тільки інформаційний простір нашої держави, але й

доповнював би стан національної безпеки здатністю країни та її інформаційного простору надійно протистояти ворожій інформаційній агресії.

Формування нової парадигми дозволить якісно оцінити недоліки попередніх етапів реалізації державної інформаційної політики, критично осмислити досвід протистояння ворогу у інформаційній війні протягом останніх десятиліть, створити умови для підсилення інституційної спроможності вітчизняної журналістики протистояти негативним впливам інформаційної агресії у майбутньому.

Важливим аспектом нової парадигми є формування нового стану медіа грамотності населення України. Попри значні позитивні зрушення у цьому сенсі, медіаландшафт ще є уразливим та потребує створення системи протистояння дезінформації на рівні індивіда.

## ВИСНОВКИ

Дослідження специфічних рис гібридної війни дозволяє не тільки проаналізувати поняття «інформаційна агресія», «інформаційна війна», їх сутнісних характеристик в умовах реальної російської агресії проти України мало на меті формування дієвих механізмів протистояння українського медіа простору та інформаційної сфери спробам знищити українську державу.

Система інформаційно-пропагандистських впливів, що здійснює рф проти України, визначається поняттям «інформаційна війна», а її активна фаза – категорією «інформаційна агресія». Під інформаційною війною розуміємо комплекс цілей, засобів і технологій інформаційного впливу, які поширюються державою-агресором через офіційні та неофіційні джерела інформації для досягнення політичних, воєнних, економічних, інформаційних переваг.

Основними механізмами, що забезпечують реалізацію завдань інформаційної агресії проти України є маніпулятивна інформація, дезінформація, фейкові повідомлення та пропаганда. Ці механізми спрямовано на знищення української державності і досягнення цілей ворога у зовнішній політиці. Вони спрямовані на інформаційну сферу суспільства, яка виявляється найбільш вразливою у системі національної безпеки України. Саме тому, об'єктивні реалії інформаційної війни актуалізують проблему формування нової парадигми розвитку інформаційного простору та визначення пріоритетів інформаційної державної політики в Україні з метою її адаптації до нових умов інформаційного протистояння.

На основі проведеного аналітичного осмислення ролі журналістики у російсько-українській війні проведеного в рамках цього розділу у роботі подано характеристику російської інформаційної агресії та її впливу на Україну, а також встановлено ключові особливості та властивості інформаційного простору України.

В той же час, російсько-українська війна є війною гібридною, яка супроводжується інформаційною агресією проти України з боку рф. Основними інструментами інформаційної агресії виступають класичні прийоми створення

фейків, потоків дезінформації, здійснення маніпулятивних дій, спрямованих на злам спротиву українського народу.

Впливи інформаційної агресії передбачають зворотну реакцію з боку українського суспільства та його інформаційного простору. Ця реакція полягає у специфічному інформаційному спротиві, який розгортається у інформаційному просторі та деформує його. Проведений аналіз стану протистояння українського медійного простору інформаційній агресії дозволив виявити його ключові напрями розвитку. До них, крім формування нової інформаційної політики держави, віднесено підвищення рівня медіа грамотності користувачів медіа контенту, їх здатності протистояти ворожій дезінформації, фейкам та маніпулятивним впливам.

На основі проведеної оцінки сучасного стану та потенціалу української журналістики в інформаційному середовищі в умовах збройної агресії було виявлено, що вітчизняна журналістика в умовах війни зазнала серйозних трансформацій: від змін у змісті проблематики інформаційних повідомлень до трансформації ключових функцій журналістики.

В той же час істотним чином змінилися ключові характеристики вітчизняної журналістики, зокрема й її традиційні функції. Такі зміни зумовлені потребою адаптуватися до складних умов збройного та інформаційного протистояння та багато у чому визначатимуть вектори розвитку вітчизняного інформаційного простору у найближчій перспективі.

У кваліфікаційній роботі запропоновано нові підходи до формування парадигми функціонування та розвитку інфопростору України в умовах інформаційної агресії, на основі цілепокладання виявлено візію, місію, стратегічну ціль та побудовано дерево взаємопов'язаних цілей, досягнення яких дасть можливість отримати цілком реальні результати через використання специфічних інструментів державної інформаційної політики, міжнародне партнерство, взаємодію держави з громадянським суспільством.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Батрименко О.В. Особливості сучасних збройно-політичних конфліктів: автореф. дис. ... канд. політ. наук: спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» / О.В. Батрименко; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2006. – 18 с.
2. Балтаджи П. М., Матвеева Л. Г. Війна як форма соціального конфлікту / П. Балтаджи та Л. Матвеева // Південноукраїнський правничий часопис. Проблеми становлення правової демократичної держави. № 1-2, 2022. С. 10.
3. Задорожня О.В. Збройний та воєнний конфлікт як феномен сучасного суспільства / О. Задорожня // Науковий вісник ХДУ. Серія: Юридичні науки № 5 (2024). С. 11-16.
4. Берестень Ю. В. (2024). Війна як соціокультурний феномен в сучасному українському філософському дискурсі . Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках, 7(1), 3-10. <https://doi.org/10.15421/342410>.
5. Судаков В.І. Проблема ідентифікації пізнавального змісту поняття «війна» в сучасній соціологічній теорії. Проблеми розвитку соціологічної теорії: Війна, насильство та суспільні порядки. Матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми розвитку соціологічної теорії: Війна, насильство та суспільні порядки», 16–17 грудня 2022 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2023. – 205 с.
6. Магда Є. Гібридна війна: вижити і перемогти / Є. Магда. – Харків : Віват, 2015. – 320 с.
7. Киричок А. П. Гібридна війна як феномен військово-інформаційної думки XXI ст. (історичні та теоретичні аспекти) / А. П. Киричок // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. - 2017. - № 2. - С. 26-30. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk\\_2017\\_2\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2017_2_7).
8. В. Бурлачук. Війна як медійна подія. Українське суспільство в умовах війни. 2022: Колективна монографія / С. Дембіцький, О. Злобіна, Н. Костенко та

ін.; за ред. член.-кор. НАН України, д. філос. н. Є. Головахи, д. соц. н. С. Макеєва. Київ: Інститут соціології НАН України, 2022. 410 с.

9. Дзьобань О.П., Прудникова О.В. Сучасна війна: трансформація до мережеских форм / О. Дзьобань О. Прудникова // Інформація і право. № 3(42)/2022. С. 23.

10. Шугаєв А. В. Феномен інформаційної війни / А. Шугаєв // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Том 30 (69) № 4 Ч. 2 2019. С. 154.

11. Таркін В.П. Інформаційні війни у сучасному політичному просторі як феномен ХХ-ХХІ ст. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю 052 «Політологія». Національний університет «Одеська юридична академія», Одеса, 2023.

12. Требін М. П. Соціологія війни: український контекст / М. Требін // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія "Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи". № 1148, 2015 р. С. 32.

13. Сардак А. Феномен національної ідентичності в умовах інформаційної війни / А. Сардак // Журнал соціальної та практичної психології. № 3 (2024). С. 90.

14. Радутний О.Е., Поняття та ознаки інформаційної агресії на законодавчому рівні в кримінально-правовій сфері / О. Радутний // Інформація і право. № 2(14)/2015 С. 59.

15. Максим Х. Феномен інформаційної агресії в умовах повномасштабної війни росії проти України / Х. Максим // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Юридичні науки» № 2 (38), 2023/ С. 73.

16. Рекомендація N R (96) 4 Комітету міністрів Ради Європи «Про захист журналістів за умов конфліктів і тиску» / Електронний ресурс // Режим доступу: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_734#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_734#Text).

17. Рекомендації СМ щодо захисту свободи слова та інформації під час кризи (2007) / Електронний ресурс // Режим доступу: <https://rm.coe.int/lex-01-ukraine-legalopinion-medialaw-amendments-to-certain-laws-on-med/1680b481c6>.

18. Декларація “Про захист журналістів у ситуаціях конфлікту і напруженості” (прийнята 3 травня 1996 р. на 98-й сесії Комітету міністрів Ради Європи) / Електронний ресурс // Режим доступу: [https://zakononline.com.ua/documents/show/171071\\_\\_171071](https://zakononline.com.ua/documents/show/171071__171071).

19. Freedom of expression in times of conflict. URL: [https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/freedom-ofexpression-in-times-of-conflict#{%22118736059%22:\[2\],%22119911139%22:\[2\],%22168565581%22:\[6\],%22168566019%22:\[1\],%22168566117%22](https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/freedom-ofexpression-in-times-of-conflict#{%22118736059%22:[2],%22119911139%22:[2],%22168565581%22:[6],%22168566019%22:[1],%22168566117%22).

20. Резолюція Парламентської асамблеї Ради Європи 1003 (1993) про етичні принципи журналістики. URL: <https://cedem.org.ua/library/rezolyutsiya-1003-1993-pro-etychni-pryntsypy-zhurnalistyky/> Resolving Ethical Conflicts in Wartime. URL: <https://www.spj.org/ethicswartime.asp> Резолюція 1993 SPJ.

21. Етика має значення в розповіді про Україну. URL: <https://ethicaljournalismnetwork.org/ethics-matter-in-telling-the-story-of-ukraine-ukrainian>.

22. Війна в Україні порушує перед редакціями етичні питання. URL: <https://ethicaljournalismnetwork.org/ukrainewar-raises-ethical-questions-for-newsrooms-ukrainian>

23. Про медіа: Закон України від 13.12.2022 №3849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>

24. Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналістів: Закон від 23.09.1997 №540/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text>.

25. Кодекс етики. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/>.

26. Правила для журналістів щодо поведінки з військовими. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/pravy-la-dlyazhurnalistiv-shhodo-povedinky-z-vijskovymu-i44056>.

27. Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану: Наказ Головнокомандувача Збройних Сил України від 03.03.2022 №73. URL: [https://www.mil.gov.ua/content/mou\\_orders/nakaz\\_73\\_zi\\_zminamu.pdf](https://www.mil.gov.ua/content/mou_orders/nakaz_73_zi_zminamu.pdf).

28. Питання діяльності Міністерства інформаційної політики України. Постанова Кабінету Міністрів України від 14 січня 2015 р. № 2. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2-2015-%D0%BF#Text>.

29. Роль журналістів в російсько-українській війні. Прес-служба Апарату Верховної Ради України. РАДА. Верховна Рада України. Офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/razom/232094.html>.

30. Біла О. Війна наративів: інформаційний простір як поле битви / Електронний ресурс. URL: <https://tyzhden.ua/vijna-narativviv-informatsijnyj-prostir-iak-pole-bytvu/>.

31. Кириченко В. Інформаційний простір України в контексті гібридної війни / В. Кириченко // Журнал соціальної та практичної психології № 2 (2023).

32. Наумова М. Звіт на основі даних кількісного дослідження, здійсненого дослідницькою агенцією «New Image Marketing Group» на замовлення ГО «Детектор медіа», Травень, 2025. URL: <https://detector.media/community/article/186435/2021-03-29-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-doslidzhennya>.

33. Український медіаландшафт 2022-2024. Зміни в медіа під час повномасштабного вторгнення : аналітичний звіт / Штурхецький. С., Погорелов О., Чернявський С. Томіленко С., Мороз В, Бідочко Л. — К.: Центр вільної преси, 2024. — 104 с.

34. Жугай В. Особливості роботи журналістів в умовах інформаційної війни / В. Жугай, В. Тарасюк // Образ. - 2018. - Вип. 1. - С. 128-139. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/obraz\\_2018\\_1\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/obraz_2018_1_15).

35. Михайлин І.Л. Основи журналістики: Підручник. 2011: Київ: Центр учбової літератури. – 496 с.

36. Бистрицький Є. До онтології війни: чому військові дії, а не мирні перемовини / Є. Бистрицький // Філософська думка, 2023. № 2. – С. 74-98.
37. Бистрицький Є., Ситніченко Л. Філософія і дискурс війни: конфлікт світів як межа комунікативної теорії Юргена Габермаса / Є. Бистрицький, Л. Ситніченко // Філософська думка, 2022. № 3. – с. 64-80.
38. Янковський О., Бадюк О. Протидія російській пропаганді. Як Україна повертає мовлення на окуповані території. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/novyny-pryazovya-ukrayinske-movlennya-v-okupatsiyi/32502399.html>.
39. Янковський О. Бадюк О. Росія розширює мовлення в окупації: як Україні «глушити» пропаганду?. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/novyny-pryazovya-rosiyski-media-propahanda-okupatsiya-yak-hlushyty/32912049.html>.
40. Білоусенко О. Фактчекери — це сапери, які знешкоджують інформаційні міни. URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/29254/2022-03-30 faktchekery-tse-sapery-yaki-zneshkodzhuyut-informatsiyni-miny/>.
41. Вяткіна Н. Реальність інформаційної зброї / Н. Вяткіна // Філософська думка, 2022, № 3. – с. 115-118.
42. Фурсіна Н.А. Теорія виникнення військових конфліктів, воєн. Економіка та держава. 2018. № 12. С. 81–88. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/12\\_2018/18.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/12_2018/18.pdf).
43. Гончаренко Л.Л., Абламська В.В. До питання сутності та класифікації воєнно-політичних конфліктів / Л. Гончаренко, В. Абламська // Вісник кримінологічної асоціації України. 2023. № 1(28). – С. 147–157.
44. Індекс війни. Моніторинг воєнних конфліктів у світі 2022 року. URL: <https://ussd.org.ua/2023/01/20/indeks-vi-jny-monitoryng-voyennyh-konfliktiv-u-sviti-2022-roku/>.
45. Парахонський Б.О., Яворська Г.М. Онтологія війни і миру: безпека, стратегія, смисл : монографія. Київ : НІСД, 2019. – 560 с.
46. McCuen J. J. Hybrid Wars [Text] / John J. McCuen // Military Review. – 2008. – April-May. – P. 107–113.

47. Simpson E. Thinking about Modern Conflict: Hybrid Wars, Strategy, and War Aims / Erin Simpson // Conference paper presented at the Midwest Political Science Association, Palmer House Hilton, Chicago, Illinois, April 7, 2005. – URL:[http://www.allacademic.com/meta/p84945\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p84945_index.html).

48. Wilkie R. Hybrid Warfare: Something Old, Not Something New [Text] / Robert Wilkie // Air & Space Power Journal. – 2009. – Winter. – Vol. XXIII, No.4. – P.13-17.

49. Кириченко В.В., Дудник О.Ю. Психосемантична репрезентація образу ворога в українському медіапросторі (після початку повномасштабного вторгнення росії на територію України) / В. Кириченко, О. Дудник // Журнал соціальної та практичної психології. 2023. № 1. С. 5–11.

50. Кириченко В.В. Контекстуально-семантична диференціація міжгрупових атрибутів «радянський» та «європейський» у призмі етнонаціонального сприйняття українців / В. Кириченко // Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права. 2023. Вип. 1. С. 85–90.

51. Бевз Т. Вплив глобалізації на утвердження національної ідентичності в умовах війни: виклики і загрози / Т. Бевз // Українознавство. № 3 (84). 2022. С. 8–26.

52. Кириченко В.В., Савиченко О.М. Genocides in the collective memory of ukrainians: the psychological practice of coping. Десятий Міжнародний Симпозіум з мультидисциплінарного вивчення пам'яті «Пам'ять геноцидів / Геноциди пам'яті», 13–14 жовтня 2022 року, Інститут соціальних і гуманітарних наук «Альфонсо Велес Плієго» Заслуженого Автономного Університету Пуебла (Мексика) і Науково-дослідний інститут Історичної урбаністики. 2022. URL: <https://view.genial.ly/63465456d1252f0011938b12>.

53. Кириченко В.В. Психологічний аналіз медійного дискурсу російсько-української війни / В. Кириченко // Габітус. 2022. Вип. 41. С. 239–244.

54. Палієнко М. Українські архіви, війна та збереження національної ідентичності / М. Палієнко // Архіви України. 2022. Вип. 1. № 330. С. 12–38.

55. Рущенко І.П. Російсько-українська гібридна війна: погляд соціолога : монографія. Харків : ФОП Павленко О.Г., 2015. 268 с.
56. Бережна М.С. Інформаційні та мережні війни у військових доктринах США / М. Бережна // Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. Сер. Історія. 2010. Т. 129. Вип. 116. С. 80.
57. Шумка А.В., Черник П.П. Інформаційно-мережева війна – нова форма міждержавного протиборства початку ХХІ ст. / А. Шумка, П. Черник // Військово-науковий вісник. 2013. Вип. 19. С. 255.
58. Війни інформаційної епохи: міждисциплінарний дискурс: монографія / за ред. В.А. Кротюка. Харків: ФОП Федорко М.Ю., 2021. 558 с.
59. Данильян О., Дзьобань О. Мережеві війни як форма інформаційної експансії: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції Актуальні проблеми сучасних міжнародних відносин, м. Дніпро, 5 – 6 лист. 2021 р. Дніпро: ПрінтДім, 2021. С. 92-95.
60. Ковалевич Б.В. Соціальні мережі як новий інструмент ведення інформаційних війн у сучасному світі / Б. Ковалевич // Грані. 2014. № 4. С. 118-121.
61. Курбан О.В. Інтернет-технології та онлайнві соціальні мережі у сучасній гібридній війні / О. Курбан // Наукові записки Української академії друкарства. 2017. № 1. С. 264-273.
62. Сенченко О. Мережевий інструментарій нових війн / О. Сенченко // Вісник книжкової палати. 2017. № 1. С. 37-41.
63. Почепцов Г. Інформаційна війна як інтелектуальна війна. URL: <http://osvita.media.sapiens.ua/material/13303>.
64. Війна. Соціологія права: енциклопедичний словник / Герасіна Л.М., Панфілов О.Ю., Погрібна В.Л., Требін М.П.; за ред. М.П. Требіна. Харків: Право, 2020. С. 146-148.
65. Скорик А.Б., Ярош С.П. Еволюційний розвиток концепції мережево-центричних війн, системно-концептуальні основи теорії дата-центричних операцій / А. Скорик, С. Ярош // Наукові праці Харківського національного університету Повітряних Сил. 2020. № 4. С. 26-34.

66. Данильян О.Г., Дзьобань О.П. Феномен мережевих війн: до проблеми філософського осмислення / О. Данильян, О. Дзьобань // Вісник Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого. Серія: філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2021. № 3 (50). С. 11-27.

67. Бережна М.С. Інформаційні та мережні війни у військових доктринах США / М. Бережна // Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. Сер. Історія. 2010. Т. 129. Вип. 116. С. 79.

68. Шумка А.В., Черник П.П. Інформаційно-мережева війна – нова форма міждержавного протиборства початку ХХІ ст. / А. Шумка, П. Черник // Військово-науковий вісник. 2013. Вип. 19. С. 248.

69. Дзьобань О.П., Соснін О.В. Мережево-комунікативний простір управління / О. Дзьобань, О. Соснін // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2015. Вип. 63. С. 174-186.

70. Лаврінчук О.В., Валерко В.В., Цветков Є.В. Аналіз основних напрямків впровадження принципів мережецентричних війн у збройних силах провідних країн світу / О. Лаврінчук, В. Валерко, Є. Цветков // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. 2012. № 2. С. 87-93.

71. Сенченко О. Інформаційно-мережеві війни – стратегічні війни другого покоління / О. Сенченко // Вісник Книжкової палати. 2016. № 10. С. 36-40.

72. Куц М.Ю. Мережні війни: сутність та основні характеристики / М. Куц // Вісник Національного університету “Юридична академія України імені Ярослава Мудрого”. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2015. № 2. С. 277-286.

73. Мироненко В. Інформаційна агресія й інформаційне протистояння. URL: <http://personal.in.ua/article.php?ida=319>.

74. Качмар О. В. Інформаційна агресія як компонент інформаційно-психологічної війни / О. Качмар // Вісник Черкаського університету. Серія: Філософія. 2016. № 2. С. 46–54.

75. Сенченко М. Інформаційна агресія та її вплив на культуру (частина 1). URL: <http://ar25.org/article/informaciyna-agresiya-ta-yiyi-vplyv-nakulturu-chastyna-1.html>.

ЗГОДА здобувача(чки) освіти Державного університету економіки і технологій  
про перевірку кваліфікаційної роботи на прояви академічного плагіату  
та розміщення в Репозитарії ДУЕТ

Я, **Лисняк Анастасія Євгенівна**, підтримую політику Державного університету економіки і технологій з академічної доброчесності і відкритого доступу. Стверджую, що кваліфікаційна бакалаврська робота **«Війна та медіа: роль журналістів у протидії російській інформаційній агресії»** виконана самостійно та не містить академічного плагіату. Я не надавав(ла) і не одержував(ла) недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Державного університету економіки і технологій ознайомлений(а). Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення норм академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

Також я поінформований(на), що відповідно до пункту 5.8 «Положення про Репозитарій (електронну базу даних) Державного університету економіки і технологій» згадана робота буде розміщена в Електронному архіві Університету (Репозитарії ДУЕТ) та ознайомлений(на) з умовами такого розміщення.

Дата 11.06.2025

Підпис

