

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-451-1-10>

**INFORMATION POLICY OF THE STATE
AND MEDIA CONSUMPTION OF UKRAINIANS
IN THE CONDITIONS OF WAR**

**ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ
ТА МЕДІАСПОЖИВАННЯ УКРАЇНЦІВ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Rozik M. V.

*PhD in Political Science,
Senior Lecturer at the Department
of Political Science and Public
Administration*

Розік М. В.

*кандидат політичних наук,
старший викладач кафедри
політології та публічного управління*

Rozik N. I.

*PhD student at the Department
of Political Science and Public
Administration
Lesya Ukrainka Volyn National
University
Lutsk, Ukraine*

Розік Н. І.

*здобувач кафедри політології та
публічного управління
Волинський національний
університету імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна*

Агресія росії проти України продемонструвала окрім фізичного насилля і терору застосування технологій гібридної війни, перетворивши інформаційну сферу на ключову арену протиборства. Проти України використовуються найновіші інформаційні технології впливу на свідомість громадян, спрямовані на підрив довіри до влади, розпалювання національної і релігійної ворожнечі, пропаганду агресивної війни, зміну конституційного ладу, порушення суверенітету і територіальної цілісності України. Тому, актуальним та надважливим завданням державної політики є формування системи захисту та розвитку інформаційного простору.

З початком військової агресії проти України в 2014 році стало зрозумілим, що це не звичайна війна, а й інформаційна, де поряд з бойовими діями, застосуванням зброї, що знищує міста та життя людей, інформація використовується як певного роду зброя. 14 січня згідно Постанови Кабінету Міністрів створено Міністерство інформаційної політики України, ключовим завданням якого стала протидіяти інформаційній агресії з боку росії. Це рішення засвідчило

розуміння значення інформаційної політики в управлінському середовищі держави в умовах гібридної війни. Ефективність цього Міністерства оцінювалася експертами в період 2015–2019 рр. доволі суперечливо, адже відчутних результатів не було продемонстровано [2]. Сьогодні його функції виконує Міністерство культури та інформаційної політики України, а також інші органи державної влади: Служба безпеки України, Міністерство оборони, Міністерство цифрової трансформації, Міністерство освіти і науки та інші.

Державну інформаційну політику визначають як діяльність держави, спрямована на формування та регулювання середовища, в якому задовольняються інформаційно-комунікативні потреби громадян України, суспільства і держави. При цьому основним її завданням є формування єдиного інформаційного простору в Україні, гарантії інформаційної безпеки особистості, суспільства та держави, а також входження у світовий інформаційний простір. 28 грудня 2021 року було прийнято Стратегію інформаційної безпеки, основними напрямками якої визначено: протидію дезінформації та інформаційним операціям, насамперед держави-агресора; забезпечення всебічного розвитку української культури та утвердження української громадянської ідентичності; підвищення рівня медіакультури та медіаграмотності суспільства; забезпечення дотримання прав особи на збирання, зберігання, використання та поширення інформації, свободу вираження своїх поглядів і переконань; інформаційна реінтеграція громадян України, які проживають на тимчасово окупованих територіях; створення ефективної системи стратегічних комунікацій; розвиток інформаційного суспільства та підвищення рівня культури діалогу [3]. Реалізація Стратегії була розрахована на період до 2025 року.

Після 22 лютого 2022 року, коли росія оголосила повномасштабне вторгнення на територію України, безпекові заходи з протидії дезінформації, набули всемедійного масштабу. У перші тижні великої війни інфопростір був переповнений фейками, вкидами, спробами роздмухати паніку: онлайн-видання, навіть ті, що намагалися перевіряти факти, часто підривалися на інформаційних мінах. Небезпечно було покладатись і на офіційні сайти і сторінки в соцмережах, які часто ламали російські хакери. За цих умов виникла ідея об'єднати ефір центральних каналів у спільний марафон із державним «знаком якості». З початком повномасштабної війни керівники найбільших телевізійних холдингів самоорганізувалися та запропонували владі

створити єдиний телемарафон, що у перші тижні повномасштабної війни виконував функцію інформаційного захисту від російської пропаганди та мобілізував населення. Указом Президента 19 березня 2022 року «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 18 березня 2022 року «Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану» [4] введено в дію цілодобовий інформаційний марафон «Єдині новини #UАразом». Мета телемарафону полягала у цілодобовій трансляції новин, пов'язаних з російською агресією, перебігом бойових дій, сповіщенням громадян про повітряну тривогу, зверненнями політичного керівництва до народу.

Проте, уже в квітні 2022 р. чотири українські канали опозиційні до влади («5 канал», «Прямий», «Еспресо», «Xsport») були відімкнуті з цифрової мережі, наприкінці липня 2022 р. з єдиного інфопростору вийшла медіагрупа «Україна», у травні 2024 року з телемарафону «Єдині новини» вийшло Суспільне мовлення. Ці фактори погіршили якість телеэфірів, а довіра до телемарафону та його популярність знизилася. Так, дослідження Київського міжнародного інституту соціології засвідчило зниження рівня довіри українців до «Єдиних новин» з 69% у 2022 р. до 48% у жовтні 2023 р., та до 38% у березні 2024 р. [1]. Цю тенденцію можна пояснити падінням уваги до телебачення загалом та бажанням громадян отримувати оперативну інформацію (яку марафон не задовольняє) при одночасній фрагментації медіа ландшафту. До того ж, орієнтація на телемарафон «Єдині новини» має чіткий віковий зв'язок: наймолодші респонденти дуже рідко користуються цим джерелом, але зі збільшенням віку його популярність зростає.

Найпопулярнішим джерелом інформації про події російсько-української війни на березень 2024 року є Телеграм-канали – 53% респондентів, серед яких немає однозначних лідерів, водночас для громадян важливим є швидкий та лаконічний формат викладу інформації (з короткими текстами чи відео). Зазначимо, що Телеграм-канали найпопулярніший (73%) серед наймолодшого населення (до 30 років), зі збільшенням віку популярність Телеграм-каналів поступово знижується, серед найстарших респондентів ними користуються лише обмежена кількість (26%). Вони посідають першість в усіх регіонах, проте, їхня популярність вища у містах (55% порівняно з 48% серед сільських жителів).

Друге та третє місця серед джерел інформації ділять міжособистісні контакти (родичі, друзі, знайомі – 42%) та YouTube (40%). Найпотужнішим інтернет-трендом під час війни стало використання

соціальних мереж не лише для спілкування та розваг, а й для отримання новин та інформації. Хоч переглядати новини в соціальних мережах не завжди безпечно через дезінформацію або маніпулятивні повідомлення, зручність та швидкість такого споживання, незважаючи на ризики – переважає.

Важливо, що орієнтація на ті чи ті канали отримання інформації про війну залежить й від рівня освіти респондентів. Зокрема, серед осіб із середньою чи неповною середньою освітою переважає телемарафон «Єдині новини» (49%) та спілкування з іншими людьми (48%); серед осіб із середньою спеціальною освітою перше місце посідають Телеграм-канали (53%), а друге – канали міжособистісного спілкування (45%). Натомість серед респондентів з високим рівнем освіти домінують Телеграм-канали (61%) та YouTube (45%) [1]. Що стосується телемарафону «Єдині новини», то його використання помітно зменшується з підвищенням рівня освіти. До того ж, люди з високим рівнем освіти критичніше ставляться до вибору джерел інформації, використовуючи кілька каналів для її перевірки.

Отже, з початком повномасштабного вторгнення українська влада намагалася максимально задовольнити раптовий попит на інформацію і боротися з російськими дезінформаційними повідомленнями за допомогою кількох важливих ініціатив. До них відносимо телемарафон «Єдині новини», офіційні канали органів влади у Telegram, YouTube та на інших майданчиках. Однак з часом вони перетворилися на канали з елементами не надто якісної контрпропаганди та відсутністю найменшої критики представників влади. Відтак, медіаспоживання українців перемістилося з традиційного телебачення до альтернативних каналів інформації. Оскільки в умовах війни громадянське суспільство постійно піддається впливу різних інформаційних потоків, які ворог використовує для підвищення паніки, дезінформації населення та викривлення інформації, завданням держави є забезпечення балансу інтересів суспільства з одночасним отримання об'єктивної інформації, її своєчасність, а також виявлення та блокування дезінформації, дотримання інформаційної тиші (секретності) в певних ситуаціях.

Література:

1. Джерела інформації про війну. *Фонд демократичні ініціативи ім. І. Кучеріва*. URL: <https://dif.org.ua/article/dzherela-informatsii-pro-viynu>

2. Мельниченко А., Варжанський І. Окремі аспекти державної інформаційної політики в умовах воєнного стану. *Таврійський науковий вісник. Серія: Публічне управління та адміністрування*. URL: <https://journals.ksauniv.ks.ua/index.php/public/article/view/300/277>

3. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року «Про Стратегію інформаційної безпеки». Указ Президента України №685/2021. *Офіційне інтернет-представництво Президента України*. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/6852021-41069>

4. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 18 березня 2022 року «Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану». Указ Президента України № 152/2022. *Офіційне інтернет-представництво Президента України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/152/2022#n2>

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-451-1-11>

CHALLENGES OF WAR FOR UKRAINE'S WELFARE POLICIES

ВИКЛИКИ ВІЙНИ ДЛЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Semigina T. V.

Doctor of Political Sciences, Professor,

Professor

Academy of Labor, Social Relations and Tourism,

Senior Lecturer at the Department № 3

Kruty Heroes Military Institute

of Telecommunications and Information Technology

Kyiv, Ukraine

Introduction. In the past, Ukrainian welfare policy followed a post-Soviet approach that relied heavily on cash benefits. Gradually, with the support of international partners, the management and values of the social support system began to change. However, the Russo-Ukrainian War profoundly disrupted Ukraine's welfare system, revealing its inadequacies in dealing with the new complexities [9].

This paper examines how the armed conflict has exacerbated pre-existing problems and led to the creation of new social measures to support