

## РЕГІОНАЛЬНІ МАС-МЕДІА В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ ВІЙНИ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ

Путькалець Л. А., Вишнеvsька Г. Б.

### ВСТУП

Окрім реальних бойових дій, Росія веде проти України інформаційно-психологічну війну. Країна-агресор використовує у маніпулятивній пропаганді мас-медіа, за допомогою яких намагається впливати на мислення, а відтак і переконання громадськості. Моніторинг мовлення російських телеканалів (Росія 24, НТВ, Первый канал), дає підстави стверджувати, що вони цілеспрямовано поширюють неправдиву інформацію про військову та економічну ситуацію в Україні, а також ретранслюють ці повідомлення у деяких світових медіа.

Під час повномасштабного вторгнення в Україну Росія посилила інформаційно-психологічну війну. Зокрема, новинних випусках російських ЗМІ збільшило повідомлень про Україну. Обговорюють ситуацію в нашій державі і на різних ток-шоу у Росії. Інформація подається однобоко, викривлено, а також транслюється чимало вигадок. Втім, усе це впливає на громадську думку здебільшого жителів Російської Федерації.

Російські ракети намагаються вразити українців фізично, фейками Кремль хоче знищити морально. Зокрема, неправдиві повідомлення країна-агресор поширює в українському інформаційному просторі. Таким чином окупант планує зневірити українців у власних силах. Знайти фейки, розрізнити їх – це бути озброєними в інформаційній війні. Найбільш поширені фейки Російської Федерації розвінчують ГО «Детектор медіа», інші громадські організації, науковці.

Досліджуючи інформаційно-психологічну війну, професор В. Лизанчук писав: «Духовно-естетичний світ українців опинився між чужими культурами – нав'язливою російською попсою та музичним продуктом англо-саксів. Їхні бізнесові мегаквазікультури на емоційно психологічному рівні позбавляють українців національної сутності, намагаються нав'язати космополітичний спосіб життя<sup>1</sup>. Вважаємо, що ця проблема загострюється в Україні через

---

<sup>1</sup> Лизанчук В. В. Російська інформаційно-психологічна війна проти України: мета і завдання, методи і форми. *Теле- та радіожурналістика*. 2017. Вип. 16. С. 102–121.

незахищений інформаційний простір, який залишається вразливим до зовнішніх впливів. «Чим більше йдеться про формування інформаційної сфери загалом та медіа-простору зокрема в умовах глобалізації, тим актуальнішою стає проблема збереження інформаційного суверенітету, який безпосередньо пов'язаний з державним суверенітетом, а отже і з існуванням держави як такої. Тобто існування загрози інформаційному суверенітету держави призведе до загрози втрати державності. Поряд з цим абсолютна ізоляція інформаційного та медіа-простору неможлива за умов розвитку демократії, а отже формування відкритішого суспільства»<sup>2</sup>.

Питанню інформаційної війни присвячено ряд наукових досліджень. Вперше цей термін було згадано в Китаї в 1985 р. «У будь-якій війні, як правило, найкраща політика зводиться до захоплення держави в цілому... Здобути сотні перемог в бою – це не межа мистецтва. Підкорити супротивника без бою – ось це вінець мистецтва»<sup>3</sup>. Мета будь-якої інформаційної війни – послабити моральні сили супротивника, а головне – зміцнити власні. Інформаційна боротьба відбувається на ідеологічному рівні й передбачає вплив на свідомість людини. Д. Прокоф'єв дав таке визначення цьому процесу: «Інформаційна війна – це дії, розпочаті для досягнення інформаційної переваги шляхом завдання шкоди інформації, процесам, що базуються на інформації та на інформаційних системах супротивника при одночасному захисті власної інформації, процесів, що базуються на інформації та на інформаційних системах. Основні методи інформаційної війни – блокування або спотворення інформаційних потоків»<sup>4</sup>. У дослідженні ми розглянемо найбільш поширені фейки, які Російська Федерація поширює в інформаційному просторі України та в інших державах.

## **1. Інформаційно-психологічний вплив Російської Федерації під час повномасштабного вторгнення в Україну**

Інформаційні війни активізувалися у ХХ столітті. Головним полем боротьби стали засоби масової комунікації. Саме через газети, радіо, а пізніше телебачення почала поширюватися

---

<sup>2</sup> Малик І. Національний медіа-простір в умовах глобалізації: прийоми боротьби та правила захисту. *Українська національна ідея та перспективи розвитку*: Зб. наук. пр. Львів, 2008. вип. 21. С. 122–127.

<sup>3</sup> Ліпкан В. Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції. Київ : КНТ, 2006. С. 21–65.

<sup>4</sup> Інформаційна війна – зброя масового знищення! *Інститут масової інформації*. URL: <http://www.telekritika.ua/>.

інформація, яка ставала масовою і впливала на громадську думку. «Одним із головних методів ведення інформаційно-психологічної війни є пропаганда, тобто поширення різних політичних, філософських, наукових, художніх, інших мистецьких ідей з метою упровадження їх у громадську думку та активізації і тим самим використання цих ідей у масовій практичній діяльності населення. Водночас до пропаганди належать повідомлення, які поширюються для справляння вигідного впливу на громадську думку, провокування запрограмованих емоцій та зміни ставлення до певної ситуації або поводження певної групи людей, безпосередньо чи опосередковано, вигідного організаторам»<sup>5</sup>.

На початку повномасштабної російсько-української війни поширювалися фейки про те, що нібито російські військові «прослуховують» телефонні розмови українців. У соціальних мережах та ЗМІ ширилися повідомлення про встановлення російськими військами антени для прослуховування телефонних розмов українців. Наразі жодного підтвердження про встановлення такого обладнання немає, у цьому запевнили у Держспецзв'язку. Голова Держспецзв'язку Юрій Щиголь розповів, що такі заяви виявилися фейками і частиною інформаційно-психологічних операцій. Вони мали на меті залякати українців, а також примусити їх припинити повідомляти інформацію про місця ворожої техніки. Також у Держспецзв'язку додали, що це – не єдиний випадок поширення серед громадян дезінформації. Раніше розповсюджували фейки, що вночі українцям телефонуватимуть з невідомих номерів з метою наведення цілей для авіабомбардування і радили відключати телефони. Такі меседжі теж були неправдивими. У службі пояснили, що встановити точне місцезнаходження таким чином неможливо.

За інформацією ГО «Детектор медіа», популярний меседж російської пропаганди – Захід багато років начебто «штовхав Україну до конфлікту» з Росією. Цю тезу поширюють телеграм-канали, які адмініструють спецслужби Росії. Насправді, в Україні не конфлікт з Росією, а війна, яку Росія розв'язала у 2014 році – спершу окупувавши Крим, а потім деякі райони Донецької та Луганської областей, у 2022 році Росія розпочала повномасштабний наступ на українські території.

---

<sup>5</sup> Горбань Ю. О. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення. *Вісник Національної академії державного управління при Президентіві України*. Київ, 2015. № 1. С. 136–141.

У квітні 2022 року Росія поширювала фейк про те, що Маріупольський «Азов» нібито «закликав українців до повалення влади». Українцям надсилали листи із закликами до повалення Уряду нібито від захисників Маріуполя. Однак на офіційному сайті Маріупольського «Азову» повідомили, що встановили хостинг, з якого відправлено листи, він знаходиться в м. Цюрих (Швейцарія), а поштову скриньку створили кілька днів тому – 22 березня. Сам відправник і викладена ним позиція не мають жодного відношення до полку «Азов» – повідомляє ГО «Детектор медіа».

Фейк – ЗСУ начебто «застосовували хлор та фосфор» на Херсонщині та Луганщині. Такі повідомлення поширюють російські ЗМІ та прокремлівські канали. Центр протидії дезінформації при РНБО України попередив, що це чергова спроба Росії підготувати інформаційне поле для виправдання воєнних злочинів та спроба залякати населення на тлі передислокації окупаційних військ. «Таку дезінформаційну кампанію у російських медіа зафіксовано 27 лютого для поширення паніки серед населення України. Ворог повідомляв про начебто українські провокації з фосфором в ОРДЛО. Тоді кремлівські медіа намагалися перекласти відповідальність за використання забороненої зброї на українські Збройні Сили» – повідомили у Центрі протидії дезінформації при РНБО.

За інформацією ГО «Детектор медіа», російські інформаційні ресурси повідомляли, що фото та відео з Бучі – це нібито «провокація України, щоб отримати допомогу Заходу дискредитувати армію Росії та зірвати мирні угоди». Міністерство оборони Росії, російські пропагандистські ЗМІ та телеграм-канали активно працювали над виправданням ситуації в Бучі, де після відходу російських військ знайшли щонайменше 400 вбитих та закатованих мешканців. Російська пропаганда не мала єдиного підходу для цього кейсу, тому поширювала абсолютно різні меседжі та маніпулятивні повідомлення – від версій про постановку та фейкові фото до версії, що вбивали нібито українські військові «для картинки» для іноземних ЗМІ. «Детектор медіа» зафіксував 18 варіацій пропагандистських меседжів. Не всі вони пов'язані між собою, але всі спрямовані на виправдання Росії. Найпопулярніший меседж, який просуває й влада Росії, – це «постановка» або «провокація» української влади, щоб буцімто змусити Захід дати зброю та авіацію, дискредитувати армію Росії, зірвати мирні угоди та підбурити до насилля.

## 2. Робота регіональних медіа в умовах інформаційно-психологічної війни Росії проти України

Загалом Росія веде інформаційно-психологічну війну проти України понад два десятиліття. Під час Євромайдану та Революції Гідності інформаційний вплив посилювався. Національна експертна комісія з питань захисту суспільної моралі дослідила інформаційну аудіовізуальну продукцію в Україні у 2013 р. У результаті – з двісті п'ятдесяти серіалів, ста телевізійних шоу, сімдесяти мультфільмів, понад 80 % – російського виробництва. Відтак психологічна війна полягає насамперед у заволодінні інформаційним ринком.

У російських фільмах пропагуються хабарництво, алкоголізм (кадри з розпивання алкогольних напоїв показують чи не в кожній російській мелодрамі). Відтак ця проблема загострюється в Україні попри антиалкогольну кампанію. У серіалах «Менти», «Глухар», «Бригада» позитивними героями є поліцейські та політики, які беруть хабарі або вирішують проблеми незаконними способами. «Останніми роками простежується засилля російських телепрограм на нашому телебаченні: нескінченні серіали зранку, вдень і ввечері, різноманітні ток-шоу (часто доволі цинічні й вульгарні за змістом) щодня пропонують українцям для перегляду. У цих передачах нас обтяжують російськими проблемами, пропагують російський світогляд, що аж ніяк не сприяє національно-патріотичному вихованню молодого покоління. За нашими підрахунками, вздовж доби на українського глядача спрямовано 80–85 % російськомовних телевізійних передач»<sup>6</sup>.

Бойові дії Росії проти України супроводжуються інформаційно-психологічною війною. Це підтверджує і той факт, що Росія створила комп'ютерну гру «Майдан», яку запустили після анексії Криму. «Як це не прикро, але Російська Федерація багато в чому наслідує і навіть повторює методи та прийоми ідеологів фашистської Німеччини. Так, анексію Криму в Москві мотивували торжеством історичної справедливості та захистом російськомовних громадян. Такі самі ідеологеми висловлювали й апологети фашистської Німеччини, пояснюючи відторгнення від Чехії Судетської області у 1939 р.»<sup>7</sup>.

Російські мас-медіа за допомогою маніпулятивних засобів впливають на емоції аудиторії, оскільки завдання пропагандистської машини – повідомляти те, у що повірять. Відтак інформаційні

---

<sup>6</sup> Темех Н. Телебачення і формування духовності молоді: теорія і практика : навч. посіб. Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. 150 с.

<sup>7</sup> Горбань Ю. О. С. 116.

випуски російського телебачення регулярно поширюють вигадки про Україну, які населення сприймає за правду.

Враховуючи умови інформаційно-психологічної війни, Україні необхідна конкретна програма дій. Насамперед потрібно виявляти маніпуляцію російських ЗМІ, розкривати технологію країни-агресора, давати відсіч інформаційним атакам. У цьому напрямку важливою є експертна робота, якій має передувати створення концепції боротьби з ворогом, що ґрунтується на моральних принципах.

Виокремлюємо основні методи російської інформаційно-психологічної війни проти України:

- дезінформування і маніпуляція;
- поширення чуток;
- маніпулятивна пропаганда і психологічний вплив.

Сприймаючи інформацію, люди відштовхуються від своїх установок і переконань. Втім, довіру у реципієнтів викликають звичні для них засоби масової комунікації, які усвідомлюють відповідальність за кожне повідомлення. «Ціна слова і зображення на екрані надто висока. Ті представники ЗМІ, що бувають у самій гущі «гарячих точок» в Україні, виявили мужність і показали свою громадянську позицію, діяли за морально-духовними принципами, заслуговують найбільшої пошани. Тяжко, певно, залишатися повністю об'єктивним у висвітленні військових дій. Та, крім професійних обов'язків, кожен повинен бути Людиною й Громадянином»<sup>8</sup>.

В умовах інформаційно-психологічної війни мас-медіа повинні дбати про свій авторитет в аудиторії, здобувати її довіру, захищати інтереси громадян країни. Важливо вчасно реагувати на маніпуляцію ворога. Відтак в Україні у період Революції Гідності був створений інформаційний ресурс [www.stopfake.org](http://www.stopfake.org), завдання якого – розвінчувати міфи російських аудіовізуальних і друкованих ЗМІ. «Матеріали на сайті публікують російською та англійською мовами, їх використовують також телевізійні журналісти. Сайт набуває популярності не лише в Україні, а й за кордоном, а також у Росії. Хтось пише матеріали, хтось перевіряє, хтось перекладає. Очевидно, що журналісти роблять якісь кроки, але їх треба робити ще більше, а ще урізноманітнювати. Адже з російського боку – це цілеспрямована діяльність, яка підтримується урядом. На це працюють потужні канали. Багато матеріалів розміщують у закордонних

---

<sup>8</sup> Дворянин П. Новини на регіональному телебаченні: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Франка, 2016. 262 с.

ЗМІ. Відтак відповідні ініціативи повинні підтримуватися також нашим урядом і громадськістю»<sup>9</sup>.

Серед маніпулятивних засобів, які використовують російські мас-медіа, найбільш поширена дезінформація, що працює за принципом класика дезінформації Гебельса – чим жахливіша брехня, тим більше шансів, що у неї повірять. До прикладу, на російському телебаченні періодично з'являються сюжети з підставними героями, чимало вигаданої, нічим не аргументованої інформації. Таким чином російські ЗМІ намагаються створити іншу інформаційну реальність. Люди, які дивляться тільки російські канали, живуть у цій реальності. Відтак в умовах російської інформаційно-психологічної війни важливо, щоб українські ЗМІ зайняли активну позицію, розповідаючи правду про реальний стан справ. «Суспільно-політична ситуація в Україні і світі спричинилася до того, що 30–35 % новинних повідомлень несуть інформацію про бойові дії, путінський цинізм і підступність, реакцію української громадськості на агресію Російської Федерації, волонтерський рух в Україні і за її межами, героїзм і самопожертву громадян у війні за українську незалежність. До 15–17 % зросла кількість матеріалів про взаємовідносини, взаємовпливи, взаємовізнання жителів різних регіонів, зокрема ставлення переселенців (дорослих, молоді, дітей), які із значними морально-психологічними проблемами вписуються у середовище громад, де вони вирішили проживати»<sup>10</sup>.

Російські телеканали у новинних програмах показують матеріали з постановочними кадрами, ілюструють сюжети про військову ситуацію в Україні відеорядом з інших держав. До прикладу, російський телеканал НТВ підготував відеоматеріал про хлопчика-підлітка Стаса, якого «мучили» бійці Нацгвардії. Військові нібито погрожували вбити батьків хлопчика, якщо він не погодиться їм допомагати. За історією російських кореспондентів, хлопцеві зробили укол наркотиком, одягнули нашпигований радіопередавачами бушлат, відправили до блокпосту бойовиків й розпинали. У сюжеті йшлося, що «хлопчик мав стати електронною точкою на карті нацгвардійців, електронною мішенню для їхніх ракет». За дослідженням авторів видання StopFake, хлопчика, якого відзняли у сюжеті російські журналісти, ніхто не викрадав. Крім цього, він має

---

<sup>9</sup> Путькалець Л. Роль регіонального державного телебачення України під час інформаційної війни. *Вісник Львівського університету. Серія: Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 213–218.

<sup>10</sup> Дворянин П. С. 116.

легку ступінь розумової відсталості. Російські журналісти зазначили, що дитину розпинали на очах у тисячі свідків. Однак, як виявилось, про це «розп'яття» ніхто з місцевих жителів Слов'янська і не чув.

Черговий фейк запустив в ефір Перший канал Росії. У сюжеті цього телеканалу житель села Степанівка Шахтарського району Донецької області нібито переповідає слова українських військових, які вимагали дякувати їм за те, що вони не розстрілюють місцеве населення. Чоловік переконаний, що українські бійці отримали команду від влади всіх знищувати. Насправді це село було зруйноване бойовиками так званої ДНР, які вбивали і мирних жителів.

Отже, Росія активно використовує для маніпулятивної пропаганди засоби масової комунікації. Українські медіа періодично дають відсіч інформаційному наступу, розвінчуючи вигадки російських ЗМІ. На наш погляд, це потрібно робити частіше. Оскільки чимало громадян не усвідомлює, що проти України ведеться цілеспрямована інформаційно-психологічна війна. В таких умовах важливо також демонструвати єдність українців. Актуальними будуть журналістські матеріали про солідарність жителів сходу та заходу України. Відтак суспільне телебачення у Тернополі започаткувало цикл сюжетів у новинах про відпочинок дітей зі Східної України у містах західного регіону. Також діти із західних областей їздили на схід до своїх ровесників. Така комунікація сприяла єдності жителів різних регіонів України. Відтак сюжети на цю тему дуже актуальні в період інформаційно-психологічної війни.

Російська Федерація використовує у своїх цілях й Інтернет-простір. Там можливості для країни-агресора безмежні. Відреагувати на всі російські фейки Україна не зможе, але всесвітня мережа залишається потужним ресурсом для репрезентації і власних інтересів. «Хто хоче знати правду, може знаходити інформацію в Інтернеті. Мета тих, хто відключає українське телебачення – створити російське інформаційне середовище, щоб люди перебували у відчутті, що вони живуть у Росії. Проблема в тому, якби ці люди були частиною українського інформаційного середовища, це б викликало супротив. На жаль, не існувало повноцінної мовної пропозиції. З одного боку це нормально, адже мова творить країну. Якщо б усі розмовляли українською, не було б проблем із самовизначенням і цілісністю країни. Але у нас інші реалії. Це велика поразка України і українських майданів»<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> Путькалець Л. С. 213.

На нашу думку, якби в усіх регіонах України розмовляли українською мовою, проблем самоідентифікації українців не виникало б. Науковець В. Лизанчук пише: «Для українців, як для будь-якої іншої нації, мова є домом життєдайного буття, духовним, світоглядним, націєтворчим коренем. Теза, яку цілеспрямовано нав'язують, мовляв, «какая разніца на каком языке говоритъ – был бы хороший человек», в умовах України цинічно фальшива, є формою нинішнього повзучого, так званого м'якого російщення, яке підступно висмоктує з українців національну сутність, культивує російську імперську свідомість, створює передумови нефункціональності української мови. За ігноруванням комунікативної функції мови приховано знищення не менш важливих інших функцій: ідентифікаційної, експресивної, гносеологічної, мислєтворчої, естетичної, культуриносної, номінативної тощо. Тобто, питання всебічного функціонування української мови в усіх державних і суспільних інституціях є питанням життя або смерті української нації, національної держави, української України»<sup>12</sup>.

Росія використовує факт неофіційної двомовності України, розповідаючи історії про те, як «українськомовні бандерівці знушаються над російськомовними жителями Східної та Південної України». Російські засоби масової інформації репрезентують Україну тільки під кремлівським кутом зору. Метод суб'єктивізму – один із часто використовуваних в інформаційно-психологічній війні. Як наслідок – у населення з'являються установки, а відтак і переконання щодо ситуації в Україні. Потім змінити ці переконання надзвичайно складно. Тому росіяни починають ставитися вороже до патріотів-українців, які розмовляють українською мовою та відстоюють незалежність своєї Батьківщини.

Російські телеканали від початку антитерористичної операції показували сюжети про те, що в Україні нібито знушаються над російськомовними громадянами. Ці міфи намагалися розвінчувати навіть жителі сходу та півдня України. Втім, часті месиджі російських ЗМІ сформували певний стереотип серед громадян РФ, переконати їх у протилежному може хіба особистий досвід перебування в українськомовному середовищі.

Серед маніпулятивних технологій російських мас-медіа – руйнування символів. В інформаційно-психологічній війні це має неабиякий вплив на мислення людей. Перед Новорічними святами на російському телебаченні поширили інформацію про те, що в

---

<sup>12</sup> Лизанчук В. В. С. 103.

Україні забороняють Діда Мороза, бо він російський герой. Частина росіян вірить у ці дві нісенітниці: перша – це заборона, друга – це те, що Дід Мороз тільки російський герой. Така маніпуляція має значення в інформаційній війні, тому українські засоби масової інформації не промовчали. Зокрема, на Тернопільському телебаченні дослідили цю тему і підготували для новин розгорнутий аналітичний сюжет, у якому йшлося: «У відповідь російським політикам українці ж відповідають: не присвоюйте славнозвісного Діда Мороза. Бо те, що цей персонаж добре прижився за радянських часів – зовсім не означає, що створили його росіяни і винятково російським він ніколи не був»<sup>13</sup>.

Під час інформаційно-психологічної війни машина пропаганди використовує різні засоби впливу. Оскільки завдання агресора – створити правдоподібну картинку для засобів масової інформації. При цьому ворог нехтує будь-якими моральними принципами. До прикладу, у Тернополі так званий благодійний фонд організував акцію для соціально незахищених жителів міста. Їм роздавали хліб. Проте, як виявилось, це була лише послуга агресору.

«Фонд добрих людей» зареєстрований у Харкові. Так звані волонтери звідти намагалися допомагати незаможним пенсіонерам Тернополя. Проте вже на другий день в ефірі російського телебачення розказували історії про те, що в Тернополі голод, і волонтери з Харкова привезли безкоштовний хліб. Відтак засобом боротьби в інформаційній війні стає навіть благодійність. У Тернополі роздали кілька десятків буханок хліба, а телебачення показало, нібито нагодували всіх соціально незахищених жителів міста. Очевидно, що тернополяни не розуміють, що Україна перебуває у стані війни, і картинка з нібито благодійної акції на наступний день з'явиться на екранах російського телебачення з текстом, що у Тернополі голод. Чи потрібна така благодійна акція у Тернополі? Допомогти тим, хто у скрутних умовах, можуть місцеві благодійні фонди, які знаходяться при храмах різних конфесій. Там можна отримати не лише хліб, а й інші необхідні речі. А от де справді необхідна така допомога – це на Східній та Південній Україні, оскільки там відбуваються бойові дії, і місцеві жителі помирають з голоду. Проте на Донбасі люди й не чули про існування «Фонду добрих людей». Очевидно, що країна-агресор поставила завдання – створити кадри геноциду на Галичині<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> Путькалець Л. А. С. 214.

<sup>14</sup> Путькалець Л. А. С. 215–218.

Регіональне телебачення у Тернополі мало б дати відсіч агресору в інформаційній боротьбі. Проте на історію з благодійністю місцеві телеканали у Тернополі майже не звернули уваги. У новинах було лише кілька інформаційних сюжетів про акцію. На нашу думку, в умовах інформаційно-психологічної війни регіональне телебачення мало б проявити більш активну позицію.

Картинка для російського телебачення щодо України створюється кожного дня. Їхні аудіовізуальні засоби масової інформації, зазвичай, не оминають у своїх випусках військової та суспільно-політичної ситуації в Україні. Ці теми маніпулятивні пропагандисти подають у звичному для себе контексті, викривляючи реальні факти, спотворюючи дійсність. «У путінській Росії немає державної пропаганди, оскільки немає ідеології, тобто системи ідей, що описують привабливий для більшості образ майбутнього. Російський телевізор виробляє не ідеї, а відчуття: ненависті, злості, а також «національного приниження» і його зворотної сторони – відчуття імперської переваги»<sup>15</sup>.

Отже, російські засоби масової інформації працюють за принципом Гебельса – чим жахливіше повідомлення, тим більше шансів, що в це повірять. Пропагандистська машина намагається впливати насамперед на емоції людей. Для цього на телебаченні створюються відповідні образи. Нерідко російські ЗМК використовують і підставних героїв. Під час Революції Гідності російське телебачення показувало жінок, які нібито тікають до Росії, бо їх переслідують і змушують говорити українською мовою. У російських новинах було немало сюжетів про те, як солдати-добровольці із Західної України знущуються над дітьми зі сходу. Це добре продумана вигадка з використанням підставних героїв. Така інформація впливає на емоції, на свідомість і добре запам'ятовується.

Російські ЗМІ спекують навіть людськими смертями і трагедіями. Поширеними у російських мас-медіа є маніпуляції за участю дітей. Кореспондентка російського телеканалу LifeNews поширила в Інтернет-ЗМІ фото восьмирічного хлопчика, який нібито загинув через українських військових в аеропорту Донецька. Раніше цією фотографією спекулювали інші електронні ЗМІ, у повідомленнях йшлося, що хлопчикові дванадцять років. Проте світлина не має жодного відношення ні до подій у Донецьку, ні до Слов'янська. Вона була зроблена у квітні 2013 р. у Сирії. Цю інформацію підтвердили й сирійські офіційні джерела.

---

<sup>15</sup> Яковенко І. Про вибір співрозмовників. *День*. 2019. 11 липня.

Щоб продемонструвати «жорстокість» українських військових, телеканал «Россия 1» показав кадри з Кабардино-Балкарії (Північний Кавказ), яким уже понад два роки. Після розголошування походження відео, заступник гендиректора ДТРК Дмитро Кисельов вирішив спростувати інформацію і назвав це випадковою помилкою.

Засоби масової інформації у Росії часто самі собі заперечують. Окремі ресурси настільки непередбачувані, щоповідомляють однакові новини з різним трактуванням. Наприклад, матеріали для київської і московської аудиторії подають у кардинально різних контекстах. «Російські ЗМІ тотально обдурюють громадян своєї країни, а також вздовж і впоперек прострілюють брехнею інформаційний простір України, отруюючи свідомість українців, насамперед жителів східних і південних регіонів. Козирна карта московської маніпулятивної пропаганди – нацизм, так званий український фашизм»<sup>16</sup>.

Росія веде інформаційно-психологічну війну проти України не лише у її регіонах, а й в інших країнах з метою дискредитації держави. Схожа ситуація спостерігалася і в Литві, яка була окупована Радянським Союзом упродовж п'ятдесяти років. На захист України у Європейському Союзі, Раді Безпеки ООН та в інших міжнародних організаціях виступає Литва. Оскільки ця країна не з чуток знає, на що здатний Кремль. Кремлівська пропагандистська машина намагається максимально ефективно працювати у Литві, щоб змінити громадську думку щодо подій в Україні.

Незалежний центр вивчення громадської думки “Vilmorus” опублікував результати опитування литовських громадян щодо війни в Україні. Відтак вперше за багато років жителів Литви були поділені на дві групи: литовці і нелитовці. Остання включає російську та польську меншини Литви. Результати двох груп практично протилежні. Більшість литовців вважає, що винна у війні в Україні Росія, а нелитовці думають, що винна Україна. Результати опитування росіян Литви виявили антизахідні та антиукраїнські настрої. Причиною такої ситуації називають інформаційний вакуум для російськомовного населення.

Активним споживачем російських новин у Литві є польська громада. 22 % поляків Литви відповіли, що Україна винна у війні, аналогічна кількість назвала США та ЄС. Парадоксально, що на громадську думку поляків Литви впливає не проукраїнська і прозахідна Польща, а антиукраїнські російські канали.

---

<sup>16</sup> Дворянин П. С. 50.

Як бути в умовах інформаційної агресії Росії, вирішували українські експерти. Вони дійшли висновку, що найкраща контрпропаганда – це правда. Українські інформаційні війська – це платформа із патріотів, які готові доносити правду. Однак необхідно обрати правильний інструментарій донесення.

## **ВИСНОВКИ**

Отже, інформаційний простір України залишається вразливим до агресії Росії. З боку держави можна спостерігати певні спроби захистити його. До прикладу, у травні 2017 р. Президент України підписав рішення про блокування російських інформаційних ресурсів. Однак цього недостатньо, щоб вберегти українців від щоденного інформаційного наступу Росії. В інформаційно-психологічній війні потрібно діяти системно й відповідати правдою.

Діяльність регіонального телебачення в період інформаційно-психологічної війни також переоцінити важко. На регіональному рівні важливо давати відсіч наступу країни-агресора, насамперед треба реагувати на ті фейкові новини, які стосуються конкретного регіону. Мусимо визнати, що регіональне телебачення недостатньо реагує на агресію Росії.

В інформаційно-психологічній війні потрібно діяти системно. Необхідно відвойовувати власний інформаційний простір. Не менш важливою є позиція сусідніх країн. Боротьба була б ефективнішою, якби нас підтримували країни-союзники. Більшість українських експертів вважає, що захід повинен включитися в інформаційну війну з Росією. Варто поширювати правдиві повідомлення про те, що відбувається в Україні насправді. Чим більше буде такої інформації у різних закордонних виданнях, тим більше шансів виграти інформаційну війну.

В період інформаційно-психологічної війни потрібно констатувати її наявність. Громадяни країни мають право знати, що проти їхньої держави ведеться цілеспрямована інформаційна агресія. Крім того, важливо пробуджувати патріотичну позицію місцевих жителів. Адже для ефективної боротьби в інформаційно-психологічній війні треба чимало сил.

Ми вже зазначали, що основний інструмент в інформаційній війні – це правда. Тільки правдою можна перемогти будь-яке зло. Відтак українські засоби масової інформації повинні бути об'єктивними, щоб здобути довіру аудиторії. Це дуже важливо під час інформаційно-психологічної війни.

Необхідною в інформаційно-психологічній війні залишається просвітницька робота серед молодого покоління. У період політичної, економічної, військової нестабільності важливо бути чесними з дітьми, щоб вони могли добре орієнтуватися у всіх подіях, які відбуваються в країні. Відтак Міністерство освіти та науки України прийняло рішення про запровадження у загальноосвітніх навчальних закладах додаткових інформаційних годин. На цих уроках дітям розповідають про важливі політичні події України та світу. Таким чином молоде покоління буде рости обізнаним, формуватиметься патріотична позиція. Останнім часом українці зрозуміли, наскільки цінний патріотизм, а його відсутність загрожує навіть територіальній цілісності країни.

### **АНОТАЦІЯ**

Під час повномасштабного вторгнення в Україну Росія посилила інформаційно-психологічну війну. Зокрема, неправдиві повідомлення країна-агресор поширює в українському інформаційному просторі. Таким чином окупант планує зневірити українців у власних силах. Проблема загострюється в Україні через незахищений інформаційний простір, який залишається вразливим до зовнішніх впливів. Знайти фейки, розрізнити їх – це бути озброєними в інформаційній війні. У дослідженні розглянуто найбільш поширені фейки, які Російська Федерація поширює в інформаційному просторі України та в інших державах, а також вивчено реакції українських регіональних мас-медіа.

### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Горбань Ю. О. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення. *Вісник Національної академії державного управління при Президенті України*. Київ, 2015. № 1. С. 136–141.
2. Дворянин П. Новини на регіональному телебаченні : навч. посібник. Львів : ЛНУ імені Франка, 2016. 262 с.
3. Інформаційна війна – зброя масового знищення! *Інститут масової інформації*. URL: <http://www.telekritika.ua/> (дата звернення: 12.10.2022).
4. Лизанчук В. В. Російська інформаційно-психологічна війна проти України: мета і завдання, методи і форми. *Теле- та радіо-журналістика*. 2017. Вип. 16. С. 102–121.
5. Ліпкан В. Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції. Київ : КНТ, 2006. С. 21–65.

6. Малик І. Національний медіа-простір в умовах глобалізації: прийоми боротьби та правила захисту. *Українська національна ідея та перспективи розвитку* : зб. наук. пр. Львів, 2008. Вип. 21. С. 122–127.

7. *Офіційний сайт Державної служби статистики України*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 22.10.2022).

8. Путькалець Л. Роль регіонального державного телебачення України під час інформаційної війни. *Вісник Львівського університету. Серія: Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 213–218.

9. Темех Н. Телебачення і формування духовності молоді: теорія і практика : навч. посіб. Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. 150 с.

10. Яковленко К. Війна. Інформаційна. *День*. 2014. 2 березня.

11. Яковенко І. Про вибір співрозмовників. *День*. 2019. 11 липня.

**Information about the authors:**

**Putkalets Lyudmyla Anatoliivna,**

Candidate of Sciences in Social Communications,

Lecturer

Vyacheslav Chornovol Halytskyi Professional College

15, Bohdana Khmelnytskoho avenue, Ternopil, 46001, Ukraine

**Vyshnevska Galyna Bohdanivna,**

Candidate of Philological Sciences,

Lecturer

Vyacheslav Chornovol Halytskyi Professional College

15, Bohdana Khmelnytskoho avenue, Ternopil, 46001, Ukraine