

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин
Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

« ___ » _____ 2022 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»

**ІНСТРУМЕНТАРІЙ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС
РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ**

Виконавець: Зотенко Дар'я Василівна

Керівник: канд. філол. наук, доц.

Васильченко В'ячеслав Миколайович

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна

Київ – 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ В ІСТОРІЇ ТА СУЧАСНОСТІ.....	7
1.1. Історія становлення інформаційних війн	7
1.2. Інформаційна війна як глобалізаційне явище сучасного світу.....	18
Висновки до розділу 1.....	23
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ В УКРАЇНІ..	25
2.1. Використання фейків та медіавірусів як інформаційної зброї під час російської агресії в Україні	25
2.2. Маніпулятивний вплив на громадську думку як головне завдання фейкової інформації.....	36
Висновки до розділу 2.....	49
РОЗДІЛ 3. МЕТОДИ ПРОТИДІЇ ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНІ В УКРАЇНІ.....	51
3.1. Виявлення інформаційних фейків та методи боротьби з ними.....	51
3.2. Створення стратегії для захисту українського інформаційного простору.....	60
Висновки до розділу 3.....	74
ВИСНОВКИ.....	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80

ВСТУП

Актуальність дослідження. Нині інформаційна війна стала однією з найнебезпечніших видів зброї. Вона може містити: структурування та збір тактичної інформації, поширення пропаганди або дезінформації, аби залишити військових та громадян без віри в перемогу. Супротивник таким чином намагається підірвати якість вихідної інформації та зібрати якомога більше вигідних для себе даних. Головною метою такого інформаційного протистояння є послаблення моральних, матеріальних цінностей та сил конкурента, таким чином посилюючи свій вплив на нього. Вона забезпечує міру впливу пропаганди на людську свідомість в ідеологічній та емоційній сферах. При цьому масштаб і важливість шкоди, завданої інформаційною війною, іноді переважає наслідки збройної війни. Інформаційна війна розглядає інформацію як окрему сутність або потенційну зброю та прибуткову ціль. Інформаційну війну можна розглядати як якісно новий вид боротьби та активного протистояння в інформаційному просторі. Інформаційна війна – атака з інформаційною складовою, незалежно від використовуваних засобів. Для ведення стратегічної інформаційної війни використовується спеціальна зброя. Ця зброя не завдає фізичної шкоди, але може викликати справжню війну.

З початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну, питання боротьби та заходів безпеки в контексті інформаційної війни стали актуальними як ніколи, адже в сучасному світі інформація «розлітається» занадто швидко і дезорієнтувати населення дуже легко. Ворог намагається відвернути увагу суспільства та всього світу від реальної картини в Україні масовими фейковими новинами та пропагандою.

Для забезпечення якісного захисту інформаційного простору України, необхідно вживати заходів на законодавчо-нормативному рівні, адже знищення таких складових інформаційної війни як маніпуляції, фейки та пропаганда повинне відбуватися на найвищому рівні державного регулювання.

Мета дослідження: визначення особливостей ведення інформаційної війни в умовах російсько-українського протистояння.

Об'єкт дослідження: інформаційна війна Росії проти України, її складники та відображення.

Предмет дослідження: фейкова інформація Російської Федерації проти України та їх інформаційно-комунікативний прояв у контексті інформаційної війни.

Завдання дослідження:

1. Дослідити природу виникнення та розвитку інформаційних війн
2. Проаналізувати основні аспекти ведення інформаційної війни
3. Визначити головні інструменти протидії фейкам з боку агресора
4. Охарактеризувати методи боротьби з інформаційною війною проти України
5. Розкрити стратегічні методи захисту інформаційного простору України

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження являються методи та принципи порівняльного та системного аналізу, проведено узагальнення даних науково-методичної літератури. У процесі дослідження виникнення та розвитку інформаційної війни був використаний історичний метод та метод спостереження.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що російсько-українське протистояння, починаючи з 2014-го року, переросло в повномасштабну війну на початку 2022-го року, а тому інформаційні атаки на Україну значно посилюються. Визначення інструментів протидії інформаційній війні, методів протидії та забезпечення збереження інформаційного простору України є

основними завданнями сьогодення, аби прискорити знищення такої складової війни, як інформаційна боротьба, що значно полегшить функціонування держави в цілому. Фейкова інформація значною мірою вповільнює фільтрування важливої та конкретної інформації, тож важливість виявлення інструментів боротьби з нею, зможуть зберегти цілісність України на інформаційному фронті.

Практичне значення одержаних результатів роботи полягає у можливості використанні матеріалів дослідження при викладанні дисципліни «Інформаційні війни», а також у розробці навчальних посібників та методичних рекомендацій для студентів-журналістів.

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати дослідження висвітлювалися у виступі на X Всесвітньому конгресі "Авіація у XXI столітті" – "Безпека в авіації та космічні технології".

Публікації. Основні положення дипломної роботи було викладено в публікаціях:

- Зотенко Д.В., Гібридна війна Російської Федерації проти України – комунікаційно-інформаційний прояв // «Політ. Сучасні проблеми науки»: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ, НАУ, Факультет міжнародних відносин, кафедра журналістики, 2022, С. 288-289.
- Зотенко Д.В., Лашкіна М.Г. Інформаційна зброя в контексті гібридної війни // Актуальні проблеми соціальних комунікацій: Матеріали Восьмої міжвузівської студентської наукової конференції. Київ, НАУ, Факультет міжнародних відносин, кафедра журналістики, 2022, С. 55-58.
- Зотенко Д.В., Васильченко В.М. Медіавіруси та фейки як складники інформаційної війни // Трансформація журналістики та реклами в контексті сучасних трендів інформаційного світу: Матеріали Всесвітнього конгресу «Авіація в XXI столітті». Київ: НАУ, Факультет міжнародних відносин, кафедра журналістики, 2022. С. 158-161.

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (80 джерел). Загальний обсяг роботи становить 89 сторінок, основний зміст викладено на 77 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ В ІСТОРІЇ ТА СУЧАСНОСТІ

1.1. Історія становлення інформаційних війн

Інформація відіграє величезну роль у сучасному суспільстві. Саме вона стала новим якісним ресурсом, який впливає на свідомість людини, суспільство, діяльність політичних суб'єктів, національну безпеку. Стрімкий і масовий розвиток новітніх інформаційно-комунікаційних технологій забезпечує універсальний і швидкий доступ до будь-яких даних і ресурсів. Поширення інформації стало надзвичайно швидким явищем, чи через глобальну мережу Інтернет, чи через інші засоби масової інформації та комунікації, доступ до інформації став щоденною справою для кожного. «В умовах становлення інформаційного суспільства обсяги створюваної та використовуваної інформації різко зросли. Нормальна життєдіяльність сучасних соціальних організмів повністю залежить від рівня розвитку, функціональної якості та безпеки інформаційного середовища [11, с. 390].

Виробництво і управління, оборона і зв'язок, енергетика і транспорт, освіта, наука і фінанси, засоби масової інформації — усе залежить від інтенсивності обміну інформацією, її цілісності, своєчасності, достовірності. «У цьому випадку інформаційна війна стає все більш ефективним засобом політичного протистояння, оскільки така війна не вимагає людських жертв і величезних матеріальних витрат, як звичайна війна, і є в певному сенсі більш швидким і прихованим засобом досягнення політичного протистояння. Проблема феномену «інформаційної війни» присвячено багато наукових робіт, більшість з яких є теоретичними підтвердженнями концепції. У зв'язку зі значним впливом

інформаційних воєн на світову політичну ситуацію (особливо на початку століття) дослідження цього явища дедалі частіше зустрічаються в наукових працях зарубіжних та українських учених, а саме: У. Бека, Б. Бірюкова, Дж. Брайанта, С. Бухаріна, А. Дюкова, Г. Екклза, М. Лібікі, Д. Ліллекера, І. Панаріна, Д. Прокоф'єва, Т. Рони, Г. Самерза, С. Томпсона, Д. Фролова, Ф. Хофмана, Р. Шафранськи, Г. Штромайєра, О. Юдіна; М. Бережної, О. Білоруса, М. Галамба, В. Горбуліна, Д. Зеркалова, О. Зернецької, О. Курбана, І. Лук'янця, А. Манойла, А. Петренка, Г. Почепцова, П. Прибутько, І. Рабінович, М. Требіна та ін. Незважаючи на значний рівень наукового осмислення проблеми інформаційної війни, недостатньо розкритими є саме сутність цього феномену та специфічні характеристики, що його визначають. У відповідності з цим досить важливою проблемою є необхідність визначення феномену та динаміки розвитку поняття «інформаційна війна», з'ясування та розкриття в контексті інформаційного протистояння його специфічних ознак.

Незважаючи на високий рівень наукового осмислення проблеми інформаційної війни, природа явища та особливості, що його визначають, до кінця не розкриті. Тому особливо актуальним є з'ясування феномену та динаміки розвитку поняття «інформаційна війна», з'ясування та розкриття його специфічних характеристик у контексті інформаційної війни. Феномен інформаційної війни існував задовго до Нового часу. Таким чином, навіть у давні часи вплив інформації у військово-політичному протистоянні був вирішальним для досягнення політичних цілей або використання обмежених ресурсів для отримання переваги, як правило, шляхом поширення чуток, пліток, міфів, спотвореної інформації або її сприятливих проявів, через лідерів думок впливати на суспільне сприйняття політичних явищ, тому протистояння інформації та психології має важливе історичне підґрунтя [15, с. 127].

У статті 17 Конституції України зазначено: «Захист суверенітету та територіальної цілісності України, забезпечення її економічної та інформаційної

безпеки є найважливішою функцією держави і справою всього Українського народу.» Доктрина інформаційної безпеки України до 25 лютого 2017 № 47/2017, затвердженого Указом Президента України, який чітко визначає національні інтереси у сфері інформації, загрози національній безпеці та пріоритети національної політики. В національних інтересах України у сфері інформації зазначені документи забезпечують: забезпечення конституційних прав і свобод громадян на збір, зберігання, використання та поширення інформації, захист українського суспільства від деструктивної пропаганди та пропаганди, спрямованої на розпалювання війни, розпалювання національної та релігійної ворожнечі, застосування насильницьких засобів з метою зміни конституційного ладу чи впливу агресивних повідомлень, що порушують суверенітет і територіальну цілісність України; розвиток та захист національної інформаційної інфраструктури, розвиток та захист національної інформаційної інфраструктури, розвиток культури соціальних медіа та соціально відповідального медіасередовища, забезпечення розвитку ІКТ та інформаційних ресурсів в Україні, безпечне функціонування та розвиток нац. інформаційний простір та його взаємозв'язок із Консолідованими просторами європейської та світової інформації [23, с.13].

Найважливішими загрозами національним інтересам України та національній безпеці України в інформаційній сфері визначено: проведення спеціальних інформаційних операцій проти держави-агресора, спрямованих на послаблення нашої держави в Україні та за її межами, інформаційну експансію, домінування держави-агресора в зоні тимчасової окупації. Недостатній розвиток матеріально-технічної бази обмежує можливості України ефективно протидіяти інформаційній агресії, неефективна державна інформаційна політика, недосконале законодавство щодо регулювання суспільних відносин в інформаційній сфері, невизначеність у стратегічних наративах, неадекватна грамотність у соціальних мережах. Інформаційна агресія стала нашою буденністю,

і те, що в цьому плані ніхто не відчувається в безпеці, не потребує доказів. Тому всі громадяни країни, особливо ті, хто перебуває на «передовій» інформаційного протистояння (маємо на увазі журналістів, редакторів), повинні усвідомлювати можливі ризики, вміти захищатися від інформаційних загроз і впливів, а отже – розуміти походження, причини та методи таких воєн. Було б помилкою вважати, що інформаційна війна менш руйнівна, ніж війна з танками чи бомбардувальниками. Більшість військових експертів вважають, що інформаційною зброєю можна виграти війни, не вдаючись до звичайної зброї. Інформаційна зброя відноситься до зброї масового ураження, для її використання не потрібні спеціальні засоби виробництва або складна інфраструктура. Інструменти інформаційної війни включають програмне, апаратне забезпечення, комп'ютерні віруси та логічні бомби [25, с. 69].

Ці засоби та методи інформаційної війни поєднують відносно низькі витрати на виробництво з високою ефективністю під час війни та мирного часу. Це, у свою чергу, розширює коло можливих учасників бойових дій у цій війні, включаючи окремі країни та їхні розвідувальні служби, терористичні групи, злочинні групи, корпорації та навіть осіб, які не вчиняють зловмисних дій. Унікальність інформаційної зброї полягає в тому, що будь-яка країна при розбудові інформаційної інфраструктури створює матеріальну основу для військового використання інформаційних технологій. Чим вищий технологічний потенціал країни, тим більше об'єктів для інформаційних атак - телекомунікаційні, космічні апарати, командування, управління, зв'язок, комп'ютери, системи управління нафто- і газопроводами [28, с. 42].

Протягом століть і навіть тисячоліть політична карта світу неодноразово змінювалася, в тому числі внаслідок інформаційних протистоянь. Більшість науковців абсолютно справедливо пов'язують розвиток проривних інформаційних технологій із появою та популяризацією основних засобів масової комунікації. Поява писемності, книгодрукування, періодичних видань,

телеграфу, радіо, телебачення, Інтернету та соціальних мереж була революційною, стимулюючи економічний, політичний, соціальний, духовний та інтелектуальний розвиток людства. Починати розмову про методи ведення інформаційної війни вже стало майже традицією з назви трактату видатного китайського стратега VI століття до нашої ери. Його поради щодо психологічних та інформаційних засобів завоювання актуальні й сьогодні. Тому він особливо рекомендує:

- 1) ослаблювати потугу військ ворога шляхом перешкоджання нормальному постачанню і підтриманню порядку;
- 2) ослаблювати в цілому країну-жертву шляхом дискредитування її традицій, віри, лідерів, позитивних процесів, розбещення населення, провокування внутрішніх конфліктів [40, с. 86].

На думку Сунь Цзи, цього можна досягти шляхом придбання інформації та спільників; залучення опонентів до злочинів з метою подальшого вимагання та вербування; залучення хуліганів до співпраці; використання дезінформації, залякування, психологічного тиску, образ, глузування; діє ефективно та заохочує до хабарництва. Командувач вважає дезінформацію найефективнішим способом ведення війни: «Війна — це форма обману», — написав він, - якщо ти можеш щось зробити, покажи ворогу, що ти не можеш; якщо ти використовуєш щось, покажи йому, ніби ти непотрібний; навіть якщо ти близько до нього, покажи, що ти далеко, він далеко; навіть якщо ти далеко, покажи, що ти близько...». [14, с. 127]

Використання техніки впливу на ворога за допомогою слів — типове явище для Стародавньої Греції. По-перше, широко ходять чутки, що наші війська мають кількісну та якісну перевагу у ворожому таборі. По-друге, під час протистояння влади для приваблення опонентів створювали різьблення по каменю, а потім і аналоги сучасних листівок. По-третє, збереглися також свідчення психологічного тиску на супротивників, наприклад: «Олександр

Македонський майже вичерпав моральний дух і боєдатність своїх військ під час походу на Індію (326 р. до н. е.), (списи, мечі, стріли, луки), боєприпаси. (одяг, взуття) були виготовлені в потрібних зразках нормального розміру і розкидані в таборах уздовж берега. Інд — ніби все це випадково забулося. Коли його розвідник Коли зброю та одяг зібрали й віддали індуїстському королю Таксіру, вони лише здалеку спостерігали за македонською армією, і вважаючи, що солдати Олександра були велетнями, цар відмовився полювати на них [12, с. 38].

Потужним центром розвитку інформаційних технологій для союзників і ворогів середньовічної Європи, безсумнівно, був Ватикан. Розробка поняття «джихад» і організація хрестових походів це яскраво підтверджують. Друкарські верстати працювали в Європі з XV століття. Мартін Лютер використовував цю техніку, яка мала глобальний вплив на маси. Його боротьба проти папського престолу велася головним чином через видання Біблії, яка була перекладена на німецьку мову для народу, а також його трактати та памфлети, які друкувались великими тиражами і одразу стали популярними. Цікаву сторінку в історії інформаційної війни та психологічної війни XVII століття вписав полководець війська Запорізького Богдан Хмельницький. Його акцент на використанні дезінформації у військових операціях був ретельно вивчений історичною наукою. Щоправда, способи розповсюдження чуток чи відправлення козаків-самогубців у ворожі табори, захоплення під тортурами не розкривали «чистої правди» а з нею прийшла думка, що за допомогою деякої інформації можна як служити людям, так і завдавати їм реальної шкоди [13, с. 204].

Потужним центром розвитку інформаційних технологій для союзників і ворогів середньовічної Європи, безсумнівно, був Ватикан. Розробка поняття «джихад» і організація хрестових походів це яскраво підтверджують. Друкарські верстати працювали в Європі з XV століття. Мартін Лютер використовував цю техніку, яка мала глобальний вплив на маси. Його боротьба проти папського престолу велася головним чином через видання Біблії, яка була перекладена

німецькою мовою для народу, а також через його трактати та брошури, які були надруковані великими тиражами і одразу стали популярними. Цікаву сторінку в історії інформаційної війни та психологічної війни XVII століття вписав полководець війська Запорізького Богдан Хмельницький. Його акцент на використанні дезінформації у військових операціях був ретельно вивчений історичною наукою. Щоправда, способи розповсюдження чуток чи відправлення козаків-самогубців у ворожі табори, захоплення під тортурами не виявляли «чистої правди», а заздалегідь підготовлений текст про чисельну значну перевагу козацьких полків чи надходження підкріплення, використовувалися неодноразово, зокрема перед Корсунською битвою і битвою під Пилявцями [67, с. 70].

З 1914 по 1918 роки під час Першої світової війни збройний конфлікт супроводжувався такими засобами інформаційно-психологічного тиску на супротивника:

1) Розповсюдження листівок, за допомогою повітряних куль розкидають мільйони листівок різноманітних закликів на території противника;

2) Надсилання листів; наприклад, у Великій Британії створили базу даних приватних повідомлень громадян і надсилали на адресу агітаційні матеріали; копіювали листи військовополонених британських концтаборів, у яких наголошувалося на доброму поводженні з військовополоненими. , розксерокопіювати та надіслати поштою;

3) вплив на емоції, у пресі, в листівках поширювалися повідомлення про звірства німців, мужність і героїзм їхніх супротивників;

4) За допомогою засобів масової інформації стимулювати прийняття військових рішень, викликаних трагічними подіями, наприклад, повідомлення про затоплення пасажирського судна «Луїтанія» 7 травня 1915 року (преса висвітлювала можливе транспортування зброї на лайнері факт), природно, викликали хвилю обурення цим фактом, зіграли не останню роль у вступі США до Першої світової війни 17 квітня 1917 року;

5) Поширення усної інформації; так, у 1917 році Комісія з громадської інформації США створила мережу спікерів, які отримували телеграми з текстами новин з передової протягом чотирьох хвилин і в лікарнях, школах, церквах, тобто у великих натовпах Місце збору для виступу; таким чином, 755 000 презентацій 75 000 доповідачів для 400-мільйонної аудиторії [69, с. 188].

У 1918 році відбувся перший публічний захід, спрямований на осмислення сучасного досвіду військового застосування пропаганди: «Розуміння важливості вирішення пропагандистських завдань і прагнення до координації зусиль призвели до скликання Всесоюзної пропагандистської конференції. Серпень 1918 р. у Лондоні відбулася конференція. Конференція. Фактично це був перший міжнародний форум з теорії пропаганди щодо армій і населення ворога. Конференція підбила підсумки діяльності пропагандистських органів, узагальнила накопичений досвід і зробила внесок у війська союзників проти Німеччини та Австро-Угорщини [49, с. 299].

Пропагандистська кампанія союзних держав робила рекомендації. До кінця війни пропаганда союзних держав підпорядковувалася вищому наказу. Створено спеціальний штаб для організації впливу на ворожу армію та населення, в якому діяли різні національні відділи».

Після Першої світової війни, вже в 1930-х роках, інформаційна війна, як зазначав Ю. Горбань, «перестала бути додатком збройної війни, а стала самостійним явищем, наприклад: Німецько-австрійська радіовійна 1933-34 рр. про австр. входження до Третього рейху. Саме тоді виникла та поширилася концепція «інформаційних загарбників». Однак це був лише початок найпотужнішої експансії інформації в історії людства під час Другої світової війни Пролог. «Пропаганда тримає нас при владі, пропаганда тримає нас при владі, пропаганда змусить нас завоювати світ», націонал-соціалістичне гасло 1935 року не було маніфестом. Ефективність пропаганди як надзвичайно дієвої зброї на той час не потрібно доводити: пережили мільйони [63, с. 40].

Наприкінці 20 століття сформувався потужний інструментарій, і з того часу цей метод розгортання та протистояння застосовувався у війнах у Чечні, Грузії та нинішній Україні. Сьогодні ми повністю усвідомили основні риси цього явища – мету, завдання, методи та засоби управління. Хоча вчені розходяться в думках щодо мети та місії сучасної інформаційної війни, ми можемо сказати, що в різних ситуаціях і в різних конфліктних контекстах інформаційна війна призначена для:

1) підвищення ефективності військових дій (у цьому сенсі інформаційна війна є лише супроводом збройного протистояння);

2) вирішувати проблеми міждержавної конкуренції шляхом впливу на адміністративну, економічну, фінансову та політичну сфери держави, яка є об'єктом агресії (цей вид інформаційного конфлікту вірогідний у мирний час);

3) послаблення та підкорення держави-жертви шляхом впливу на свідомість її громадян (справді, це інформаційна окупація, яка, ймовірно, буде передумовою для подальшої військової окупації); останнім часом засоби масової інформації замість збройних сил для досягнення політичні цілі призвели до раптового зникнення цілих країн і фундаментальної зміни політичного ландшафту світу.

Будь-яка з перерахованих вище цілей зазвичай досягається шляхом вирішення конкретних завдань. У більшості випадків це дезінформація, дезорієнтація, впровадження шкідливих думок і думок у суспільну свідомість; залякування власного народу чи супротивників, закладення підґрунтя для лояльності до агресії, виведення з ладу важливих об'єктів господарювання та управління шляхом кібератак [33, с. 206].

Специфіка інформаційної війни не потребує доказів. Їх специфічними характеристиками є:

1) Багатовекторність (інформаційні операції проводяться в кількох напрямках одночасно, з метою впливу на населення в зоні конфлікту; проти

громадян ворожих країн поза зоною впливу сили; всередині країни-агресора – для виправдання політики агресії; на міжнар. етап - для захисту своїх дій або дистанціювання від них, пошуку союзників);

2) Вплив інформації непросто виявити, і немає очевидної шкоди;

3) Недостатня передбачуваність результатів і затримка результатів у часі;

4) мінливість впливу інформації та відповідні труднощі швидкого реагування;

5) Переважна більшість – це вплив не на матеріальні об'єкти, а на людський інтелект, емоції та психологію;

6) Нетиповість загальної логістики збройних конфліктів (інформаційні впливи здійснюються через радіо і телебачення, Інтернет, соціальні мережі, канали комунікації соціальних спільнот).

Найважливішими ознаками інформаційного впливу сьогодні вважаються:

1) Висока частота та нахил окремих новин, відсутність належного обговорення різних точок зору, перевага емоційного, а не аналітичного подання матеріалів у ЗМІ;

2) Змусити суспільство звернути увагу на інформацію, яка дискредитує (часто за допомогою фальсифікованих даних) імідж країни, її політичну, економічну та наукову сфери, видатних представників народу та історичні факти;

3) в інформаційному просторі домінують сенсаційні та скандальні теми, що призводить до зростання конфліктів та напруги в суспільстві;

4) є інформація, яка загрожує життю та здоров'ю громадян, пропагує війну, національну та релігійну ворожнечу, насильницьку зміну конституційного ладу або порушує територіальну цілісність країни, тоталітаризм чи нацизм;

5) публікувати одне й те саме повідомлення підозрілого змісту в кількох засобах масової інформації з однаковою підозрілою репутацією одночасно;

- 6) посилення присутності іноземних ЗМІ та ЗМІ у національному інформаційному просторі;
- 7) Збільшити кількість вітчизняних ЗМІ, контрольованих іноземними громадянами чи невідомими особами;
- 8) примусова ретрансляція телерадіопрограм, фільмів і музики іноземного виробництва;
- 9) Надмірна та необґрунтована «активізація» ЗМІ, інформаційних агентств, піар-агентств іноземними експертами;
- 10) Створення фізичних перешкод для діяльності ЗМІ, особливо в прикордонних районах країни;
- 11) умисне розповсюдження комп'ютерних вірусів і спеціальних програм, здатних знищувати, знищувати або перехоплювати інформацію в глобальних і локальних комп'ютерних мережах [58, с. 67].

Ідеальним підґрунтям для ефективної інформаційної експансії є низка недоліків у функціонуванні інформаційного простору держави, а саме: монополія у сфері масової інформації та комунікації; їхня залежність від держави чи олігархів; непрозорі структури власності на медіаринку; обмеження про свободу слова та відкрите втручання в редакційну політику, певне домінування деяких засобів масової інформації та інформаційних агентств на світовому ринку новин, ефективність ЗМІ різна в розвинених країнах і країнах, що розвиваються. По-перше, необхідно визнати, що методи та засоби ведення інформаційної війни постійно змінюються та модернізуються, що, безумовно, ускладнює процес організації безпеки інформаційного простору. Перелічимо ті, які на даний момент вважаються найбільш типовими [75, с. 576].

До основних методів деструктивного інформаційного впливу зазвичай відносять: фізичне блокування систем зв'язку та телекомунікацій, дезінформацію, маніпуляцію, інсинуацію, пропаганду, диверсифікацію громадської думки, залякування, психологічний та емоційний стрес, поширення

чуток. До основних засобів інформаційної війни належать: 1) приховування інформації, 2) спотворення інформації, 3) збільшення обсягу інформації певного типу, 4) переключення уваги з важливого на неважливе. Кожен із цих інструментів має безліч варіантів застосування та працює по-різному в текстових, відео- та аудіоповідомленнях.

Вплив інформації за допомогою зображень, відео чи аудіозаписів здійснюється шляхом: 1) використання аудіофрагментів минулих років або будь-яких матеріалів про події в іншій країні для ілюстрації поточної новинної агресії в країні, де знаходиться жертва інформації (наприклад, правдиві заяви політиків про події 2010 року представлені як огляди подій 2018 року; те саме стосується звітів про події); 2) фактичні фрагменти записів подаються як інструкції для маніпулювання оглядами; 3) зміст спотворено шляхом видалення деяких фрагментів; 4) Накладення дубляжу, перекладів, заголовків на відеоряди, які містять справжній неанонсований текст; 5) Подання об'єктів на фотографіях чи відео з не вигідного ракурсу з метою показати огиду, презирство, підсвідому огиду, сміх; 6) Використовувати заборону на 25 кадрів техніка 7) Використовуйте тони, кольори, зображення для залучення негативних емоцій або навпаки [20, с. 11].

1.2. Інформаційна війна як глобалізаційне явище сучасного світу

Психологічне вплив на противників - це давній механізм впливу на противників. Після Другої світової війни вона почала розвиватися як міжнародне право, як міжнародне гуманітарне право. Право на регулювання отримується методами війни. Однак війна не завжди виграється на полі бою, вона також виграється через психологічні і інформаційні засоби. З розвитком інформаційних технологій, світова інформаційна мережа виникає такий вид війни, як інформаційна війна. Ми перебуваємо в історичному розладі, в якому нові технології можуть бути як позитивні, так і конструктивні, так і руйнівні.

Індустріальна ера була відзначена першим антивоєнним планом, і в 20 столітті, Радянський Союз був у стані занепаду. Ідеологічні та політичні системи. Винісні перемоги були сформовані з комплексу економічних, моральних і політичних і технологічних факторів. Поява мікроелектроніки, яка відкрила можливості для масової комунікації, в поєднанні з інформаційними технологіями, створила мережну інформаційну структуру, і разом з ними концепція інформаційної мережі. Особливість полягає в тому, що не тільки вплив здійснюється використанням нових засобів, але і що це неконтрольований ресурс, який дуже слабо підлягає законодавству, активно застосовувати неправильну інформацію як засоби маніпуляції даними [4, с. 158].

Використання свідомості людей як форми впливу на них з метою контролю було і є ефективним засобом політичних і правових баталій. Під час холодної війни посилювалося поширення інформаційних методів ведення війни в сучасній історії. Він «включає «військові операції» на двох рівнях: видимому (відкритому) і невидимому (прихованому). Найбільш очевидним є використання засобів, які можуть бути невидимі для широкого загалу, але зрозумілі всім. Це включає: розвідка, міжнародне протистояння (в політичній, дипломатичній, економічній, військовій сферах) і, нарешті, ідеологічне протистояння, яке відображається в наукових і публіцистичних дискусіях і поширюється без винятку на всі інші сфери людського життя. Неявне - включаючи використання інформації та психологічні технології впливу на масову свідомість, в рамках цього геополітичного протистояння відіграє свою роль у підтримці великих офіційних дій» [55, с. 92].

Основою цієї війни є дезінформація. Дуже часто під виглядом великих цілей, таких як патріотизм, захист корінних народів, захист прав і свобод людини, боротьба з тероризмом, військова агресія, неоголошений збройний конфлікт призводить не лише до захоплення території, а й до великих жертв. Після операції «Буря в пустелі» термін «інформаційна війна» широко

використовувався військовими експертами США, а інформаційна зброя показала свою ефективність і поступово стала популярною. У 1992 році Пентагон видав директиву «Інформаційна війна», в якій були визначені основні завдання підготовки до такої війни. На основі аналізу концепції інформаційної війни різними видами зброї Об'єднаний комітет начальників штабів США прийняв документ «Спільне бачення 2010» і висунув концепцію інформаційної війни. До елементів інформаційної війни американські експерти відносять: отримання розвідувальної інформації, дезінформацію, психологічні операції, фізичне знищення інформаційних ресурсів противника (включаючи використання електромагнітного впливу), атаки на його інформаційні структури (фізичні, електронні), зараження його комп'ютерні системи Мережа та система з комп'ютерним вірусом, проникаючим з точки зору інформаційної мережі тощо та відповідних контрзаходів для захисту власних інформаційних ресурсів [31, с. 101].

Розглянемо, наприклад, позицію, наголошену М. Савченко. «Щоб приховати справжню причину військових дій у Лівії, міжнародному співтовариству було надано дві неправдиві версії: офіційна, використовуючи паразитичний вислів – «для захисту прав людини», і неофіційна версія – «замах з Каддафі». Фактично Муамар Каддафі вирішив повторити спробу генерала Шарля де Голля відмовитися від паперових грошей і повернутися до золота.

Кілька років Каддафі виступав за створення єдиної африканської держави з темношкірим арабським населенням і створення єдиної золотої валюти — золотого динара. Звичайно, сіоністи не можуть йому пробачити... Муамар Каддафі атакував головний механізм рабства у світі – паперові гроші, а отже – головну цінність сучасного світу – банківську систему. З цією метою Ротшильди, Рокфеллери та Моргани розбомбили Лівію та вбили Муаммара Каддафі.

Остання світова економічна криза змусила багато держав заговорити про запровадження міждержавних золотих розрахунків. Китай оголосив про лиття

золотих юанів, а також є золотий стандарт на Близькому Сході. Головним ініціатором відмови від розрахунків у доларах і євро став лівійський лідер Муамар Каддафі, який закликав арабський і африканський світ перейти на Розрахунок в єдиній валюті - золотий динар» [54].

Анексія Криму та військовий конфлікт на сході нашої держави є результатом цілеспрямованого впливу інформаційної війни, тому правове регулювання окремих питань є особливо актуальним. Це підтверджується тим фактом, що Європейська робоча група з боротьби з прокремлівською дезінформацією повідомила про понад 5000 випадків. З 2015 року про Україну було написано близько 2000 російських дезінформаційних статей. Термін «інформаційна війна» з'явився в середині 1970-х років. Його запропонував фізик Томас Рон, який не тільки вперше зрозумів, але й науково підтвердив той факт, що інформація є найслабшою ланкою будь-якої армії. Розвиток Інтернету, особливо Всесвітньої павутини, прискорив визнання залежності глобального суспільства від інформаційних технологій [62, с. 543].

Результатом є глибокий вплив на міжнародні правові та етичні питання, які все більше хвилюють державних політиків та експертів з міжнародної безпеки, особливо тих, хто стурбований майбутнім війни. Коли одна нація намагається отримати стратегічний вплив на іншу націю, підриваючи, саботуючи або підриваючи інформаційні системи, визначається нова форма війни — «інформаційна війна». Порівняно з іншими формами війни, інформаційна війна має кілька відмінних рис.

Сучасні вчені зазначають, що інформаційна війна — це термін, який має два значення: по-перше, вона впливає на цивільних осіб або військового персоналу в інших країнах шляхом поширення певної інформації.

Експерти також класифікували ознаки боротьби сьогодні:

- 1) Монополія професійних компаній на газети, журнали, радіо, телебачення та комунікаційні засоби;

- 2) засоби інформації та комунікації безпосередньо підпорядковані олігархічному капіталу;
- 3) державні органи публічно втручаються в медіасферу, забороняючи або незаконно обмежуючи свободу слова;
- 4) Кілька ЗМІ та інформаційних агентств домінують на світовому ринку новин;
- 5) монополізувати інформаційний простір країни чи регіону;
- 6) зростання розриву між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються, у забезпеченні інформаційно-комунікаційними засобами;
- 7) використання друкованими ЗМІ, радіо, телебаченням та інформаційними агентствами розвинених країн інформаційного забезпечення власної внутрішньої та зовнішньої політики на теренах інших країн;
- 8) публікацію низки матеріалів, спрямованих на дискредитування певної політичної сили, заходу, політика; створення негативного іміджу політичної сили, руху, державного діяча, значного заходу в країні – об'єкті інформаційної експансії [9, с. 472].

Сучасні глобалізовані суспільства змінюють роль держави, державної влади та системи державного захисту у військовому конфлікті. Згідно з нормами міжнародного права, держави є суверенними, що означає, що держави є остаточними арбітрами та посередниками суспільних відносин у межах своїх фізичних географічних кордонів. Держави мають право захищати свої кордони. Він використовує домінуючу владу для забезпечення виконання законів і міжнародної політики, а також для взаємодії з іншими країнами. Сьогодні з розмиванням поняття «суверенітет» держави втрачають ознаки державності у вигляді географічних кордонів. У статті 51 Статуту ООН виділено, що цей документ «одним чином не впливає на невід'ємне право на індивідуальну або колективну самооборону у разі збройного нападу на члена Організації» [6, с. 30].

Таким чином, принципи міжнародного права чітко вказують на збройні напади на територію і тому не мають чіткого зв'язку з можливістю широкого застосування цієї норми. Відсутній консенсус і серед зарубіжних дослідників у галузі міжнародного права. Тому американський вчений В. Юрчек вважає, що збройні атаки та інформаційні атаки мають різні властивості. Є лише одна конкретна, за яку інформаційну атаку може бути виправдана як засіб ведення війни – коли вона була загибелі людини. Кінетичну зброю можна вважати одиницею збройного нападу. Зміна парадигми виникає в тому, що зброя - це пристрої, призначені для вбивства або поранення людей або пошкодження та знищення власності, традиційно [47, с. 384].

Інший представник держави Д. ДіЧенсо трактував Статут ООН як міжнародний акт із широкими поняттями, що містять основні принципи права, які мають бути модифіковані відповідно до певних сучасних умов. Він згадується: Статут Організації Об'єднаних Націй передбачає відносини між націями у спільній багатонаціональній діяльності всіх видів, а не тільки під час війни. Статут 2, пункт 4 Статуту передбачає, що всі держав-члени Організації Об'єднаних Націй повинні Міжнародні відносини не повинна загрожувати силою або замінити силу, яка б зашкодила територіальній цілісності чи політичній незалежності будь-якої країни та будь-яким іншим чином відзначила цілями Організації Об'єднаних Націй [57, с. 12].

Висновки до 1 розділу

Отже, інформаційна війна є особливим викликом, що стоїть перед сучасною системою цінностей. Маніпулювання інформацією за допомогою психологічного впливу на супротивників давно стало тактикою ведення війни. Особливістю інформаційної війни є не лише використання новітніх засобів впливу, а й те, що вона є неконтрольованим ресурсом, а імперативно-регулятивна роль закону та поведінки слабка, тому ним маніпулюють за

допомогою неправдивої та активно спотвореної інформації. Сучасні глобалізовані суспільства змінюють роль держави, державної влади та систем державного захисту у військовому конфлікті. Згідно з нормами міжнародного права, держави є суверенними державами, що означає, що держави є остаточними арбітрами та посередниками суспільних відносин у межах своїх географічних кордонів. Сьогодні держави втрачають ключові ознаки державності у вигляді географічних кордонів і суверенітету. Інформаційна війна не зовсім нове явище, але її коріння сягає в давню історію.

Компонент повідомлення існує в антагонізмах давніх племен, релігій і націй. Проте, з розвитком технологій змінилися й засоби та інструменти ведення інформаційної війни. Тисячі років тому, коли слово використовувалося як засіб досягнення цілей інформаційного руху, вирішальним фактором стало те, що сучасними інструментами ведення інформаційної війни (операцій), окрім засобів масової інформації, стали програмне забезпечення та технічне забезпечення.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

2.1. Використання фейків та медіавірусів як інформаційної зброї під час російської агресії в Україні

Поняття медіавірусу має ознаки спеціального застосування, але в той же час воно не доведено жодною теорією та методом. Є багато прикладів успішної експлуатації медіавірусів, особливо інформаційної війни в соціальних мережах. Метою підробки є дискредитація відносин між країною-жертвою та її партнерами в різних сферах інформаційної війни.

Інформаційна зброя - це засоби знищення, спотворення або викрадення інформаційних масивів, вилучення необхідної інформації з розширених систем безпеки, обмеження або заборони законного доступу користувачів, втручання в роботу технічних засобів, паралізування телекомунікаційних мереж і комп'ютерних систем, забезпечення громадського життя та національних заходів [30, с. 101].

Одним із оригінальних інструментів інформаційної війни є використання медіавірусів. Медіа-віруси є носіями інформації (подій, чуток, діяльності організацій чи окремих осіб), передають приховані ідеї та інформацію в прихованій формі. Науковці виділяють декілька типів медіавірусів:

- навмисно створені медіавіруси, які свідомо кимось запускаються, щоб сприяти поширенню якої-небудь ідеї або ідеології;
- “віруси-тягачі”, які можуть виникнути спонтанно, але миттєво утилізуються зацікавленими групами з метою поширення власних концепцій;

- спонтанні віруси – народжуються та поширюються без конкретної мети, у разі успішності можуть бути використані для виконання певних завдань [51].

Найуспішнішими прихованими формами медіавірусів є події, винаходи, інноваційні технології, наукові теорії, філософські системи та культурні ідеї. Саме за допомогою цього формату найлегше проникнути в конкретне інформаційне середовище, не привертаючи суспільної уваги чи особливої підозри. В еволюції медіа-вірусу виник феномен медіа-активізму, особливої стратегії інформаційної війни, яку здійснюють окремі медіа-активісти або групи медіа-активістів. Метод медіа-активізму передбачає створення певних «гіпотетичних людей» або груп, які є авторами та несуть у світ предметний медіавірус. Такі кампанії спрямовані на досягнення соціального резонансу шляхом створення альтернативних джерел новин. Її проявами можуть бути блоги, потокове передавання, онлайн-петиції, відео- та аудіо опитування. Успішний медіа-вірус, який отримав широку підтримку користувачів, почав існувати відповідно до законів і принципів, притаманними внутрішньогруповому спілкуванню [74, с. 243].

Основна мета роботи медіа-вірусів — вивчення середовища, перевірка потенційних ефектів тих чи інших ідей та їх застосування, а також створення та консолідація власних інформаційних платформ для подальших атак. Найбільш агресивні дії мають вимушений характер і спрямовані на боротьбу зі «світовим злом» з метою захисту скривджених (наприклад, захист російськомовного населення Криму та Донбасу від «посягань» українських «фашистських націоналістів»).

На другому етапі поширення медіавірусів і фейків забезпечує створення атмосфери аморальності, створення конфліктних ситуацій, руйнування авторитету державної влади, нестабільність політичної ситуації (конфлікти, репресії, терор) простежується; провокування соціальних, політичних, етнічних,

релігійних конфліктів; масові протести та вуличні заворушення тощо. Медіавіруси можуть стати поштовхом до масових заворушень. У соціальних мережах роль медіа активістів відіграють тематичні групи або окремі блогери, які діють як своєрідні кібердиверсанти [29, с. 42].

Медіавірус можна визначити як інформаційний засіб, тобто психологічну атаку, яка має багатоваріантний характер, з типовими симптомами інформаційної війни другого покоління, з асиметричними елементами. За своїми характеристиками вони відповідають основним характеристикам інформаційної зброї. Окрім очевидних переваг медіа-вірусів, слід пам'ятати про певні технічні недоліки, які пов'язані насамперед із суб'єктивною природою явища. Сприйняття, підтримка чи ігнорування таких інформаційних повідомлень цілком залежить від індивідуальних реакцій кожного конкретного реципієнта. Варто також зазначити, що вірусний характер контенту в онлайн-соцмережах може бути неконтрольованим. За властивими законам і принципам внутрішньогрупового спілкування почав існувати успішний медіавірус, який отримав підтримку великої кількості користувачів. Крім того, в деяких випадках його рух здійснюється за принципами і механізмами ройового інтелекту, який спрацьовує як засіб саморегулювання інформаційних потоків у певних соціальних суспільствах, до яких також відносяться і соціальні мережі [18, с. 328].

Важливо відзначити, що формат медіавірусу є одним із найзручніших форматів для використання в рамках інформаційної війни в соціальних мережах. Його параметри і потенційні можливості за умов розумного використання спроможні давати ефект зброї масового ураження. Проте, непередбачуваність під впливом багатьох факторів іноді може зменшувати його потенційні можливості. Тому як перспективу подальшого розвитку даної теми ми визначимо необхідність дослідження факторів вірусної ефективності ЗМІ та умов її ефективного використання. Вважаємо, що найважливішими в цьому плані є психолого-медійна складові та специфіка ситуативного середовища [1, с. 159].

Фейк - це шахрайська, неправдива інформація, яка подається в засобах масової інформації про суспільні події, реальних людей або речі, явища під виглядом достовірного новинного матеріалу, зокрема спотворених новин, подій або новинного матеріалу, який містить неправдиву або спотворену інформацію, що дискримінує певну людину або групу осіб в очах аудиторії. У сучасних українських соцмережах дезінформація спрямована на дезінформацію, введення глядачів в оману, викликаючи негативні, а не позитивні емоції. Проблема фейкових новин є лише частиною глобальної проблеми дезінформації, яка існує вже багато років. Чутки, газетні «качки», інсинуації та свідомо брехня ходять з людством роками. З появою Інтернету, особливо соціальних мереж, проблема фейкового контенту досягла нових висот. Інтернет і соціальні мережі практично знищили стримуючий фактор для поширення фейків. Пропаганда, прагнення маніпулювати громадською думкою вкупі з легкістю виконання завдання їх поширення ще більше сприяє поширенню фейків [34].

В Інтернеті зросла кількість фейків або сміття – неправдива інформація, підкріплена фальшивими фотографіями, фальшивими відгуками та відео, найлегший спосіб поширити її в соціальних мережах. Популярність соціальних мереж не тільки зробила можливим миттєве поширення будь-якої інформації чи дезінформації, а й забезпечила прямий доступ до політичної, військової та інших еліт і лідерів громадської думки ворогуючих країн через їхні акаунти. Якщо додати, що соціальні мережі можуть майже ідеально маскувати поведінку дій психологічного впливу, то не можна заперечувати, що соціальні мережі є надзвичайно ефективним інструментом для ведення інформаційної війни [52, с. 286].

Термін «фейкові новини» трактується як повністю або частково вигадана інформація про суспільні події, явища, певних людей, яка подається в ЗМІ під виглядом справжнього новинного матеріалу. Вони часто мають гумористичний або сатиричний характер і покликані висміяти або привернути увагу до важливих

соціальних проблем або тенденцій. Тобто таке визначення фейкової інформації має позитивний і розважальний характер. Проте, у сучасних українських соціальних медіа фейкова інформація спрямована на дезінформацію, введення в оману аудиторії, що в результаті викликає не позитивні, а, навпаки, негативні емоції [64, с. 40].

Фейки – це оброблені в фотошоп фотографії, спеціально створені відео або написані або сфабриковані фейкові новини, які неможливо відрізнити від справжніх. Фейки також відомі як акаунти, створені вигаданими людьми в соціальних мережах, через які поширюється неправдива інформація. Основна мета фейкових новин як інструменту інформаційної війни – поширити підозри та переконати глядачів у правдивості наданої інформації. Завдання полягає в тому, щоб ввести аудиторію в оману; просувати власне бачення, політику чи позицію; спричинити напад; схилити позицію людини, щоб викликати у неї підозру; посіяти паніку; ; переконати аудиторію за допомогою вигаданих фактів; залякати аудиторію, тому найлогічнішим визначенням фейку є особливо спотворені новини, події чи новинні матеріали, які містять неправдиву або спотворену інформацію, що дискримінує певну людину чи групу осіб в очах аудиторії [71, с. 283].

Основна мета фейкових повідомлень – поширити підозри та переконати аудиторію в правдивості наданої інформації. Завдання полягає в тому, щоб ввести аудиторію в оману; просувати своє бачення, політику чи позицію; викликати напад; похитнути позицію людини до підозрілості; посіяти паніку; змінити усталену думку аудиторії; заохотити до певної дії; викликати увагу та інтерес аудиторії; переконати її з вигаданими фактами; дезінформація, медіа-віруси та шторми у Твіттері, такі як налякування глядачів, можуть створювати та посилювати інформаційний шум – невідфільтрований потік інформації, у якому корисність отриманих даних пропорційна кількості даних; супутні або вторинні, нерелевантні інформація, яка замінює первинну інформацію. За наявності

інформаційного шуму важко приймати раціональні рішення через швидке зростання кількості надлишкової інформації. Складність полягає не в тому, що інформація отримана, а в можливості її якісної обробки [53, с. 138].

Фейки є різними за формами, методами передачі, змістом, тому виникла потреба їх класифікувати. За методом поширення фейки є: фейки масмедіа (які створюють спеціально для ЗМІ й через них поширюються); мережеві чутки (поширення чужої вигадки через соціальні мережі). За формою розрізняють: фотофейк, відеофейк і фейковий журналістський матеріал.

За своєю природою фейкові новини також вважаються новинами. Але вони розраховані на привернення уваги і містять частково або повністю неперевірену інформацію. При поширенні такої інформації завжди враховується рівень свободи людей, що підвищує ефективність фейків. Зрештою, перемога фейкових новин – це здебільшого їх перевага над справжніми новинами. На відміну від традиційної, офіційної, егоїстичної, сухої, заснованої на фактах інформації, дезінформація за своєю суттю приваблива і вміє викликати інтерес людей, характеризується своїм творчим і сенсаційним відчуттям. Цікаво, що останнім часом у суспільстві споживачів контенту щодо перевіреної офіційної інформації поширена думка, що правда не до кінця розкрита і щось приховується. Звісно, винні в цьому й самі ЗМІ та соціальні мережі, які висвітлюють певні події однобічно або замовчують певні факти, хоча люди самі були свідками описаних подій або дізналися з достовірних джерел [68].

Завдяки розвитку Інтернету, особливо соціальних мереж, фейкові новини стали одним із видів інформації, що сприяє зростанню аудиторії. Автори фейкових новин не аналізують те, що відбувається, а фабрикують новини в контексті реальних, але нудних подій або використовуючи нестандартні прийоми. Найпопулярнішими методами розповсюдження таких новин можна вважати залякування, переконання, однобічне висвітлення та спотворення фактів, надання непотрібної інформації. Якщо традиційні новини зазвичай

нецікаві та мають багато аргументів, то фейкові новини починаються з цікавих фактів. Цікаво, що 90% постійних читачів пропускають традиційні новини і зосереджуються на привабливій нестандартній інформації. Кожна новина має свою мотивацію, тому дослідник Д. Лавникевич виділив такі мішені для створення фейкових новин:

– Випадково створив неправдиву інформацію. Їхнє джерело — редакторська недбалість, редакційний поспіх, друкарня та некомпетентність. Вони виникають або через поспіх редакторів оприлюднити цифри, матеріали, або через некомпетентність ЗМІ.

– Фейк, створений у рамках інформаційної війни. Прикладом тому є українсько-російська війна, яка особливо загострилася через недостовірну інформацію, що генерується на телебаченні, в Інтернеті та соціальних мережах[].

– Неправдива інформація, яка генерується бізнес-структурами. У цю групу входять псевдонаукові фірмові розробки. Щоб отримати ефективні слогани, бренди часто вдаються до «досліджень», і в результаті лінійка продуктів набуває популярності завдяки неправдивим описам завдяки своїм чудовим характеристикам. До цієї групи також відноситься піар-обладнання. - Фейки, створені для залучення читачів. Такі настрої включають фальшивий гумористичний матеріал зі злим умислом. З цією метою ЗМІ свідомо поширюють неправдиву інформацію та посилаються на власні надійні джерела. Фейкова інформація, виготовлена для невідомих цілей. Ця категорія включає «жовту пресу», включаючи неточну, перефразовану або неправдиву інформацію, яка найчастіше поширюється з метою розваги [26, с. 14].

Згідно з класифікацією дослідників, виділено сім категорій фейкових новин, а саме:

- Розважальні фейкові відео (пародія чи сатира);
- Фейкові публікації з оманливими посиланнями. Ця група включає непов'язані між собою заголовки, матеріали, текст і зображення;

- Неправдивий зміст. До цієї групи відноситься неповна, спотворена або неправдива інформація, яка використовується для дискредитації фактів, подій, осіб;
- Контент «самозванець». По-справжньому надійні джерела інформації видаються виключно фейковими;
- Фейкові ситуації. Такі подробиці відображають реальний зміст, наповнений неправдивою контекстною інформацією.
- Підроблений зміст. Це класичні фейкові новини – абсолютно неправдива інформація, покликана ввести одержувача в оману або заподіяти йому біль;
- Маніпулятивний зміст. Інформація (справжня чи підроблена), призначена для маніпулювання. Такий зміст можна підкріпити підробленими фотографіями чи відео.

Слід підкреслити, що фейкові новини можна розглядати з точки зору їх тривалості, а саме:

- короткочасні фейки (їх зазвичай публікують в Інтернеті від кількох годин до кількох днів, а потім швидко розвінчують);
- довготривалі термін фейки (можуть існувати протягом року) .

Відповідно до вищенаведеного фейки можна поділити на:

- усні (текст та його підписи);
- багатокодові (ті, що містять невербальні засоби - фотографії, зображення, малюнки, карикатури тощо).

Прийнято розрізняти п'ять основних видів фейкових новин:

- Підроблені фотографії, опрацьовані у спеціальних комп'ютерних програмах (фотошоп) з метою підвищення їх достовірності;
- Відеоролики, змонтовані з наявного вихідного матеріалу, але не в той час і не в тому місці, яке вони покликані фальсифікувати;

- Будь-які фальшиві новини, як правило, мають не автентичну відео ілюстрацію;
- Профілі у соціальних мережах, створені від імені інших людей з використанням фотозображення іншої людини;
- Фальшиві акаунти у твіттері (часто від імені відомої особи) [2, с. 34].

Найбільше дезінформації генерується на сайтах сепаратистських видань, які фактично створені для поширення дезінформації. Кожна 10 новина на інформаційних сайтах «ДНР»/«ЛНР» є фейковою. Про це свідчать результати моніторингу онлайн-версій окупованих територій Донецької та Луганської областей України ГО «Інститут популярної інформації» (ІМІ). Моніторити вісім найпопулярніших інтернет-сайтів «ДНР» і «ЛНР». Дослідження проводили експертизу ІМІ в період з січня по лютий 2017 року. Було оцінено 2097 статей, опублікованих у період з 18 по 25 січня 2017 року [61, с. 588].

Основними структурними елементами цієї війни є образи, які не існують у реальності. Яскравими прикладами цих елементів є: «Фашисти в Києві», «Звірства в злочинних концтаборах», «Розіп'ятий хлопчик», «Українці заборонено зброю». Стратегічною метою використання залізничної інформації є заміна об'єктивного виявлення цільової групи про природу конфлікту «інформаційними фантомами», якого потребує агресор». Підміна понять, значень призвели до того, що цей метод гібридної війни ділить український народ на антипутінські та пропутінські сили (мотивації, такі як егоїзм, прагнення до легких грошей, пограбування тощо).

Помилковим стереотипом є те, що дезінформацію поширюють лише проросійські ЗМІ. Українські сайти також часто тиражують недостовірну інформацію. Один із найвідоміших прикладів дезінформації, опублікований 31 травня 2017 року, набув широкого розголосу в суспільстві про те, що українці, які беруть участь у конфлікті на Донбасі з обох сторін, не перетинають кордон з Польщею. 11 червня. Водночас основним джерелом є зображення, яке імітує

повідомлення на твіттер-профілі МЗС Польщі від 29 травня 2017 року, а посилання на це «повідомлення у Твіттері» взагалі не існує.

Виявляється, головним розповсюджувачем цього фейку є користувач, який тільки 31 травня 2017 року в блогах на деяких українських сайтах під ніками Антон чи Антін Залізняк, і не забув сказати, що він нібито «Менеджер зі Львова». 16 лютого 1981 року народження». Новина миттєво поширилася на блогерській платформі українського сайту [56, с. 26].

Привернула увагу і дезінформація про створення «Буковинської автономії». У деяких ЗМІ з'явилася інформація про те, що "Конгрес румунів Буковини" закликав президента Порошенка надати територіальну автономію компактним румунам Чернівецької області. Насправді такої організації не існує. Ці матеріали фактично використовують пропагандистськими ЗМІ для створення негативного міжнародного іміджу України та розпалювання сепаратистських настроїв, спрямованих на порушення територіальної цілісності та недоторканності України, зміни меж її території, дестабілізації суспільно-політичної обстановки в державі.

Кілька років тому світ не до кінця усвідомлював масштаби загрози, яка стає дезінформацією про його територію. Але небезпека зараз очевидна майже всім і вимагає контрзаходів у боротьбі з дезінформацією. Фейкові новини заповнюють весь інформаційний простір українського медіа-простору, тим самим справляючи значний негативний вплив на користувачів соціальної мережі [70, с. 534].

На жаль, люди не завжди можуть відрізнити неправдиву інформацію від правдивої, а також спотворену інформацію від правдивої. Серед заголовків новин також є матеріали, розміщені на сторінках фейкових видань, які вразили користувачів або заплутали їх заголовки. Вони привертають підвищену увагу та інтереси з боку користувачів, які далі поширюють дезінформацію, сподіваючись охопити більшу аудиторію, діляться нею з друзями в соціальних мережах і таким

чином стають інструментом пропаганди. Водночас суспільство використовує будь-яку можливість для боротьби з поширенням неправдивої інформації. У Європейському Союзі у квітні 2015 року у відповідь на рішення, ухвалене на засіданні 19-20 березня 2015 року, була створена оперативно-оперативна група зі стратегічних комунікацій (East StratCom Task Force). Група має на меті підтримувати делегації ЄС в Азербайджані, Вірменії, Білорусі, Грузії, Молдові, Україні, Росії та публікувати щотижневі збірки дезінформаційних матеріалів, які поширюють прокремлівські та російські незалежні ЗМІ, а також презентації на тему «Основні тенденції російської соціальної сфери». мережі, про які повідомили члени групи Impersonation Detection Network. 23 листопада 2016 року депутати Європарламенту прийняли резолюцію «Стратегічна комунікація в ЄС як протидія пропаганді третьої сторінки», яка містить положення щодо боротьби з пропагандою проти ЄС, Резолюція була схвалена 304 голосами проти 179 (208 утрималося) [73, с. 13].

Телебачення на сьогоднішній день набуло величезної сили, але фейки з'явилися з двох причин: неуважність, необґрунтована інформація, некомпетентність журналістів і визначальний вплив влади на інформаційну політику електронних ЗМІ країни. Неправдивий репортаж першого російського телеканалу про нібито розп'ятого бійцями ЗСУ хлопчика став класикою, але: 1) він може з'явитися лише в рамках нестримної пропагандистської кампанії російських ЗМІ проти України; 2) такий матеріал може з'явитися лише на пряме розпорядження вищого органу. Український телеканал "5 канал" опублікував фото, на якому нібито видно зміни в російській армії. Таке ж фото оприлюднив російський "Телеканал 24" зі словами "Українські карателі розстрілюють своїх громадян". Але, за словами швейцарської журналістки Джини Луїзи Мецлер, фотографія була зроблена Al Jazeera «під час ізраїльсько-палестинського конфлікту. Проте кількість дезінформації з російських телеканалів та Інтернет-

джерел вражає: режим Путіна веде справжню інформаційну війну проти України за допомогою російських ЗМІ [39, с. 212].

Українське телебачення у будь-якому випадку допускає висловлювання власних поглядів проти інших учасників шоу (якщо діалог відбувається в студії), тобто твори, що виражають свободу слова, тому громадяни України можуть вільно поширювати інформацію, яку вважають за потрібну, знаючи, що це їхнє право і вони не будуть за це покарані. На російському ТБ це неможливо: кожне слово піддається цензурі, а люди, навчені на вулиці, відповідають на запитання, «прямо спілкуючись». Ще один фактор: у Російській Федерації всі ЗМІ жорстко контролюються державними інституціями, до того ж концентрація влади перевищує будь-яку монархію. Наприклад, справа Катерини Вологженінової в Залізничному суді Єкатеринбурга, в ході якої остання була засуджена до 320 годин примусових робіт і знищення ноутбука і комп'ютерної «мишки» за ретвіти про Україну в соцмережі «ВКонтакте» для отримання «лайків». "для вільної діяльності. У репостах: Мультфільм про людину, яка візуально нагадує Путіна, події на Донбасі тощо, повсякденні справи простих користувачів українських соцмереж. У Росії громадянам заборонено висловлювати свою думку в соціальних мережах, навіть на вулиці. Часто можна помітити, що журналісти ставлять пересічним перехожим провокаційні запитання з політичним підтекстом, на які бояться відповідати. Тобто люди розуміють, що можуть відповідати перед законом, якщо їхні слова «заслати не туди», змусивши приховати свої справжні погляди [50, с. 163].

2.2 Маніпулятивний вплив на громадську думку як головне завдання фейкової інформації

У сучасному інформаційному світі засоби масової інформації відіграють важливу інформаційну функцію в суспільстві. З розвитком засобів масової інформації посилюється і їх вплив на свідомість людей. Засоби масової

інформації можуть впливати на всі сторони суспільного життя, оскільки є не лише каналом висвітлення громадської думки, а й засобом формування громадської думки. В умовах інформаційного суспільства та глобалізації ЗМІ є не лише основним органом впливу на суспільну свідомість, а й інструментом, який безпосередньо формує суспільну свідомість. Починаючи з формування порядку денного – визначення важливих і другорядних тем, явищ, подій, які має обговорювати суспільство, до заданого змісту – актуальності чи легковажності, пафосу чи іронії тощо. З розвитком інформаційно-комунікаційних технологій ЗМІ стрімко вдосконалюють методи і прийоми створення бажаних образів описуваних явищ, поки не сформується картина світу. Як писав А. Моль, мас-медіа буквально контролюють всю нашу культуру, пропускаючи її крізь фільтри, виділяючи окремі елементи з безлічі культурних явищ і надаючи їм особливої ваги, підвищуючи цінність одних ідей і знецінюючи інші. ідей, тим самим поляризуючи всю культурну сферу. Те, що не потрапляє в канали масової комунікації, сьогодні мало впливає на розвиток суспільства [19, с. 32].

Маніпуляція громадською думкою є однією з найбільших проблем сучасного світу, особливо в умовах інформаційної війни, вона все одно сильно впливає на людське мислення. Жорсткість маніпуляції прямо пропорційна руйнівним наслідкам технології маніпулювання в суспільстві, що проявляється в руйнуванні прийнятих моральних норм, трансформації цінностей та ідеалів, поширенні насильства та жорстокості.

Проблема лежить у горизонталі різних галузей знання (етика, політологія, культурологія, соціологія, психологія), тому всі її аспекти розглядаються так широко: від товарного фетишизму до сугестивної психології, від популярної культурної специфіки. впливу використання людьми соціальних інформаційних технологій як засобу маніпулювання громадською думкою. Коли йдеться про феномен маніпуляції, багато дослідників у країні та за кордоном використовують його, щоб зрозуміти прихований психологічний вплив відправників повідомлень

на одержувачів, щоб змінити їх поведінку та наміри. Оскільки реципієнт часто навіть не усвідомлює ефекту, його поведінка часто не відповідає його власним бажанням. Однак процес маніпулювання є складним і не може бути оцінений у рамках дихотомії «хороший-поганий» [3, с. 19].

З психологічної точки зору, «маніпуляція — це штучне створення суб'єктом ілюзій навколишньої (або про себе) дійсності, які сприймаються іншими суб'єктами та виробниками ілюзії». властивості особистості, особистість схильна до самообману та помилок, на цьому частково будується структура особистості. Розвиток потенціалу дозволяє людині залишатися незалежною навіть у стресових ситуаціях. Без цієї здатності вона стає пасивною або агресивною істотою.

Фейки використовуються як потужний засіб маніпулювання суспільною репутацією. Це відбувається тому, що прямий ідеологічний тиск на реципієнтів сьогодні відбувається набагато рідше, ніж раніше, а для «ненав'язливого нав'язування» використовуються інші засоби, переважно маніпулятивні. На жаль, споживачі інформації завжди не в змозі відрізнити правду від неправди, пропаганду від справжньої інформації. Серед заголовків новин також є медіаконтент, розміщений на сторінках фейкових видань, щоб вразити та шокувати користувачів заголовками. Вони привертають більше уваги та інтересу, і далі поширюють неправдиві новини, діляться ними з друзями в соціальних мережах, сподіваючись залучити більшу аудиторію, стаючи таким чином інструментом пропаганди[59, с. 16].

У цивілізованому світі поширення інформації в комунікаційному просторі є впорядкованим. Будь-яке порушення цього порядку породжує інформаційний конфлікт, що призведе до виникнення інформаційної війни. Особливо, якщо такі порушення вчинені навмисно. Тому основним завданням інформаційно-комунікаційної системи є отримання, обробка та передача інформації від одержувача до одержувача. Будь-яка інформація має свої позатекстові параметри

- прихований текст і контекст. Ці параметри впливають на сприйняття глядачем інформації, що передається. Сприйняття інформаційного змісту є складним психофізичним процесом. У цьому контексті вітчизняний вчений Г. Почепцов розглядає інформацію як асиметричний об'єкт. На думку вченого, інформація має два основні виміри: «З одного боку, вона не є незалежною, тому що кожного разу нас цікавить, що за нею стоїть – об'єкт чи ситуація. Тобто інформація в структурі асиметрична. З іншого боку, інформація не існує сама по собі, а лише в процесі збирання, генерування, поширення та аналізу» [72, с. 183].

Іншими словами, процес інформації завжди є взаємодією свідомості, що передає, і свідомості, що приймає. Тому будь-яка об'єктивність повідомлення не повинна бути проблемою. Як би суб'єкт дискурсу не приховував форму інформації, вона непомітно існує в дискурсі. Ця форма починається з фактів, вибраних для повідомлення, і закінчується контекстом, який відстежується в тексті.

Світовий досвід довів, що перемога у війні залежить не лише від найсильнішої країни, але й головне від стабільної країни. Першочергова роль у будь-якій війні залежить не тільки від матеріального оснащення збройних сил, а й від моральних факторів – стійкості та мужності тих, хто відстоює високі духовно-моральні ідеали. Часто конфлікт на полі бою супроводжується конфліктом ідей. У військового протистояння є вічний супутник – інформаційна війна. Світовий досвід показує, що в остаточній перемозі над ворогом величезну роль відіграють інформаційні ресурси – вони позитивно впливають на суспільство, цілеспрямовано формують суспільну свідомість, позитивно впливають на прийняття державним апаратом необхідних рішень, відіграють певну роль у стимулюванні суспільства. Роль полягає в тому, щоб зробити певну дію, яка об'єднує (або роз'єднує) аудиторію. Інформаційна війна має свою тактику і специфічні прийоми впливу (позитивного чи негативного) на масову аудиторію. Г. Почепцов підкреслює: «Інформаційна цивілізація, до якої

переходить людство, зробила інформацію своїм базовим товаром. Сьогодні громадська думка стало одним з істотних факторів, які впливають на прийняття рішень» [36].

Учений звернув увагу на два важливі процеси. По-перше, відбувається формування постіндустріального суспільства, яке має всі ознаки інформаційного суспільства. По-друге, те, що інформатизація стала товаром, стало характерною рисою інформаційного суспільства, яке сьогодні активно використовує громадську думку як засіб досягнення конкретних цілей. Ці два явища тісно пов'язані. Найважливішою функцією інформаційного процесу, що відбувається у світі, є формування, формування та вираження громадської думки. ЗМІ, які оперують великою кількістю інформації, намагаються використовувати цю інформацію, щоб активно впливати на аудиторію, дозволяти аудиторії брати участь у діалозі, використовувати цю інформацію для створення простору для громадської думки. Громадська думка впливає на владні структури, з одного боку, а владні структури, з іншого боку, використовують свої ресурси для порад і владних дій, щоб спонукати суспільство звернути увагу на дії державних інституцій, сприймаючи їх як належне. Тому найважливішим фактором оновлення реального світу стає інформація [65, с. 3].

Парадокс сучасних інформаційних війн полягає в тому, що вони призводять до деперсоналізації особистості, роблять її творчо недієздатною. Інформаційна війна принципово деструктивна, руйнує людську індивідуальність. Ми поділяємо маніпуляції на три рівні: перший рівень зміцнює необхідні концепції, установки, мотивації, цінності та норми, які існують у свідомості людей. Другий рівень пов'язаний з приватними, невеликими змінами в уявленнях про ту чи іншу подію, процес, факт, які також впливають на емоційне і практичне ставлення до того чи іншого явища.

Третій рівень – через об'єктивне, сенсаційне, незвичайне, драматичне, надзвичайно важливих для нього даних. Такі градієнти частково умовні:

незрозуміло, де межа між невеликою зміною людської свідомості та фундаментальним зрушенням. Природно припустити, що ці зміни відбудуться не відразу, а досить тривалий процес. Люди за своєю природою водночас цікаві та недовірливі. У минулому вона спочатку повірила у факти, явища та процеси, які бачила на власні очі. Але також відомо: велика брехня може мати величезний вплив на свідомість людини, тому свідомість людини може дуже швидко кардинально змінитися. Особливо, коли недостовірна інформація приходить із застереженнями – «швидше за все», «імовірно», «може припустити» тощо. З огляду на все це можна припустити, що інформаційний простір має досить жорсткі важелі управління: його існування моделюється, коригується та управляється за допомогою наперед встановлених принципів і методів впливу на громадську думку. У разі нестабільності інформації громадська думка має тенденцію вироджуватися та втрачати свою первісну спільність, що спричиняє глибоку геополітичну, соціально-економічну та гуманітарну кризу, що призводить до виникнення інформаційної війни. При цьому порушуються основні функції інформаційного простору – інтеграційна, комунікаційна, соціокультурна, геополітична [79].

Інформаційний конфлікт можна визначити як найзагальнішу категорію суспільних відносин: Інформаційний конфлікт може включати будь-яку форму соціальної та політичної конкуренції, у якій засоби та методи інформаційно-психологічного впливу є пріоритетними для отримання конкурентної переваги. Поняття інформаційно-психологічного конфлікту включає всі конфліктні ситуації. Одним із засобів ведення інформаційної війни є інформаційна війна та психологічна війна. Іншими словами, психологічна складова поняття «інформаційна війна та психологічна війна» підкреслює ту роль, яку відіграють психологічні впливи у вирішенні конкретних завдань у ситуаціях активного протиборства між конкуруючими суб'єктами. Психологічний вплив - це шлях до стресу, шлях до порушення звичних стосунків, шлях до порушення діалогу між

суб'єктами, які передають і сприймають свідомість. Усе це вносить невизначеність у поведінку іншого та руйнівню впливає на психіку людини. У сучасній фаховій літературі описані декілька видів маніпуляцій:

- економічні маніпуляції, з максимально об'єктивним розмахом - від маніпулювання цінами, маніпулюванням валютним курсом до маніпулювання біржовим курсом;
- оволодіти маніпулюванням інформацією у сфері масової комунікації. На відміну від економіки, маніпулятивне управління потоком інформації майже повністю неконтрольоване. На рівні національних комунікаційних каналів успішно задіяли високопосадовці, які розглядають маніпуляції як органічний і необхідний елемент політики та управління. На рівні приватних ЗМІ недоречно, щоб власники газет, телеканалів та інтернет-сайтів розробляли сценарії, які звинувачують журналістів у грі з інформацією; - адміністративні маніпуляції з метою отримання влади під час виборів;
- вербальна маніпуляція, яка використовується як один із інструментів інформаційного маніпулювання. Від обраної презентації залежатиме ставлення громадськості до події та її реакція на неї. За наявності кількох альтернативних джерел інформації та залежно від різних об'єктів мовні маніпуляції виявити неважко, але споживачі, як правило, консервативні й легко стають жертвами маніпуляторів;
- рекламна маніпуляція, заснована на поєднанні економічної, інформаційної та мовної маніпуляції, спрямована на отримання конкретного економічного прибутку;
- міжособистісна або сімейна маніпуляція, яка спрямована не проти мас, як раніше, а проти однієї людини (або кількох осіб), що проявляється у формі домашнього та корпоративного насильства.

- враховуючи багатоаспектність досліджуваних явищ, існують різні способи визначення поняття «маніпуляція». За визначенням російського політолога Г. Грачова, поняття маніпуляції – це визначення загального способу соціальної взаємодії та управління, спрямованого на активне використання прихованого примусу всіх видів. Використання цього загального підходу до засобів масової комунікації та до політичного процесу передбачає дії, спрямовані на планування думок, намірів і цілей мас і стану свідомості населення.

Кінцевою метою такого роду дій є контроль за популяцією, В. Авченко визначає політичну маніпуляцію як таємне управління політичною свідомістю та поведінкою людей з метою примусити їх діяти чи не діяти в інтересах маніпулятора, нав'язати волю маніпулятора та маніпулювати у формі неявного впливу . Маніпуляція розумом - це цілеспрямований і відповідний вплив на розум, емоції та свідомість людини, зміни та управління її ціннісними орієнтаціями, формування штучних потреб, мотивів, емоційного настрою для зміни поведінки цієї ж особистості в інтересах ініціатора маніпулятивного впливу [22, с. 136].

Маніпуляція, за визначенням С. Кара-Мурзи, це спосіб управління шляхом психічного впливу шляхом програмування поведінки людей. Цей вплив націлений на психологічну структуру людини та має прихований характер із завданням змінити думки, мотивацію та цілі людей у правильному напрямку. При цьому під маніпулятивною поведінкою слід розуміти специфічний вид соціальної активності, внутрішньою мотивацією якої є зміна цінностей широкої громадськості на користь споживачів-маніпулятивів. Наслідки маніпуляційних практик на першому етапі важко визначити, оскільки мета маніпуляцій — створити в людини ілюзію того, що вона добровільно обирає та отримує вигоду.

Під маніпуляцією О. Філатов пропонує розуміти такий психологічний вплив на людину, який вона не завжди усвідомлює і спрямований на виклик

бажаної реакції (думки, почуття, дії) маніпулятора (або його клієнта) і не буде послідовним. з об'єктивними інтересами людей, якими маніпулюють, або безпосередньо їм суперечитимуть.

Таким чином, проаналізувавши наведені визначення, можна зробити висновок, що маніпуляція може мати непомітні ефекти, контролювати волю, почуття та емоції суб'єкта впливу, шляхом прихованого програмування думок, намірів, установок і дій, дозволяючи йому входити в Інертний стан. стан; приховування правдивої інформації від нього; ініціювання поведінки суб'єкта шляхом введення в оману або впливу на його можливі слабкості. Зважаючи на описані вище різноманітні ефекти маніпулювання, окреслимо сферу нашого дослідження через маніпулювання типами мови та інформації, насамперед через дослідження матеріалів ЗМІ, які безпосередньо впливають на свідомість людей і формують їх ставлення до світових подій. Актуальність таких досліджень залежить від нагальної потреби, визначеної в контексті розв'язаної Україною інформаційної війни, що підтверджено деякими нещодавніми науковими дослідженнями, спрямованими на аналіз російських інформаційних кампаній в Україні експертами з країн НАТО щодо маніпулятивних технік російської інформаційної [44, с. 348].

Що стосується військової агресії Російської Федерації проти України, як одного з напрямків інформаційної війни, агресори використовували засоби масової інформації для ведення воєнної пропаганди, насамперед для формування сприятливого іміджу України. Російська Федерація в іноземних ЗМІ. Тому дослідження «Нове покоління російських воєн», проведене американським дослідницьким фондом «Потомак» під керівництвом його голови доктора Ф. Кабера, авторитетного експерта в галузі міжнародної безпеки та військової стратегії. І уроки «гібридної війни», важливою складовою якої є безпрецедентна за змістом, масштабом і спрямованістю пропагандистська кампанія Росії проти України:

- по-перше, інформаційна війна почалася задовго до військової агресії Росії проти України і продовжує супроводжувати її на різних етапах, задалегідь адаптуючись до сучасних цілей і завдань;

- по-друге, інформаційно-пропагандистські та дезінформаційні проекти, акції та заходи мають різні цілі та завдання відповідно, орієнтовані на всі верстви населення та всі регіони України, а також населення Росії та західних країн;

- по-третє, головною метою української інформаційної війни є ліквідація державності України;

- по-четверте, у Росії – отримання підтримки населення для виправдання дій керівництва Росії; для країн Заходу – дискредитація дій керівництва України та її Збройних сил [32, с. 206].

У психологічних операціях, які проводили агресори, використовувалися ретельно відібрані меседжі для різних цільових аудиторій (для «споживання» всередині Росії, для українського суспільства або для меседжів і психологічних середовищ, спрямованих на знищення західноєвропейського та американського суспільства). Кремлівська пропаганда малює Україну українцям і західному суспільству як невдалу державу, уражену корупцією, хаосом, імміграцією та бідністю.

Робляться спроби проникнути в підтекст, спрямований на заперечення легітимності української держави, її «штучності» як самостійного утворення і, отже, природності її існування в російському проекті. В інтерактивному обміні прямий аргумент розглядає Україну як невдалу державу – країну, яка є недостатньо легітимною через колапс державної влади; «404 країна» – тут натякає на стандартний код відповіді протоколу HTTP, який сервер не може знайти відповідно до даних запиту: «помилка 404» або Not Found («не знайдено»).

Як приклад використання засобів інформаційно-психологічного впливу в Російській Федерації можна навести прийоми маніпулювання російськими виданнями: створення інформаційних хвиль, побудова асоціацій, анонімний

авторитет, принцип контрасту, коментування, риторичне запитання, констатація фактів, класифікатори, вибіркова правда, неправдива інформація тощо. Ці методи були виявлені та проаналізовані в рамках проекту «Іноземні медіа в фокусі України», який реалізується Службою інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади та Національною юридичною бібліотекою НБУВ. Метод анонімного авторитету передбачає використання таких фраз: «У авторитетність авторитетних джерел», «Вчені встановили», «Дослідження незалежних експертів свідчать». Тобто, в принципі, посилання на авторитети, а не самі імена повинні керувати сприйняттям читачів достовірності інформації [77, с.85].

Повсякденні сюжети використовуються для адаптації людини до інформації явно негативного характеру, яка може призвести до відмови від змісту, наприклад, у репортажі про «черговий конфлікт з бойовиками та людьми, які внаслідок цього загинули» без відповіді. емоційний аспект, використовуйте слова, щоб підтвердити, що це трапляється часто, вони не є чимось особливим. Навпаки, цей метод використовує методи, які створюють емоційний резонанс. Він базується на основному правилі пропаганди: апелювати не до розуму, а до людства. Якщо на радіо і телебаченні на настрої в основному впливає тон ведучого, то в газетах використовуються «свідки» і «класифікатори слів». Розповіді очевидців - це часто дуже емоційні інтерв'ю або просто відповіді на питання журналістів на місці. При цьому природним чином відбувається певний відбір інформації, що надходить, що сприяє обґрунтуванню журналістської гіпотези і часто відповідає ідеї друкованого видання [48, с. 384].

Класифікатори - найпоширеніше явище не тільки в газетах, але і в будь-якому ЗМІ. «Класифікатори» — це «слова запаху» будь-якої інформації, їх використання надає текстовій інформації емоційного характеру, як для вираження власного ставлення до події, так і для використання контрастних слів для формування негативної позиції конкурента. Для більш чіткого визначення

власних бажань і сподівань використовується підхід фактоутворення. Цей метод також можна використовувати для позиціонування себе та своїх конкурентів.

Для посилення ефекту довіри можна звернутися до експертів, соціологічних досліджень тощо: «Результати соціологічних досліджень підтверджують, що наша партія цього року набрала не менше 30% голосів виборців» Вищенаведений прийом доповнюється ореолом ефект і ефект первинності. Природу ефекту гало можна виразити двоюко:

- «поруч – значить разом» (часто використовується маловідомими особами, які бажають підвищити свою значимість, частіше з'являючись на фотографіях і в повідомленнях поруч із відомими, шанованими людьми);

- «Людина, ефективна в одній сфері, однаково дієва в іншій» (таке тлумачення часто використовується для виправдання кадрових змін у міністерствах, урядах тощо). Основною функцією є першочергове визначення пріоритетності отриманої інформації, коли вона отримує суперечливу інформацію, яку важко перевірити. Ось чому друковані видання та новинні організації прагнуть отримати інформацію завчасно та охопити широку аудиторію [60, с. 282].

Емоційний резонанс – це спосіб створення певного настрою серед широкої аудиторії з донесенням до неї рекламного повідомлення. Це усуває психологічний захист, створений людиною на психологічному рівні, свідому спробу захистити себе від «промивання мізків» пропаганди чи реклами. Якщо пропагандистський вплив на людину відбувається на емоційному рівні і знаходиться поза її свідомим контролем, то жоден раціональний контраргумент у цьому випадку не спрацює.

У Російській Федерації можна виділити такі основні інструменти інформаційно-психологічного впливу: спотворення фактів, активне використання аргументів про націоналістичне (радикальне), «фашистське» українське суспільство, що є дуже ефективним для західної аудиторії (у питаннях фашизму

та відродження антисемітизму) історично особливо чутливі для європейських суспільств виступи); публікація та відтворення фальсифікованих фото- та відеоматеріалів; знімки, зроблені в інших військових умовах, кадри з художніх фільмів, які видаються доказами «каральної» операції української армії. Героїчність російської армії. Особливо загрозливою є тенденція до винесення теми можливого застосування Росією ядерної зброї в дискусію ЗМІ, перенесення дискусії на рівні «побуту». Засоби масової інформації обробляють інформацію, і саме контроль цієї інформації дає змогу маніпулювати масовою свідомістю, створювати в ній моделі, які благотворно впливають на теми реального світу, і вирішувати найбільш актуальні проблеми сьогодення. Феномен медіасвідомості (тобто обізнаності, заснованої на хибних цінностях, маніпулятивних інтерпретаціях, подвійній моралі) штучно створюється, коли реальність, яку надають ЗМІ, відрізняється від справжньої. Громадська думка сильно спотворена медіа свідомістю [38, с. 776]. Західні ЗМІ, висвітлюючи події в Україні, використовували більш вільну, лаконічну мову, максимально наближену до розмовного стилю. У західних ЗМІ часто з'являються критичні матеріали чи аналітичні статті. ЗМІ у великих країнах давно відмовилися від функції пропаганди. Етичних статей стає все менше. У російських ЗМІ більшість матеріалів – суб'єктивні коментарі російських політиків чи редакційних журналістів. Зазвичай більшість проросійських ЗМІ, які висвітлюють ситуацію в Україні, повідомляють про реальні новини чи події, але за допомогою емоційного стилю та відповідних «експертів» спотворюють їх.

У сучасному світі інформаційних технологій моніторинг та аналіз іноземних публікацій є дуже важливими для інформування процесу демократизації. Вивчення змісту, стилю та оцінки аналітичних матеріалів видань дозволяє виявити методи маніпулювання та проаналізувати, як країну сприймають у світі, зокрема приймати найкращі управлінські рішення, коригувати іміджеву політику та таким чином впливати на неї. Цільова

аудиторія, погляди та вподобання тощо. Використання російською владою інформаційної війни або дезінформації відрізняється від традиційних форм пропаганди. Його мета — не переконати чи довести, а підірвати та дискредитувати. Слід зазначити, що українські та іноземні ЗМІ досить повільно реагують на інформаційно-психологічну агресію з боку Російської Федерації та не завжди реагують на конкретні виклики [27, с. 271].

Проводиться детальний аналіз маніпулятивних технологій, які застосовуються в ЗМІ з метою подальшого впливу на думку громадян. У нашому випадку це Інтернет-видання, що містить у собі: періодичні газети, журнали, радіо та телебачення, аналітичні видання зарубіжної преси. Інтернет є найшвидшим способом комунікації у сучасному житті, але в той же час і дуже небезпечним, тому що має велику кількість різної інформації, яка може вплинути на нашу свідомість.

Висновки до розділу 2

Головна небезпека інформаційної війни для України – це її інформаційно-комунікативна природа, яка через пропаганду в інформаційній сфері вводить суспільство в оману, створюючи тим самим неправдиву картину реальності. Люди легко втрачають орієнтацію на реальність і все більше приваблюють фейки. Основними «помічниками» країни-агресора є ЗМІ, Інтернет, телебачення та радіо, соціальні мережі тощо. Вони допомагають російським політикам поширювати свою дезінформацію на міжнародному рівні та демонструвати її з точки зору «миру та стабільності». Найголовніше, що з 2014 року такий підхід агресорів був спрямований на уникнення конфронтації із Заходом і досягнення перемоги шляхом обмеженого застосування сили. Водночас час показав, що РФ не досягла своїх цілей. Україні вдалося зламати інформаційний порядок денний, країни Заходу перестали вірити російським фейкам і пропаганді, масово відключили російські телеканали і вигнали пропагандистів. Застосування

відкритої агресії проти України ще більше згуртовує міжнародну спільноту на підтримку України. Більшість видань світу постійно повідомляють про ситуацію в Україні, що впливає на загальний інформаційний фон світу. Змішаний вплив у потоках інформації та комунікацій явно не на боці Росії. Навпаки, в Україні створена потужна мережа громадських організацій, зокрема «Стоп Фейк», «Потой бік новин» тощо, які допомагають спростовувати дезінформацію та фейкових політиків. Сьогодні, в умовах воєнного стану, цю роботу успішно проводить Центр протидії дезінформації при РНБО України.

Важливо розуміти, що побороти гібридну війну можливо, проте, варто розраховувати на власні сили, тобто намагатися ліквідувати прояви цієї війни на інформаційному чи пропагандистському рівні, щоб вони не змогли поширитися й на інші: економічні, політичні, соціальні. Цілі, що постали перед журналістами наразі, це виявлення та спростування фейків, висвітлення правдивої інформації про події в Україні, розвінчування неправдивих повідомлень політиків.

РОЗДІЛ 3

МЕТОДИ ПРОТИДІЇ ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНІ В УКРАЇНІ

3.1. Виявлення інформаційних фейків та методи боротьби з ними

Фейкові новини сіють хаос у всіх сферах людського життя, і будь-яка галузь може стати об'єктом кампанії дезінформації. Сучасні методи класифікації тексту базуються на машинних принципах і можуть прискорити та частково автоматизувати процес знищення фейків. На початку нинішнього століття Росія поступово перейшла до професійних засобів пропаганди, спрямованих на підрив міжрелігійної та міжнаціональної злагоди та толерантності в Україні, порушення територіальної цілісності та конституційного ладу України.

Сумніви щодо існування України як незалежної держави були посіяні в серцях українців і з часом стали реальною загрозою національній безпеці України. Під час перевірки виявлено інформаційні матеріали, які порушують законодавство про захист суспільної моралі. З початку агресії проти Криму та Донбасу Росія відверто зневажає державність України та синхронізацію інформаційної агресії та бойових дій проти України. Розгортання антиукраїнської інформаційної війни стало масштабним порушенням інформаційного суверенітету України. Серед засобів інформаційної агресії проти України слід назвати пропаганду, маніпулювання, дезінформацію, психологічний тиск, поширення чуток та плуралізм. Усе це включено в поняття «інформаційне маніпулювання», яке передбачає введення в оману справжніх намірів суб'єкта з метою спонукати його до дій в інформаційному повідомленні, які впливають на програмування суб'єкта [37, с. 776].

Російська Федерація використовує ці методи через традиційні канали масової інформації (друковані ЗМІ, телебачення, чутки), а також новітні форми

подачі інформації (тобто соціальні мережі, блоги, Інтернет-форуми та Інтернет-видання). Тому він має повний спектр впливу на аудиторію різного віку, соціального статусу та вподобань. Активне використання пропагандистського тиску та поширення впливу. Різниця між ними полягає в тому, що пропаганда більше орієнтована на емоційне сприйняття інформації, а комунікація — на психологічне сприйняття та формування самостійних висновків, у цьому випадку об'єкт інформаційного впливу стає об'єктом маніпуляції.

Користуючись діяльністю українських націоналістичних сил, проросійські ЗМІ створювали та активно поширювали образи ворожого ставлення до російськомовних українців. Таке враження, що кожен житель Західної України живить ненависть до російськомовних українців і намагається обмежити їх право на самовизначення. Кульмінацією використання цього міфу став інцидент на Майдані в січні-лютому 2014 року, коли російська армія використовувала всі доступні засоби інформації (телебачення, друковані ЗМІ, соціальні мережі, інтернет-видання, лідери громадської думки, діячі культури) для пропаганди націоналізму. образ людини, що прийде та почне карати російськомовних [46].

Цей міф поширювався в основному в південних і східних областях в рамках підготовки до анексії АР Крим і створення на території України так званої «народної республіки». Водночас через ті ж канали масової комунікації здійснювався інформаційний супровід дестабілізації ситуації в російськомовних регіонах і містах. Тобто створюються, поширюються та активно насаджуються негативні стереотипи, які підживлюють ідеологічне відчуження між цими регіонами та основною частиною України. Зокрема, була зроблена спроба запровадити в Україні спільний з Росією підручник історії. Лише негативна реакція українських фахівців, істориків та викладачів зірвала ці плани.

Проросійські сили активно використовують спекуляції щодо реалізації гуманітарних прав російськомовного населення в Україні, щоб розхитати українське суспільство та викликати невдоволення в масах. Європейська

навчальна програма України також має погану славу, насамперед через підтримку та посилення антизахідних стереотипів, що були сформовані ще за часів існування Радянського Союзу. Широко поширюються персональні провокації ксенофобського характеру, підривається національна політика в напрямку відновлення так званої історичної справедливості. ЗМІ почали активно поширювати інформацію про хаос і беззаконня в Україні. Цю медіа-підтримку підтримують і окремі українські політичні та медійні діячі, які у своїх виступах відтворювали основні аргументи, сформульовані російською пропагандою, впливаючи на сприйняття людей через свій авторитет у певному сегменті суспільства певних подій [66, с. 40].

Розповсюджені в АР Крим повідомлення із зашифрованими інформаційними ключами несуть у цільову аудиторію смислове навантаження анексії як необхідної дії для захисту свого населення, тобто діяльність ЗС РФ подається як спрямована на захист російськомовного населення та етнічних росіян від агресивних наступальних дій «радикальних націоналістичних сил».

Референдуми в Республіці Крим та місті Севастополі вважаються єдино можливим заходом захисту громадян від подальших загроз і є законним результатом волевиявлення кримчан. Водночас РФ назвала анексію "історичним об'єднанням" і "поверненням Криму", змінивши сенс своїх дій перед міжнародним співтовариством і власними громадянами. Російська Федерація продемонструвала стратегію швидкого та ефективного створення на сході України «груп тиску» з представників місцевих жителів, але їх діяльність керується та підтримується зовнішніми силами [42, с. 74].

Активне протистояння проукраїнських політичних сил під час активної фази подій «Революції Гідності» у січні-лютому 2014 року переросло у фазу розпалювання суспільного протистояння шляхом поширення відповідних гасел та інформації. сепаратистський характер. Громадські організації проросійського спрямування – ГО «Оплот», громада «Антимадан», ГО «Луганская гвардия» та ін.,

на початку кампанії вони визначили свою цільову аудиторію та провели кампанію через соціальні мережі, групи та канали в місцевих ЗМІ, завоювавши таким чином певну прихильність тієї частини суспільства, яка не підтримувала європейський шлях. Розвиток України. Здобувши певну популярність у південно-східному регіоні, вони перейшли від помірної інформаційної кампанії до відкритого просування ідеї про необхідність відокремлення південно-східного регіону України, а згодом і приєднання до Російської Федерації. Використовуючи всі доступні засоби інформації, сепаратистське об'єднання створює штучне відчуття страху та необхідності захистити громадян від «хаосу та звірств проукраїнських праворадикальних угруповань», Російську Федерацію бачать захисником, месією і зроблять усе, що все від них залежне для захисту російськомовного населення [24].

Інформація, яку надає агресор, не обмежується лише впливом на супротивника, а й зосереджується на населенні країни-агресора, змушуючи суспільство нібито розуміти мотиви вторгнення, підтримувати правлячу політичну еліту в цьому питанні та давати їм мовчазну інформацію. затвердження. Російська Федерація раніше принижувала Революцію Гідності для своїх громадян, описуючи її як незаконну операцію, організовану західними зовнішніми силами проти російськомовного населення. Інформаційне наповнення повідомлень майже однакове, як для внутрішньої аудиторії, так і для поширення в Україні. Єдина відмінність цих меседжів полягає у формуванні моделі очікуваної поведінки: громадяни Російської Федерації підтримують дії своєї влади, а громадяни України підтримують масову непокору тимчасовій владі та чинному президенту [16, с. 41].

Повідомлення, надіслане іншим країнам, зокрема країнам ЄС та Сполученим Штатам Америки, було спрямоване на дискредитацію України. У доповідях звучали звинувачення в радикальному націоналізмі, екстремізмі та веденні «громадянської війни» в Україні. Україна відома як держава, яка не в

зможі виконувати свої внутрішні та зовнішні зобов'язання та дотримуватись прав людини на своїй території. Основним засобом поширення такої інформації є проросійські сили та російські ЗМІ, зареєстровані та діючі на території Європейського Союзу та США, що фінансуються з державного бюджету Російської Федерації та спрямовані на донесення офіційної позиції Росія, альянс і поведінка західної аудиторії [7, с. 60].

Пропагандистські маніпуляції під час подій у південно-східному регіоні з березня 2014 року по липень 2014 року стало зрозуміло, що агресори намагаються поширити «кримський сценарій» на інші території України та скерувати всі свої засоби масової інформації на населення цих регіонів. Використання маніпулятивної та «неправдивої» інформації для створення приводу для створення та проголошення «Народної Республіки» під контролем проросійського уряду. АТО в проросійських і місцевих інформаційних джерелах описується як «каральні дії проти власного народу», провокаційні на окремих ділянках, замовчування більшості фактів про події того періоду, надання інформації та, з одного боку, розбурхування цільової аудиторії Обурення та протест. Російські інформаційні ресурси, пов'язані з українською владою та Росією – на. У новинах президент використовував поняття «хунта», пояснюючи це як «політичне угруповання, яке незаконно захопило владу через Революцію на Майдані Незалежності в 2013-2014 роках» [76].

Таким чином формується негативне сприйняття української влади, яка подається як незаконна, тобто невизнана народом. Використання цих та інших кліше вплинуло на громадську думку на південному сході, породивши невдоволення та несхвалення діяльності української влади. Надалі їх використовують для насадження сепаратистських ідей в емоційне сприйняття, пропагуючи тезу про те, що «Російська Федерація є рятівницею каральних акцій української влади проти свого народу». Тож, шляхом пропаганди та маніпуляцій

в інформаційному просторі суспільство формує настрої проти нинішньої державної влади на користь іншої держави – Російської Федерації.

На міжнародній арені Російська Федерація не визнає своєї участі в конфлікті в Донецькій і Луганській областях, позиціонує конфлікт як внутрішній. причина. Протиріччя в українському суспільстві. Тому Російська Федерація веде неоголошену війну проти України та робить усе можливе, щоб прикрити та спростити анексію АР Крим шляхом проведення так званого «референдуму» як «демократичного повернення» історії. російська територія. «Незважаючи на російську пропаганду, міжнародне співтовариство остаточно підтримало Україну, звинувативши Російську Федерацію в агресії проти української території, тому що гібридна війна Росії проти України може бути спрямована проти будь-якої європейської країни, що є викликом для всього міжнародного співтовариства, оскільки може становити серйозну загрозу міжнародному порядку» [43, с. 182].

В інформаційній війні проти України Росія активно використовувала інформаційно-психологічні операції, спрямовані на деморалізацію населення та особового складу Збройних сил, підкуп окремих посадових осіб, спонукання їх до державної зради, формування спотвореного сприйняття подій у громадян України, масову реакцію на акції підтримки. . Звіт Російської Федерації про населення Південно-Східного регіону. Водночас Росія сама проводить інформаційно-пропагандистську обробку населення, тому більше половини опитаних росіян готові воювати з українцями. За допомогою системи брехні, підготовленої кремлівськими теоретиками, вірус ненависті особливо впроваджується у свідомість молоді, транслюється по телебаченню та поширюється різними способами. Ця політика призвела до розколу не лише українського, а й російського суспільства.

В Інтернеті росіяни поширюють такі слова, як «обізнаність», «Бандров», «Бандрог», «українські фашисти» — слова, якими вони час від часу

«нагороджують» тих, хто захищає Україну. В умовах російської інформаційної війни виросло ціле покоління російських журналістів, які не розрізняли інформацію та пропаганду. Українців часто зображують російські пропагандисти недорозвиненими росіянами, жорстокими послідовниками фашизму, рабами Заходу. Натомість все більше інтернет-ресурсів присвячено «Великому російському духу», «Славі російської зброї» тощо. За активної підтримки російського уряду подібні мислителі фігурують у численних романах, телевізійних і документальних фільмах. Через олігархічні клани ця продукція поступово заповнила українське телебачення. Через Скайп, Фейсбук та інші соціальні мережі та інтернет-ресурси під виглядом особистої інформації поширюється різного роду неправдива інформація [21, с. 33].

Важливо розуміти, що інформаційні фейки можуть переслідувати громадян усюди, тож варто навчитися її розрізняти з-поміж важливої та правдивої інформації, а також вміти протидіяти їм.

Будь-яка інформація, яку ми отримуємо з соціальних медіа, характеризується вірогідністю з певним ступенем. Для того, аби бути впевненим в достовірності надісланого повідомлення, фахівцям інформаційно-аналітичних служб бібліотек необхідно застосовувати різні підходи до аналізу текстів з метою виявлення маніпулятивної й недостовірної інформації. Щоб запобігти поширенню фейкових новин у соцмережах, видання The Huffington Post склало перелік простих правил, як їх розпізнавати:

1. Читайте більше, ніж заголовок. Якщо ви дочитаєте новину до кінця, то виявите, що заголовок не має нічого спільного з основним вмістом новини, або в ньому немає даних, які підтверджують її достовірність.

2. Оцініть надійність джерела - незнайомі сайти, наповнені рекламою та заголовками, написаними великими літерами, повинні викликати підозру. Перевірте текст пошукової системи, який був опублікований раніше (це дасть вам уявлення про надійність джерела), а також URL-адресу сторінки, яка

виглядає підозріло, щоб переконатися, що це не фейк, виданий за надійне джерело.

3. Зверніть увагу на дату й час випуску. Поширеним елементом фейкових новин є видача старих публікацій за нові. Якщо в новинах згадуються інші джерела, перевірте їх, зазначивши, коли вони були опубліковані та як вони описують подію, особливо з точки зору часу.

4. Хто автор? Будьте знайомі з попередніми публікаціями автора - його досвід може допомогти вам зрозуміти, чи автор справді є журналістом, чи він раніше писав фейкові статті.

5. Ознайомтеся з джерелами новин. Немає жодного посилання чи джерела, яке б вказувало на те, що публікація, ймовірно, фейкова. Будь-які твердження чи цитати з офіційних джерел мають бути підтверджені надійними джерелами.

6. Звертайте увагу на підозрілі цитати та фотографії. Будьте підозрілі щодо шокуючих або підозрілих цитат і публікуйте фотографії місця події.

7. Не варто поширювати новини тільки тому, що ви згодні з автором або приймаєте сторону конфлікту.

8. Дізнайтеся, як інші видання висвітлювали це питання. Якщо жодне інше надійне джерело не повідомляє про ці події, цілком імовірно, що новина неправдива.

9. Двічі подумайте, перш ніж робити репост. Новинні сайти, які поширюють дезінформацію, покладаються на читачів, які поширюють їхні новини [17, с. 2].

Широке поширення новин через соціальні мережі та негативний вплив величезної кількості неправдивої інформації на суспільство змусили дослідників звернутися до нових методів виявлення фейкової інформації за допомогою методів великих даних та машинного аналізу. Сучасні автоматизовані системи аналізу новин зазвичай працюють за одним із трьох принципів.

1. Аналізуйте стиль тексту, а не зміст. Суть методу полягає в тому, що фальсифікатор хоче ввести читача в оману, використовуючи певні прийоми, щоб нав'язати бажані ідеї, а не впадати у брехню. Це проявляється в певних стилістичних особливостях, які не завжди помітні людині: показниками фальсифікації можуть бути певна частота і регулярність вживання заперечень, займенників і сполучників або навіть рівень словникового запасу і складності тексту.

2. Аналіз розподілу. Метод заснований на використанні спеціальної моделі, подібної до моделі епідемії інфекційних захворювань, і дозволяє передбачити, як поширюватиметься дезінформація.

3. Аналіз активності користувачів. Метод включає оцінку участі читачів у створенні та розповсюдженні фейкових новин. Користувачі діляться на дві категорії: «злочинці», які наживаються на виготовленні та розповсюдженні фейків, і звичайні користувачі, які не мають конкретного наміру поширювати інформаційні фейки, часто співіснуючи зі злочинцями.

Крім того, доступно багато служб, які використовують моделі машинного аналізу для лінгвістичного аналізу заголовків, тексту, мультимедійного вмісту, метаданих та інших параметрів. Під час тестування таких сервісів точність досягла понад 95%. Тест гігантської мовної моделі, розроблений в Массачусетському технологічному інституті, заснований на принципах статистичного аналізу та порівняння з довідковими даними, ідентифікує згенерований машиною текст із 72-відсотковою точністю. Такі системи працюють переважно шляхом пошуку ознак певного стилю написання, сенсаційних заголовків тощо, а також порівняння та співвіднесення їх із текстом позначеного набору даних. Крім того, такі сервіси можуть виконувати пошук акаунтів або нікнеймів, які в кінцевому рахунку належать авторам фейків, що вже проявили себе [8, с. 109].

3.2 Створення стратегії для захисту українського інформаційного простору

Кожна незалежна держава прагне захистити цілісність своєї інформації. Сьогодні цей потенціал є пріоритетним для України, інформаційний простір якої перебуває під величезною загрозою через агресію Російської Федерації. Лідери Російської Федерації намагаються повною мірою використати технологічні та технологічні можливості інформаційної цивілізації для нарощування військової могутності, а у сфері пропаганди – для контролю над свідомістю пересічних громадян країни. І він не платить за підтримку пропагандистських каналів, які обслуговують іноземну аудиторію, таких як Russia Today. Змішаний характер поведінки лідерів сучасної держави Російська Федерація, включаючи духовні елементи, які вони використовували, сформовані в просторі індустріальної епохи, техніко-технологічні можливості для реалізації політики агресії та реалізації загарбницької політики, були збережені [5, с. 201].

Тому, щоб зрозуміти вирішальний вплив вищезазначених духовних чинників, які керують державним керівництвом Російської Федерації та елітами більшості держави», – Олександр Сушко, експерт з української політики, а тоді науковий керівник Євроатлантичний інститут, ще 2008 року, невдовзі після російського вторгнення до Грузії У статті «Україна – наступна? «Росія веде війну в Грузії для встановлення нового світового порядку» Грузія — це перший етап, а також «випробування бомби». Демократичний світ стикається з таким небезпечним викликом, як політичний іслам. Якщо Захід проковтне пігулку і пробачить Росії війну з Грузією, вторгнення «миротворчих танків» в Україну буде лише питанням часу. «Україна стала жертвою підривної інформаційної кампанії Росії, яка почалася в 1990-х роках і продовжує впливати на соціальну, культурну, економічну та політичну сфери українського суспільства. У подальшому ця пропагандистська кампанія стала однією з основних ознак змішаної агресії в АР Крим, Донецькій і Луганській областях. Інформаційна

безпека є одним з основних етапів наступальних операцій Росії, оскільки підготовка до нападу може здійснюватися шляхом поширення закодованої інформації, яка спонукає громадян діяти проти національних інтересів. Агресори використовували викривлену, маніпулятивну інформацію, щоб мотивувати громадян діяти через заздалегідь сформовані ярлики, стереотипи, міфи та страхи окремих частин суспільства, послаблюючи і без того крихку політичну силу України на той час. Як бачимо, війна йде з використанням усіх наявних у окупанта медіаресурсів. Захиститися від агресивного впливу мас-медіа люди можуть лише шляхом розвитку високої політичної культури, зрілого почуття організованості та активації власних персональних систем фільтрації. Або через ідеологічне несприйняття агресивних дій сусідніх країн та їхніх прихильників як в державних органах влади, так і на просторі власної територіальної громади [77, с. 85]. Так, можна зробити деякі висновки:

- По-перше, гібридна війна має на меті цілеспрямоване використання генерації смислу як суттєвого хвилеподібного впливу на підсвідомість, свідомість і надсвідомість індивідів шляхом маніпулювання смислом відповідно до умов конкретної особи чи територіальної громади, одночасно захоплюючи саморегулюючу систему звичайна життєва діяльність архетипні, нормативні, інформативні та символічні бачення;

- по-друге, якщо об'єктом наступального впливу є звичайні люди, то намагаються націлити на окремі частини певного соціально-психологічного поля, щоб підвести підсвідомість індивіда до бачення розгадки певних архетипів, для чого використовується система символів. Система здатна реагувати на уражений об'єкт;

- По-третє, у свідомих функціях звичайних людей для підтримки тих стереотипів та ідеалів, які виникли з підсвідомості людей, активується фенотипова інформаційна система помилкового спрямування, яка стає палаючим факелом.

Протестні настрої, явно загострені неправомірною поведінкою органів влади країни або незалежної території;

- По-четверте, впливати на надсвідомість людини, яка завжди орієнтована на задоволення домінуючої потреби, специфічний зміст якої спрямовує напрямок «психологічного мутагенезу» і базується на попередньому накопиченому досвіді суб'єкта, який фіксує в його свідомості та підсвідомості, для наприклад, нинішня державна адміністрація не приділяє належної уваги вирішенню проблем Криму, Донбасу чи Закарпаття;

- По-п'яте, захистити себе можна лише через внутрішню систему особистих фільтрів — зріле почуття організованості, належну політичну культуру і, нарешті, звернення до позитивних суспільних ідеалів особистості XXI століття, справедливої європейської держави та добробуту. функціонуючого суспільства. Підготовка до гібридної війни почалася задовго до подій 2014 року.

Метою обробки української соціальної інформації є заохочення тісної економічної та політичної співпраці з Російською Федерацією для формування єдиного культурного простору. Ця точка зору вважається єдиною на користь України. Водночас імідж України почали активно підривати проросійські сили на міжнародній арені. Отже, гібридній агресії Росії проти української державності передувала тривала пропагандистська кампанія [45, с. 141].

Інформація, як основний ресурс сучасного суспільства, використовується Росією як зброя масового ураження, спрямована на коригування внутрішніх настроїв, ідеалів, поведінки та мислення населення відповідно до вимог агресора, для подальшого використання населення як важливий фактор опору. До підготовки цього вторгнення була залучена вся база ЗМІ, не лише зовнішні сили та російські ЗМІ, а й внутрішні джерела інформації, лідери думок, проросійські суспільні групи та політичні сили. Протягом тривалого часу Російська Федерація використовує всі доступні інформаційні джерела для штучного загострення релігійних, етнічних, соціально-економічних, політичних і культурних протиріч,

які вже існують в Україні, з метою її розколу на конфліктуючі сторони та внутрішнього послаблення. Інформаційні атаки також спрямовані на посилення протистояння між державною владою та громадянським суспільством. Росія створила та інтегрувала в українському політичному просторі сили, діяльність яких спрямована на ворожі, згубні інтереси лобіювання української державності. Тому вплив російських ідей посідає чільне місце в українському суспільстві, особливо в південних і східних областях. Інформаційний вплив, спрямований на зміну поведінки або моделей діяльності людини на користь інформаційного зловмисника, не може відбуватися без залучення культурно-інформаційного простору, в якому знаходиться індивід. Кожна культура ідентифікує людину як свого представника та запобігає поганій поведінці через свої цінності та етику [80].

Цілеспрямований інформаційний вплив означає організоване використання конкретних інформаційних ресурсів і методів для планування змін у поінформованості населення, пов'язуючи моделі поведінки з інформаційною та технологічною інфраструктурою суб'єкта. Доведеним фактом є порушення інформаційного суверенітету України, можливості держави контролювати та регулювати надходження інформації з-за кордону. Понад десятиліття Російська Федерація веде антиукраїнську інформаційну війну. Основою цієї війни є поширення недостовірної, неповної, упередженої інформації про Україну, маніпулювання суспільною свідомістю громадян України та інших держав, пропаганда війни, міжнаціональної та релігійної ворожнечі, кардинальних змін конституційного ладу нашої держави. Інформаційна та культурна діяльність Російської Федерації спрямована на знищення самоідентичності та національної свідомості українського суспільства. Використовуючи всю бібліотеку наявного інформаційного впливу, насаджували ідею «братнього українського і російського народу». Водночас Росія позиціонувала себе як «старшого брата» України. У цьому випадку семантичне поняття «старійшина» вживається як сильніша,

мудріша особа, яка відстоює «історичну справедливість», об'єднує всі «братні» народи в одну велику сім'ю «руського мира». Поширення російської мови, ідей та культури на українській території досягається шляхом створення та розповсюдження російськомовної продукції (телебачення, кіно, естради, театральних вистав, літератури) та освітньої системи, яка передбачає переписування підручників історії, приведення Важливі моменти виключені. Історичне протистояння між Росією та Україною спочатку подавалося лише поверхово, а потім зовсім зникло з підручників. Відбувся процес формування спільної російсько-української пам'яті історії та спільного бачення подальшого суспільного розвитку.

У південно-східному регіоні України існує велика мережа шкіл з російською мовою навчання, до яких додається поглиблене вивчення російської мови та літератури. Усе це має на меті закласти серед молодого покоління органічність російської культури в українському публічному просторі, сформувати прихильність до проросійського політичного шляху розвитку та «народного братерства». Особливого розвитку ці методи впливу набули у 2010 році, після перемоги Януковича на президентських виборах, які характеризувались проросійськими поглядами та основним електорантом якого були виборці південно-східного регіону. Антиукраїнську інформаційну війну Росія розгортала поступово, спочатку в прихованій формі [41, с. 26].

Ще на початку 1990-х років Україну заповнили пропагандистські матеріали невідомого походження, зміст яких був спрямований на дискредитацію європейських та американських культурних надбань та виведення відповідної інформаційної продукції з українського ринку. Українське кіно, книгодрукування та інші види культурної діяльності занепали через недостатнє фінансування, високі податки та відвертий спротив антиукраїнських сил. З іншого боку, російські інформаційні продукти вільно почуваються на українському ринку. На жаль, ці процеси залишаються поза увагою держави, яка має захистити свій

інформаційний та культурний простір. Насильство, алкоголізм, жорстокість і героїзм російських військових публічно пропагуються в багатьох російських серіалах. В інформаційному просторі з'явилося багато матеріалів, які містили зневагу до української історії, національних героїв, української державної та національної символіки.

На початку нинішнього століття Росія поступово перейшла до професійних засобів пропаганди, спрямованих на підрив міжрелігійної та міжнаціональної злагоди та толерантності в Україні, порушення територіальної цілісності та конституційного ладу України. Сумніви щодо існування України як незалежної держави посіялися в серцях українців і з часом стали реальною загрозою національній безпеці України. Під час перевірки виявлено кількість інформаційних матеріалів, які порушують законодавство про захист суспільної моралі. З початком російської агресії проти Криму та Донбасу відбулася відверта зневага до української державності, інформаційна агресія та бойові дії проти України. Розгортання антиукраїнської інформаційної війни стало масовим порушенням інформаційного суверенітету України [35].

Серед засобів інформаційної агресії проти України слід назвати пропаганду, маніпулювання, дезінформацію, психологічний тиск, поширення чуток та плуралізм. Усе це включено в поняття «маніпулювання інформацією», яке передбачає введення в оману справжніх намірів суб'єкта з метою спонукати його вжити дій в інформаційному повідомленні, які впливають на програмування суб'єкта. Російська Федерація використовує зазначені методи через традиційні канали масової комунікації (друковані ЗМІ, телебачення, чутки), а також новітні форми подачі інформації (тобто соціальні мережі, блоги, Інтернет-форуми та Інтернет-видання). Тому він має повний спектр впливу на аудиторію різного віку, соціального статусу та вподобань. Активне використання пропагандистського тиску та поширення впливу. Різниця в тому, що пропаганда більше зосереджена на емоційному сприйнятті повідомлення, а комунікація зосереджується на її

розумовому сприйнятті та формуванні самостійних висновків, в даному випадку людина, на яку спрямований інформаційний вплив, стає вже об'єктом маніпуляції [10, с. 392].

Користуючись діяльністю українських націоналістичних сил, проросійські ЗМІ створювали та активно поширювали образи ворожості до російськомовних українців. Таке враження, що кожен житель Західної України живить ненависть до російськомовних українців і намагається обмежити їх право на самовизначення. Кульмінацією використання цього міфу стали події на Майдані в січні-лютому 2014 року, коли російська армія використовувала всі доступні засоби інформації (телебачення, друковані ЗМІ, соціальні мережі, інтернет-видання, лідери громадської думки, діячі культури) для пропаганди нації. образ активіста, він прийшов і почав карати російськомовних. Цей міф поширювався в основному в південних і східних областях в рамках підготовки до анексії АР Крим і створення на території України так званої «народної республіки». Водночас через ті ж канали масової комунікації здійснювався інформаційний супровід дестабілізації ситуації в російськомовних регіонах і містах. Тобто створюються, поширюються та активно насаджуються негативні стереотипи, які підживлюють ідеологічне відчуження між цими регіонами та основною частиною України. Зокрема, була зроблена спроба запровадити в Україні спільний з Росією підручник історії. Лише негативна реакція українських фахівців, істориків та викладачів зірвала ці плани.

Проросійські сили активно використовують спекуляції щодо реалізації гуманітарних прав російськомовного населення в Україні, щоб розхитати українське суспільство та викликати невдоволення в масах. Європейський шлях України також був дискредитований, значною мірою через підтримку та зміцнення антизахідних стереотипів, сформованих за радянських часів. Широко поширюються персональні провокації ксенофобського характеру, підривається національна політика в напрямку відновлення так званої історичної справедливості. ЗМІ почали активно поширювати повідомлення про хаос і

беззаконня в Україні. Ці ЗМІ підтримують також окремі українські політичні та медійні діячі, які через свій авторитет у певній частині суспільства відтворюють у виступах основні аргументи, сформульовані російською пропагандою, думки щодо тих чи інших подій. Повідомлення із зашифрованими інформаційними ключами, які розповсюджуються в АР Крим, несуть цільовій аудиторії смислове навантаження про анексію, необхідні дії для захисту свого населення, тобто діяльність ЗС РФ подається як спрямована на захист російськомовного населення та етнічних росіян захищені від агресивних наступальних дій «радикальних націоналістичних сил». Референдуми в Республіці Крим та місті Севастополі вважаються єдиною можливим заходом захисту громадян від подальших загроз і є законним результатом волевиявлення кримчан [78].

Російська Федерація продемонструвала стратегію швидкого та ефективного створення на сході України «груп тиску» з представників місцевих жителів, але їх діяльність керується та підтримується зовнішніми силами. Під час активної стадії «Революції Гідності» у січні-лютому 2014 року проукраїнські політичні сили активно протидіяли їй, а згодом перейшли до стадії розпалювання суспільного протистояння шляхом поширення відповідних гасел та інформації розкольніцького змісту. Проросійськи орієнтовані громадські організації – ГО «Оплот», громада «Антимадан», ГО «Луганська варта» тощо – з самого початку своєї діяльності через групи та канали соціальних мереж, інформацію місцевих ЗМІ, це завоювало певну добру волю з тієї частини суспільства, яка не підтримує розвиток України європейським шляхом. Здобувши певну популярність у південно-східному регіоні, вони перейшли від помірної інформаційної кампанії до відкритого просування ідеї про необхідність відокремлення південно-східного регіону України, а згодом і приєднання до Російської Федерації [55, с. 92].

Використовуючи всі доступні засоби інформації, сепаратистське об'єднання створює штучне відчуття страху та необхідності захистити громадян від «хаосу та звірств проукраїнських праворадикальних угруповань», Російську

Федерацію бачать захисником, месією. , це Зробіть все від вас залежне для захисту російськомовного населення. Інформація, яку надає агресор, не обмежується лише впливом на супротивника, а й зосереджується на населенні країни-агресора, змушуючи суспільство нібито розуміти мотиви вторгнення, підтримувати правлячу політичну еліту в цьому питанні та давати їм мовчазну інформацію затвердження. Інформаційне наповнення повідомлень майже однакове, як для внутрішньої аудиторії, так і для поширення в Україні. Єдиною відмінністю цих повідомлень є формування моделі очікуваної поведінки: громадяни Російської Федерації підтримують дії своєї влади, а громадяни України підтримують дії влади. Тимчасовий уряд і в.о. Повідомлення, надіслане іншим країнам, зокрема країнам ЄС та Сполученим Штатам Америки, було спрямоване на дискредитацію України. У доповідях звучали звинувачення в радикальному націоналізмі, екстремізмі та веденні «громадянської війни» в Україні [23, с. 13].

Україну називають державою, яка не в змозі виконувати свої внутрішні та зовнішні зобов'язання та дотримуватись прав людини на своїй території. Основним засобом поширення такої інформації є проросійські сили та російські ЗМІ – зареєстровані та діючі в ЄС та США, фінансовані за рахунок державного бюджету РФ та спеціалізовані, покликані доносити офіційну позицію Російської Федерації й вести пропагандистські маніпулятивні дії спрямовані на західну аудиторію.

У ході розвитку подій у Південно-Східному регіоні з березня 2014 року по липень 2014 року стало зрозуміло, що агресор намагається поширити «кримський сценарій» на інші території України, скеровуючи всі свої засоби інформації на населення цих регіонів. Використання маніпулятивної та «неправдивої» інформації з метою створення приводу для підконтрольного проросійським уряду формування та проголошення «народної республіки». АТО в проросійських та місцевих інформаційних джерелах описують як «каральні дії

проти власного народу», провокаційні на окремих ділянках, замовчуючи більшість фактів про події того періоду, надаючи інформацію, яка провокує цільову аудиторію на обурення та протест.

Російські інформаційні ресурси, пов'язані з українською владою та Росією. У новинах президент використовував поняття «хунта», пояснюючи це як «політичне угруповання, яке незаконно захопило владу через Революцію на Майдані Незалежності в 2013-2014 роках». Таким чином формується негативне сприйняття української влади, яка представляє її як незаконну, тобто невизнану народом. Використання цих та інших кліше впливало на громадську думку південно-східного регіону, породжуючи невдоволення та несприйняття діяльності української влади. Надалі їх використовували для насадження сепаратистських ідей в емоційне сприйняття, пропагуючи аргумент про те, що «Російська Федерація є рятівницею каральних дій української влади проти свого народу». Таким чином, шляхом пропаганди та маніпуляцій в інформаційному просторі суспільство формує настрої проти нинішньої державної влади на користь іншої держави – Російської Федерації [44, с. 348].

На міжнародній арені Російська Федерація не визнає своєї участі в конфлікті в Донецькій та Луганській областях, позиціонуючи конфлікт як внутрішній, незважаючи на те, що вона вторглася на територію України та надала військову та фінансову підтримку терористичним угрупованням. причина. Протиріччя в українському суспільстві. Тому Російська Федерація веде проти України неоголошену війну і шляхом проведення так званого «референдуму» всіляко прикриває та спрощує анексію Криму. Незважаючи на потужну пропагандистську кампанію Росії, міжнародне співтовариство зрештою підтримало Україну та звинуватило Російську Федерацію в агресії проти української території, оскільки гібридна війна Росії проти України може націлитися на будь-яку європейську країну та стати викликом для всієї

міжнародної спільноти, тому що вона може становити серйозну загрозу до міжнародного порядку.

В інформаційній війні проти України Росія активно застосовувала інформаційно-психологічні операції, спрямовані на ураження населення та особового складу ЗСУ, підкуп окремих посадових осіб, спонукання їх до державної зради та формування у громадян України викривленого бачення подій. України, створюючи видимість масової підтримки дій Російської Федерації та населення південного сходу. При цьому сама Росія проводить інформаційно-пропагандистську обробку населення, в результаті більше половини опитаних росіян готові воювати з українцями. Вірус ненависті особливо впроваджується у свідомість молоді, чому сприяє систематична брехня, яку вигадують кремлівські теоретики, транслюють по телебаченню та всіляко поширюють. Ця політика призвела не тільки до розколу України, а й до розколу російського суспільства [28, с. 42].

В інтернеті росіяни поширюють такі слова, як «обізнаність», «Бандров», «Бандрог», «українські фашисти» — слова, якими вони час від часу «нагороджують» тих, хто захищає Україну. В умовах російської інформаційної війни вирросло ціле покоління російських журналістів, які не розрізняли інформацію та пропаганду. Українців часто зображують російські пропагандисти нерозвиненими особистостями, жорстокими послідовниками фашизму, рабами Заходу. Натомість все більше інтернет-ресурсів присвячено «Великому російському духу», «Славі російської зброї» тощо. За активної підтримки російського уряду подібні мислителі фігурують у численних романах, телевізійних і документальних фільмах. Через олігархічні клани ця продукція поступово заповнила українське телебачення. Через Скайп, Фейсбук та інші соціальні мережі та інтернет-ресурси під виглядом особистої інформації поширюється різного роду неправдива інформація.

Унаслідок дій Російської Федерації у 2014 році була деформована система глобальної та регіональної безпеки та чинна система міжнародного права. За наявності одного з поручителів у ролі агресора міжнародні гарантії безпеки для України виявилися неефективними. Росія взяла на озброєння змішану за формою та асиметричну за змістом концепцію війни проти України. Хоча кожен окремий елемент цієї війни не є новим, він унікальний за динамікою та гнучкістю застосування, а зростаюче значення інформаційного чинника, який у деяких випадках став самостійною складовою військової діяльності, виявляється однаково важливо. Зокрема, інформаційна складова російської агресії активно використовувалася для формування негативного ставлення до органів державної влади, посадових осіб та керівників держави. Цей же меседж активно використовувався для створення негативного іміджу України серед сусідів та партнерів України. Інформаційна експансія була одночасно здійснювана на декількох фронтах: серед населення в зонах конфлікту, серед усього населення України, серед громадян Росії та серед міжнародної спільноти. Таким чином, з 2014 року Україна живе в умовах гібридної війни. Основна причина цього полягає в тому, що визначення «дефіцію» не є питанням зосередження уваги на основних точках конфлікту [47, с. 384].

Використовуючи інформаційно-культурний простір, Російська Федерація тривалий час просуває свої інтереси та культурні цінності, які часто йдуть на шкоду державності України. Пропаганда та маніпуляції стали домінантами деструктивної інформаційної кампанії Росії. Використовуючи всі наявні медійні та політичні ресурси, Росія скористалася культурними, релігійними, соціальними та етнічними конфліктами між мешканцями різних регіонів, щоб поступово розділити українське суспільство на дві протилежні сторони — Схід і Захід і підштовхнути їх до конфронтації.

У сучасних умовах надзвичайно важливо приділяти увагу медіаграмотності в Україні. Ми живемо в епоху інформації, яка поступово перетворюється на

епоху дезінформації. Враховуючи інформаційний простір, який пропонує можливість своєчасно доносити інформацію до користувачів, необхідно вміти фільтрувати та ефективно визначати, що важливо, що ні, чому варто вірити, а що краще перевірити. Тому людині дуже потрібні критичне мислення та компетентність, а значить, уміння перевіряти сумнівну інформацію. На національному рівні захист національного інформаційного простору необхідно забезпечувати ефективними правовими діями, спрямованими на захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах.

Необхідність цього зумовлена поширеністю послуг Інтернету та їх доступністю для занадто великої кількості користувачів. Це також пов'язано з розвитком багатьох складних методів неконтрольованого видалення та розповсюдження інформації за останні роки. Цього можна досягти за допомогою новітніх інформаційних технологій, які активно розвиваються та вдосконалюються. Через повну конфіденційність або певні обмеження неможливо зберегти інформацію в безпеці. Варто використовувати перевірені методи координації зусиль з інформаційної безпеки та захисту окремих людей, суспільств і націй в інформаційному середовищі [4, с. 158].

Найважливішим напрямком протидії інформаційній експансії українських геополітичних опонентів є створення інформаційно-психологічних підрозділів для забезпечення психологічної безпеки особистості, суспільства та країни. Основне завдання – розробка та реалізація стратегічних та оперативних заходів із запобігання та нейтралізації негативних інформаційно-психологічних впливів на державному, регіональному та місцевому рівнях. З розвитком суспільної інформатизації посилюється вплив факторів інформатизації, що об'єктивно вимагає ефективного функціонування системи інформатизації та психологічного забезпечення національної безпеки, а також системи формування суспільної свідомості та громадської думки, прийняття політичних рішень. Така система забезпечувала б захист психіки українського народу та військовослужбовців від

шкідливих інформаційно-психологічних впливів, протистояла б спробам маніпулювання процесом сприйняття інформації з метою відстоювання національних інтересів України в інформаційному просторі.

Цілеспрямована політика впливу на громадську думку ґрунтується на розумінні емоцій і реального стану населення. Постійний моніторинг ставлення українського суспільства до найважливіших питань національної безпеки дасть змогу захистити психіку населення від негативних інформаційно-психологічних впливів.

Стратегією формування позитивної громадської думки для України в умовах збройного конфлікту має стати довгостроковий план дій в інформаційному середовищі. Стратегія має передбачати: швидке поширення достовірної, повної та об'єктивної інформації; підготовку та розповсюдження сформованої інформації, довідково-роз'яснювальних матеріалів у засобах масової інформації для цілеспрямованого поширення інформації, що цікавить органи державної влади та правоохоронні органи; оцінку соціальної реакції на діяльність національних органів влади та правоохоронних органів, соціальна взаємодія різних акторів, дія яких керується принципами та стандартами, встановленими національною стратегією [71, с. 283].

Асиметричне протистояння України російській агресії покликане захистити себе від політичної волі, нав'язаної Кремлем, і створити перешкоди російському інформаційному вторгненню в найбільш проблемні сфери. При цьому необхідно ефективно і осмислено реагувати на різні види агресії. Передусім він спрямований на залучення міжнародної допомоги у військовій сфері. Адекватнішими мають стати і відповіді на інформаційні атаки. У цьому плані багато залежить від медіасфери та громадських активістів, адже держава не зможе сама протистояти російській пропагандистській машині.

З метою протидії негативним наслідкам інформаційної пропаганди та інформаційної війни, усунення та запобігання реальним і потенційним загрозам в

українському інформаційному просторі Рада національної безпеки і оборони України прийняла рішення «Про заходи щодо вдосконалення формування та реалізації інформаційного простору у сфері інформаційної безпеки в Україні» національна політика. " У документі зазначено, що РНБО, враховуючи необхідність удосконалення нормативно-правового забезпечення, запобігання та усунення потенційних і реальних загроз національній безпеці у сфері інформації, ухвалила: розробити та подати на розгляд Верховної Ради України внесення змін до деяких законів України щодо протидії іноземній інформаційній агресії, зокрема, визначає механізм протидії негативним інформаційно-психологічним впливам, заборону ретрансляції телеканалів, посилює контроль за дотриманням законодавства з інформаційної, психологічної та кібербезпеки; заходи щодо забезпечення поширення у світі інформації про суспільно-політичну ситуацію в Україні об'єктивної інформації, у тому числі з підготовки якісної конкурентоспроможної інформаційної продукції шляхом створення відповідних медіа-холдингів розроблення процедур аналізу інформаційних матеріалів іноземних ЗМІ з представництвом в Україні з метою впровадження дієвого механізму акредитації журналістів; ужити заходів до активізації міжнародного співробітництва з питань протидії негативним інформаційно-психологічним впливам та кібернетичній злочинності [43, с. 182].

Висновок до розділу 3

Отже, можна сказати, що на законодавчому та нормативно-правовому рівні в нашій державі вже більше десяти років ми активно шукаємо найкращий механізм забезпечення всіх аспектів соціальної інформаційної безпеки. Водночас прийнятий документ поки що не забезпечує системного підходу на місцях, не дає реальних ресурсів для повноцінної реалізації. На нашу думку, суттєвою вадою вітчизняного законодавства та політичної підтримки у сфері інформаційної безпеки є те, що інституційна природа інформаційної безпеки у зв'язку з

національною безпекою не була достовірно роз'яснена в законі. На цьому рівні лише загальні посилання насправді не сприяють реалізації ефективної національної політики інформаційної безпеки як комплексного елемента національної безпеки.

В «Основному Законі про національну безпеку України» поняття «інформаційна безпека» не реалізується, не дається визначення цього поняття, але роз'яснюються загрози та напрямки національної політики у зазначених сферах. «Перелік загроз, визначений законодавцем у цьому законі, дає змогу стверджувати, що інформаційна безпека розуміється не в технічному сенсі, а в більш широкій категорії, яка певною мірою відповідає розумінню інформаційної безпеки в українському законодавстві. У «Концепції побудови національної інформатизації» ми бачимо, що навіть у ключових нормативно-правових документах виражені питання інформаційної безпеки країни та нації, але безпорадні протиріччя залишаються.

Тому надзвичайно актуальним питанням сьогодні є розвиток цілісного кодифікованого документу, який комплексно охопить усі аспекти формування національної політики у сфері національної безпеки та визначить конкретні інструменти забезпечення такої політики у сфері інформаційної безпеки. Дотепер Україна зіткнулася з багатьма складними проблемами та протиріччями в цій сфері.

Отож до недоліків здійснення державного управління у сфері інформаційної безпеки можна віднести: «відсутність цілісного бачення інформаційної безпеки України з правової та правознавчої точки зору; складні питання розвитку інформаційного суспільства та формування нових типів» (види) поширення правової інформації та транскордонні правовідносини, динамізм української демократичної, правової та соціальної держави для формування нових суспільних відносин в умовах геополітики та глобального впливу, які потребують змін у внутрішньому правовому просторі. Водночас

«рівень інформатизації та аналітичні можливості національного адміністративного відомства у сфері інформаційної безпеки є недостатніми, що ускладнює прийняття державним керівництвом виважених політичних та управлінських рішень на центральному та регіональному рівнях, що призводить до суперечностей». Владі, бізнес-структурам, суспільству та громадянам негативно впливає на прогнозування розвитку подій в Україні та за її межами, що ускладнює планування (середньо- та довгострокових) заходів національної безпеки, відповідних стану та реаліям розвитку держави. "

ВИСНОВКИ

Інформаційна війна стала феноменальним явищем кінця 20-го та початку 21-го століття. Інформаційне протистояння найчастіше виникає між людськими спільнотами, що належать до різних цивілізацій або представляють різні системи цінностей, політичні системи та ідеології. Для інформаційної війни характерна безперервність і розгортання не тільки під час збройних конфліктів, а й у мирний час. Інформаційна війна часто спрямована на те, щоб порушити соціальну солідарність, провокувати ворожнечу між суспільствами та націями, стати об'єктом збройного нападу чи пропагандистського впливу.

Яскравим прикладом інформаційного протистояння є початок агресивної політики Російської Федерації щодо України, який розпочався з анексії АР Крим та окупації частини Донбасу у 2014 році, що згодом переросло у повномасштабне російське вторгнення. української території. До цього військового конфлікту відбувся тривалий процес пропаганди та маніпулятивного впливу інформації на громадян.

В інформаційній війні використовуються різноманітні маніпуляції людською свідомістю шляхом спрямування людської свідомості у вигідному для суб'єкта напрямку впливу. Маніпулятивні інформаційні технології за умов інформаційного протистояння мають ознаки систематичного, цілеспрямованого впливу на суспільну свідомість, а використовувані засоби та інструменти постійно оновлюються. У сучасних умовах інформаційний чинник використовується як один із основних факторів військово-політичної діяльності: він сприяє ефективному використанню ресурсів у військових діях, забезпеченню оперативною інформацією збройних сил, військового керівництва, міжнародної спільноти та самого себе. Громадяни країни та окупованих територій. У

конфліктних ситуаціях, що розвиваються, протидія ворожій інформаційній діяльності є важливим завданням інформаційної політики. Від того, як у цій ситуації поведеться держава, залежить ставлення до цього населення та міжнародної спільноти. За цих умов сенсом її діяльності має стати розробка стратегії стримування й випередження політичних та воєнних конфліктів.

Пропагандистська кампанія продовжує розвиватися на тлі інформаційної війни Росії проти України. Завдяки використанню для своїх цілей Інтернету, масового телебачення та відеоматеріалів поступово зникає межа між маніпулятивними політичними прийомами та прямим психологічним тиском. Це абсолютно новий рівень технологій із залученням інструментів пропаганди, особливо якщо країна має всі можливості та ресурси для сучасного технологічного розвитку для участі в цьому процесі. Тому необхідно переглянути пропаганду як інструмент впливу на людську свідомість і розробити дієві заходи проти неї. До цих засобів слід віднести контрпропаганду, зокрема підвищення політичної культури та освітнього рівня людей, вдосконалення технологічних ресурсів, розробку асиметричних інформаційних стратегій.

У сучасних умовах надзвичайно актуальним питанням є вивчення передового досвіду функціонування інформаційних систем, підвищення уваги до власного соціального простору як об'єкта інформаційного впливу. Отже, протидія інформаційній війні вимагає від України розвитку відповідної інформаційної та національної безпеки, яка включає: утвердження та захист верховенства права, сприяння становленню та розвитку громадянського суспільства, розробку ефективних засобів боротьби з інформаційним впливом та атаками на внутрішню інформацію України. простір; розробка альтернатив Сексуальні пропагандистські кампанії для протидії згубному впливу Росії на внутрішній і міжнародній арені; мінімізація шкоди, спричиненої неповною, несвоєчасною або недостовірною інформацією, або роботою інформаційних

технологій і несанкціонованим поширенням інформації, що призводить до негативної інформації.

Концепцію національної інформаційної безпеки слід розглядати в контексті створення безпечних умов для існування інформаційних технологій, включаючи питання захисту інформації як національної інформаційної інфраструктури, розвитку інформаційних ринків та інформаційних процесів. Інформаційну безпеку країни слід ідентифікувати як країну з інформаційною безпекою, при цьому спеціальні інформаційні операції, зовнішня інформаційна агресія та таємне викрадення інформації (за допомогою спеціальних технічних засобів), інформаційний тероризм та комп'ютерні злочини не завдають серйозної шкоди до національних інтересів. Забезпечення сучасного стану державної та інформаційної безпеки України потребує розробки науково обґрунтованої національної політики та стратегії у цій сфері, визначення національної системи цінностей, життєво важливих інтересів особистості, суспільства та держави, визначення зовнішніх та внутрішніх загроз цим інтересам, шукаючи ефективних заходів для забезпечення безпеки в усіх його сферах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абакумов В. М. Загальна характеристика форм та засобів ведення інформаційних війн в Україні. Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ. 2010. Вип. 38. С. 159–165.
2. Абакумов В. М. Інформаційні війни як одна із форм реалізації загроз інформаційній безпеці держави. Право і Безпека. 2008. №7. С. 34–39.
3. Алімпієв А. М. Особливості гібридної війни РФ проти України. Досвід, що отриманий Повітряними Силами Збройних Сил України. Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України. 2017. № 2. С. 19–25. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nitps_2017_2_6(дата звернення: 12.10.2018).
4. Багликова М. Інформаційні війни і Україна. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : політологія, соціологія, філософія. Ужгород, 2010. Вип. 14. С. 158–161.
5. Балабін В. В. Інформаційна безпека сучасного суспільства / В. В. Балабін, М. Т. Дзюба, Я. М. Жарков, М. І. Онишук. – Київ : ВІТІ, 2006. – 201 с.
6. Балабін В. В., Замаруєва І. В., Пампуха І. В. Концептуальні засади захисту системи інформаційно-аналітичного забезпечення завдань інформаційної боротьби як складової воєнної безпеки. Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Військово-спеціальні науки. 2009. № 22. С. 30–33.
7. Баровська А. В. Стратегічні комунікації vs пропаганда та контрпропаганда. Інформаційне суспільство в Україні: стан, проблеми, перспективи. Матеріали щорічної науково-практичної конференції за міжнародною участю «Дні інформаційного суспільства-2015», 19–20 травня 2015 р. Київ: Видавництво «Тезис», 2015. С. 60–63.

8. Баровська А. Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії: аналіт. доп. Київ: НІСД, 2016. 109 с.
9. Бачинін В. А., Журавський В. С., Панов М. І. Філософія права: Підручник для юрид. спеціальностей вищих навч. закладів. Київ: Видавничий Дім «Ін Юре», 2003. 472 с.
10. Березовець Т. Анексія: острів Крим. Хроніки «гібридної війни». Київ: Брайт Букс, 2015. 392 с.
11. Близнюк А. Гібридна війна ХХІ століття. Пропаганда як основна складова у політичних, соціальних та етнічних протистояннях. INTERMARUM: історія, політика, культура. 2015. Вип. 2. С. 390–399.
12. Бондар Ю. Інформаційні війни на Стародавньому Сході Вісник Книжкової палати. 2012. № 10. С. 38-45.
13. В'ятрович В. Рейди УПА теренами Чехословаччини [Текст] : з передмовою й англomовним резюме / Володимир В'ятрович. – Торонто ; Л. : Літопис УПА, 2001. – 204 с.
14. Валюшко І. О. Еволюція інформаційних війн: історія і сучасність / І. О. Валюшко // Історико-політичні студії. Серія: Політичні науки : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана», Ін-т історії укр. суспільства ; редкол. : І. Д. Дудко (голова) [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2015. – № 2. – С. 127–134.
15. Валюшко І. О. Еволюція інформаційних війн: історія і сучасність / І. О. Валюшко // Історико-політичні студії. Серія: Політичні науки : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана», Ін-т історії укр. суспільства ; редкол. : І. Д. Дудко (голова) [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2015. – № 2. – С. 127–134.
16. Василенко М. К. Фантастичний репортаж-застереження як форма впливу на масову свідомість: новації жанру // Українське журналістикознавство. – 2001. – Вип. 2. – С. 41-43

17. Василенко М. К. Фантастичний репортаж-застереження як форма впливу на масову свідомість: новації жанру // Українське журналістикознавство. – 2001. – Вип. 2.
18. Вітушко Н. Перевірка інформації на достовірність у процесі підготовки джерельної бази бібліотечного аналітичного продукту в умовах інформаційного протистояння [Електронний ресурс] / Н. Вітушко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2014. – Вип. 39. – С. 328–339. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nrnbuimviv_2014_39_30.
19. Гнасевич Н. В., Рудакевич О. М. Вплив політичної пропаганди в інформаційно-психологічних операціях: принципи, форми та засоби впливу. Україна в умовах реформування правової системи: сучасні реалії та міжнародний досвід. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Тернопіль, Тернопільський національний економічний університет, 21–22 квітня 2017 р. Тернопіль: Економічна думка, 2017. С. 32–39.
20. Гойман О. О. Маніпулювання масовою свідомістю в умовах сучасної гібридної війни. Грані. 2015. – С. 11.
21. Головка А. А., Токарський О. О. Роль ЗМІ в сучасній інформаційній війні. Молодий вчений. 2016. № 6 (33).
22. Горбань О. Ю. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення / О. Ю. Горбань // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2015. – № 1. – С. 136-141.
23. Горбулін В. П., Додонов О. Г., Ланде Д. В. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання: монографія. Київ: Інтертехнологія, 2009. – С. 13.

24. Доктрина національної безпеки України. Затверджено Указом Президента України № 47/2017 від 25 лютого 2017 року // Доктрина національної безпеки України. Затверджено Указом Президента України № 47/2017 від 25 лютого 2017 року // Офіційне інтернет-представництво Президента України : веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> (дата звернення: 10.03.2018)
25. Дубас О. Інформаційна війна: нові можливості політичного протиборства / О. П. Дубас // Освіта регіону: політологія, психологія, комунікації. – 2010. – № 1. – С. 69-73.
26. Еляшевська Н. Ф. Вразливість України до інформаційної війни. Теле- та радіожурналістика. 2015. Вип. 14.
27. Жадько В. Журналістика та основи редакторської майстерності / В. Жадько. – Київ : Знання, 2012. – 271 с.
28. Жарков Я. М. Аналіз засобів ведення інформаційної боротьби з використанням інформаційних технологій, форм і способів їх застосування / Я. М. Жарков, М. М. Присяжнюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Сер. Військово-спеціальні науки. – 2007. – № 14-15. – Вип. 14. – С. 42-44.
29. Жарков Я. М. Аналіз засобів ведення інформаційної боротьби з використанням інформаційних технологій, форм і способів їх застосування / Я. М. Жарков, М. М. Присяжнюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Сер. Військово-спеціальні науки. – 2007. – № 14-15. – Вип. 14. – С. 42-44.
30. Жарков Я. М. Інформаційно-психологічне протиборство в сучасному світі: проблемно-історичний аналіз / Я. М. Жарков, М. І. Онищук // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Сер. Військово-спеціальні науки. – 2007. – № 14-15. – Вип. 15. – С. 101-104.

31. Жарков Я. М. Інформаційно-психологічне протиборство в сучасному світі: проблемно-історичний аналіз / Я. М. Жарков, М. І. Онищук // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Сер. Військово-спеціальні науки. – 2007. – № 14-15. – Вип. 15. – С. 101-104.
32. Жарков Я. М. Інформаційно-психологічний вплив на війська та населення противника (1939–2000 рр.) : дис. ... канд. іст. Наук : спец. 20.02.22 / Я. М. Жарков. – К., 2007. – 206 с.
33. Жарков Я. М. Інформаційно-психологічний вплив на війська та населення противника (1939–2000 рр.) : дис. ... канд. іст. Наук : спец. 20.02.22 / Я. М. Жарков. – К., 2007. – 206 с.
34. Захід.нет. В ЕС насчитали более 5 тысяч случаев распространения Россией фейков. URL: https://zn.ua/WORLD/v-es-naschitalibolee-5-tysyach-sluchaev-rasprostraneniya-rossiey-feykov-312722_.html
35. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. Київ: Освіта, 1999.
36. Іванов В. Ф. Масова комунікація як соціальне явище. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=118> (дата звернення: 11.09.2019).
37. Інформаційна безпека: соціально-правові аспекти : підручник / [В. В. Остроухов, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк та ін. ; за заг. ред. Є. Д. Скулиша]. – Київ : КНТ, 2010. – 776 с.
38. Інформаційна безпека: соціально-правові аспекти : підручник / [В. В. Остроухов, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк та ін. ; за заг. ред. Є. Д. Скулиша]. – Київ : КНТ, 2010. – 776 с.
39. Історія інформаційно-психологічного протиборства : підруч. / [Я. М. Жарков, Л. Ф. Компанцева, В. В. Остроухов, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Є. Д. Скулиш] ; за заг. ред. д.ю.н., проф., засл. юриста

- України Є. Д. Скулиша. – Київ : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. – 212 с.
- 40.Калініченко Б. М. Визначальні напрями формування стратегії протистояння інформаційній війні. Держава і право: Збірник наукових праць. Серія Політичні науки. Випуск. 83. Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України. Київ: Вид-во «Юридична думка», 2019. – С. 86.
- 41.Калініченко Б. М. Гібридна війна у парадигмі сучасної теорії пізнання. Humanities and Social Science. VIII (37). Issue: 223, 2020, Feb, Budapest. С. 26–31. Режим доступу: <https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-223VIII37>
- 42.Калініченко Б. М. Особливості здійснення контрпропаганди в умовах гібридної війни. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 22. Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін. Збірник наукових праць. Відп. ред. О. В. Бабкіна. Випуск 23. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. С. 74–80.
- 43.Карпенко В. Інформаційний простір як чинник національної безпеки України. Українознавство : науковий громадсько-політичний культурно-мистецький релігійно-філософський педагогічний журнал. 2005. № 3. С. 182-192.
44. Карпенко В. Основи професійної комунікації / В. Карпенко. – Київ : Нора-прінт, 2002. – 348 с.
45. Конституція України від 28.06.1996 // Відомості Верховної Ради України. –1996. – № 30. – С. 141
- 46.Концепція національної безпеки України URL: http://www.w1.s1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_
47. Кормич Б. Інформаційна безпека: організаційно-правові основи : [навч. посіб.] / Кормич Б. – Київ : Кондор, 2004. – 384 с.

- 48.Кормич Б. Інформаційна безпека: організаційно-правові основи : [навч. посіб.] / Кормич Б. – Київ : Кондор, 2004. – 384 с.
49. Короход Я. Д. Інформаційно-психологічні війни – зброя XXI Актуальні проблеми політики. 2013. Вип. 50. С. 299-307.
- 50.Косошов О. М. Методика визначення пріоритетів показників, що характеризують рівень загроз інформаційній безпеці держави. Збірник наукових праць Харківського університету Повітряних Сил. Харків: ХУПС ім. Івана Кожедуба, 2018. Випуск 2 (39). С.163–166.
- 51.Курбан О. Медіавіруси та їх використання як інформаційної зброї. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/34.pdf>
52. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі / О. В. Курбан. – Київ : ВІКНУ, 2016. – 286 с.
- 53.Магда Є. Виклики гібридної війни: інформаційний вимір. Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. 2014. № 5. С. 138–142.
54. Манойло А. В. Информационно-психологическая война как средство достижения политических целей URL: <http://www.azerilove.net/articles/85/1/>
- 55.Маруненко О. Зовнішні і внутрішні інформаційні війни у медійному просторі України / Олександр Маруненко // Освіта регіону. Політологія, психологія, комунікації. Український науковий журнал [Текст]. — 2011. — № 4. — С. 92.
- 56.Носов В. Окремі аспекти протидії інформаційній війні в Україні / В. Носов, О. Манджай // Правове, нормативне та метрологічне забезпечення системи захисту інформації в Україні. – 2015. – Випуск 1 (29). – С. 26-32.
57. Парута О. Суб'єкт правової ідентичності : загальнотеоретичні аспекти Європейські перспективи. 2013. № 13. С. 12-16.
- 58.Пода Т. А. Інформаційна війна як стратегія формування політичної свідомості(соціально-філософський аналіз) / Т. А. Пода // Вісник

- Національного авіаційного університету. Сер. : Філософія. Культурологія. – 2014. – № 1. – С. 67-70.
59. Половинчак Ю. Війни смислів у сучасному російсько-українському протистоянні / Ю. Половинчак // Наук. записки Ін-ту журналістики. – 2016. – Т. 3 (64). – С. 16–22.
60. Правовий вимір державної інформаційної політики України в умовах глобальних викликів: монографія / Кресіна І. О., Горбатенко В. П., Коваленко А. А., Стойко О. М., Явір В. А., Батанова Н. М., Кукуруз О. В., Тарасюк В. М., Ходаківський М. Д. / за ред. І. О. Кресіної. Київ: Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2018. 282 с.
61. Пригорницька О. Регіональні ЗМІ як інструмент для маніпуляції громадською думкою [Електронний ресурс] / О. Пригорницька // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2015. – Вип. 41. – С. 588–600. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nprnbuimviv_2015_41_45.
62. Рябоконт О. Маніпуляції масовою свідомістю в політичному сегменті соціальних мереж [Електронний ресурс] / О. Рябоконт // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2012. – Вип. 33. – С. 543–553. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nprnbuimviv_2012_33_50.
63. Саприкін О. Інформаційна експансія, інформаційна війна та інформаційна атака у засобах масової інформації на прикладі Євро-2012 Вісник Книжкової палати. 2013. № 1. С. 40-43.
64. Саприкін О. Інформаційна експансія, інформаційна війна та інформаційна атака у засобах масової інформації на прикладі Євро-2012 / О. Саприкін // Вісник Книжкової палати. – 2013. – № 1. – С. 40-43.

65. Сенченко М. Невидимі інформаційні війни нового покоління : теорія мережоцентричної війни на практиці Вісник Книжкової палати. 2011. № 11. С. 3-6.
66. Сенченко О. Інформаційні війни як фактор трансформації соціальних систем / О. Сенченко // Вісник Книжкової палати. – 2015. – № 9. – С. 40-46.
67. Смольц С. П. Інформаційна війна як чинник формування суспільного буття Вісник Національного технічного університету України “Київський політехнічний інститут”. Філософія. Психологія. Педагогіка. 2011. № 3. С. 70-74.
68. Стратегія і тактика гібридних війн в контексті військової агресії Росії проти України. Борисфен Інтел. 24 листопада 2014. URL: <http://bintel.com.ua/uk/article/print/gibrid-war/>.
69. Требін М. П. Феномен інформаційної війни у світі, що глобалізується Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Сер. : Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2013. № 2. С. 188–198.
70. Фісун А. Генеза поняття «інформаційна війна» / Анна Фісун // Гілея (науковий вісник) : [зб. наук. праць] / гол. ред. В. М. Вашкевич. – Київ : ВІР УАН. – 2011. – Випуск 49. – С. 534-539.
71. Хорошко В. О., Хохлачова Ю. Є. Інформаційна війна. ЗМІ як інструмент інформаційного впливу на суспільство. Частина 1. Інформаційна безпека. 2016. № 22 (3). С. 283–288.
72. Чистоклетов Л. Г. Інформаційно-психологічні впливи як невід’ємна складова парадигми інформаційної безпеки / Л. Г. Чистоклетов, В. Й. Шишко // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. – 2012. – 2(1). – С. 183-193.

73. Шевчук П. І. Інформаційно-психологічна війна Росії проти України: як їй протидіяти. Демократичне врядування. 2014. Вип. 13. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2014_13_11
74. Шумка А. В. Черник П. П. Інформаційно-мережева війна – нова форма міждержавного протиборства початку ХХІ ст. Військово-науковий вісник. 2013. Вип. 19. С. 243-255.
75. Юдін О. Інформаційна безпека держави / О. Юдін, В. Богуш. – Х. : Консул, 2005. – 576 с.
76. Analysis of Russia's information campaign against Ukraine [Electronic resource]. – Mode of access: www.stratcomcoe.org/download/file/fid/375. – Title from the screen.
77. DiSenso Maj David J. IW Cyberlaw The Legal Issues of Information Warfare Airpower Journal. Summer 1999. P. 85-102
78. Internet-trolling as a hybrid-warfare tool [Electronic resource]. – Mode of access: www.stratcomcoe.org/internet-trolling-hybrid-warfare-tool-case-latvia. – Title from the screen.
79. The manipulative techniques of the Russia's information campaigns against Ukraine [Electronic resource]. – Mode of access: www.stratcomcoe.org/manipulative-techniques-russian-information-campaign-against-ukraine. – Title from the screen.
80. Yurcik W. Information Warfare: Legal and Ethical Challenges of the Next Global Battleground URL: https://www.researchgate.net/publication/2831747_Information_Warfare_Legal_and_Ethical_Challenges_of_the_Next_Global_Battleground