

УДК 327:07

DOI: 10.33099/2707-1383-2022-43-1-135-147

**Іванна Чобіт***ад'юнкт штатний**науково-організаційного відділу,**Національна академія сухопутних військ**імені гетьмана Петра Сагайдачного**(Львів, Україна)**ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6669-2474>**Електронна пошта: [ivannachobit23@gmail.com](mailto:ivannachobit23@gmail.com)***Вікторія Бойченко***викладач кафедри іноземних мов**та військового перекладу,**Національна академія сухопутних військ**імені гетьмана Петра Сагайдачного**(Львів, Україна)**ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5411-8966>**Електронна пошта: [vika\\_lvov@ukr.net](mailto:vika_lvov@ukr.net)*

## РОЛЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ У РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКІЙ ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНІ

*У статті розглянуто інформаційну війну як один із аспектів гібридної війни в Україні. Розкрито основні напрямки російської пропаганди та їх вплив на населення України. Окреслено вплив російського телебачення на свідомість населення Луганської області. Проаналізовано причини спотворення інформації щодо України російськими телеканалами. Показано необхідність вдосконалення своїх медіа ресурсів. Висвітлено роль контрпропаганди, яка є дієвим засобом у інформаційній війні з Росією та вдале використання якої дозволить створити передумови для успішного завершення збройного конфлікту.*

**Ключові слова:** *гібридна війна, інформаційний вплив, пропаганда, контрпропаганда, ЗМІ, медіа.*

**Постановка проблеми та стан її дослідження.** Після завершення Другої світової війни відбувся поступовий перехід до нового типу во-

енно-політичних конфліктів, особливістю яких є пріоритет використання супротивниками широкого спектру невоєнних чинників: економічних,

інформаційних, екологічних, соціальних та політичних важелів впливу. З огляду на це, такі конфлікти називають «гібридними війнами». Головним завданням «гібридної війни» є не стільки фізичне знищення збройних сил противника, скільки нав'язування агресором своєї ідеології населенню держави, з якою йде протистояння. Тобто, у війнах «гібридного типу» цивільне населення не тільки несе основний фізичний та психологічний тягар наслідків збройного протистояння (загроза життю та здоров'ю, порушення умов життєдіяльності), але й знаходиться під шаленим тиском інформаційної та психологічної складової воєнно-політичного конфлікту. Саме інформаційний компонент є одним із найважливіших у російсько-українській війні на Сході України. Тому, сьогодні є актуальною проблема висвітлення подій ООС (АТО) засобами масової інформації (ЗМІ) та розуміння шляхів впливу інформації на свідомість людей як вітчизняними ЗМІ, так і ЗМІ противника.

Україна зіткнулася з однією із найпотужніших у світі російською пропагандистською машиною, яка успадкувала інфраструктуру, технології, ноу-хау ще часів холодної війни між СРСР та Заходом. Відкриті джерела розповідають, що проти України працює десять потужних медіа груп Російської Федерації, тисячі найнятих фізичних осіб, для яких журналістика — не лише творчий процес,

а й управління свідомістю мільйонів людей.

Вітчизняні дослідники активно досліджують проблематику російської пропаганди та її впливу на суспільство. Варто відзначити статті А. Близнюка, Л. Смола, Є. Соломіна, В. Федорчука, а також низку колективних робіт. Проте роль телебачення в російсько-українській інформаційній війні досліджена не повністю.

**Метою статті** є вивчення ролі телебачення в інформаційній складовій російсько-української війни на Сході України, яка розгорнулася і триває досі.

**Виклад основного матеріалу.** Активна інформаційна агресія Росії проти України розпочалася з початком Майдану й триває досі. Ще з 1990-х років Росія приховано насаджувала свою політику на територіях Східної та Південної України через художній кінематограф та випуски новин, в яких проголошувалось, що «Україна — недодержава», а «російську мову в Україні утискають» (Близнюк, А. П. 2015, с. 50). Сам термін «інформаційна війна» означає цілеспрямований та активний інформаційно-пропагандистський вплив на інформаційне поле, в тому числі на громадську думку противника з певною метою за допомогою засобів масової інформації (ЗМІ). Інформаційне протистояння може відбуватися без збройного супроводу або ж, як у випадку російсько-української війни, бути складовою частиною комп-

лексної війни. Інформаційні війни можуть вести різні структури — від міжнародних організацій, держави й політичних партій і до окремих осіб. Завдання учасника інформаційної війни — деморалізувати аудиторію противника й підбадьорити свою. Стратегія, тактика та й успіх інформаційного протистояння залежать від інформаційної політики держави. Від самого початку, особливо у перший період збройного конфлікту, Україна програвала інформаційну війну державі агресору, причому через різні причини. У перші тижні Майдану програш можна пояснити тим, що на той час Україна не ставила перед собою завдання захищати ті цінності, які визначають інформаційну безпеку держави.

Більшість українських ЗМІ виявилися неготовими об'єктивно відображати події, а тираж, аудиторія вітчизняних ЗМІ (такі як «Голос України», «Урядовий кур'єр», телеканал «Рада»), відповідно, і сфера їхнього впливу не були надто великими. Тож світ спочатку одержував інформацію від російських ЗМІ. А вони в абсолютній більшості є добре налагодженими інструментами владної політики Кремля. Звідси перший висновок про причини перших поразок України в інформаційній війні: українська влада ніколи не приділяла досить уваги своєму інформаційному простору й своїм інформаційним інтересам на міжнародній арені. Росія ж ефективно готувалася до інфор-

маційного протистояння та активно фінансувала медіапростір, що дало їй змогу впускати ту інформацію на ефіри теле-, радіоканалів, яка ставила її у вигаш. До прикладу, в бюджеті України на 2019 р. зазначено, що фінансова підтримка Національної суспільної телерадіокомпанії становить 1 млн. 817 тис. грн., натомість для роботи російської системи медійного впливу Кремль щороку витрачає 2626 млн. доларів США (Гусаров, В. 2015). Щорічні витрати із федерального бюджету Росії на інформаційні заходи пропаганди сепаратизму на окупованому Донбасі складають приблизно 274 млн рублів на рік (Гусаров, В. 2015).

Потужності російської системи, наприклад, вистачило для того, щоб медіа Франції та Чехії тривалий час стверджували, що малайзійський літак збила Україна. Тобто вони використовували інформацію російських, а не українських чи навіть американських ЗМІ (Бурковський, П. 2017).

Для більш дієвого проведення інформаційно-пропагандистських акцій Кремль використовує одночасно традиційні ЗМІ («Вести недели» Дмитра Кисельова) і наступальні кіберзасоби, за допомогою яких споживачам поширюють спеціальні пропагандистські продукти. Об'єктом впливу в яких є громадська думка та думка груп людей, які приймають державно-управлінські рішення.

Телебачення, інтернет, преса для більшості стали невід'ємною части-

ною дійсності, що формує картину світу і впливає на свідомість мас.

Вагомий внесок у міфологізацію масової свідомості належить телебаченню, за допомогою якого Росія маніпулює свідомістю людей. Підтвердженням цього є соціологічні дослідження, за даними яких 83–87% росіян підтримують путінську війну в Україні (Лізанчук, В. І. 2014, с. 13–21). Російські ЗМІ виконують функції дебілізації населення Росії, мобілізації сусідньої держави на те, щоб населення підтримувало війну з Україною, а частина з них, щоб навіть брала активну участь у ній. Над свідомістю жителів Росії через медіапростір активно працюють ідеологи-пропагандисти Жириновський, Дугін, Проханов, Кисельов, Соловйов, Мамонтов, Пушков, Доренко, Скабаєва (Смола, Л. А. 2018, с. 81). Інформаційна політика Росії, вся її пропаганда виходить з того, що Росія — медіакраїна. У різних її регіонів практично немає нічого спільного, крім медіапростору.

Наприклад, за даними опитування фонду «Общественное мнение», понад 70% росіян хочуть бути обманутими ЗМІ, дві третини опитаних вважають, що інформація офіційних російських джерел про нинішні події в Україні об'єктивна, більшість населення вважає нормальним спотворення інформації в державних інтересах, а 72% спокійно ставляться до цензури (Лізанчук, В. І. 2014, с. 17).

Група з аналізу гібридних загроз Українського кризового медіацентру (УКМЦ) представила нове дослідження риторики трьох топових російських телеканалів («Россия 1», «Первый канал» та НТВ) щодо України з 1 липня 2014 по 31 грудня 2017 рр. Дослідження показало, що третина всіх новин цих каналів присвячена Україні, більше 90% згадок про Україну — негативні, а головними об'єктами уваги російських ЗМІ є українські державні інституції, які російська пропаганда намагається дискредитувати та делегітимізувати (Бурковський, П. 2017). Тут чітко простежуються основні лінії обговорення України та війни на Донбасі:

- неправомірність діяльності Збройних сил України на Сході України;
- Україна — це «недодержава»;
- допомога Росії Донбасу;
- в Україні панує масова русофобія і переслідується російськомовне населення;
- владу в Україні захопила «радикальна і фашистська меншість»;
- Україна — це маріонетка Заходу.

Із початком збройної агресії тривалий час у медіапросторі України відчувався потужний антиукраїнський вплив інформаційної політики Росії.

Адже в Україні основним джерелом інформації для переважної більшості населення залишається телебачення, оскільки інтернет-користувачі не часто цікавляться подіями на Сході України. Тому саме телебачення

формує громадську думку, впливає на сприйняття реальності крізь призму специфічного подання подій.

У «гібридній війні» було враховано, що саме телебачення є найпопулярнішим засобом поширення інформації, а отже, і найбільш дієвим для пропаганди та маніпуляції свідомістю глядачів. Те, що передають з подачі кремлівських ідеологів по радіо, телебаченню і друкують у газетах та журналах — це результат діяльності «журналістського спецназу», що спеціалізується на інформаційних провокаціях, інформаційному тероризмі, психологічних операціях у інформаційній війні і проти України, і проти західної цивілізації.

Неправдива інформація про події на Сході України у російських ЗМІ є доволі дієвим способом маніпулювання думкою російських і частини українських громадян.

Щоб виявити специфіку сучасної російської терористичної пропаганди проти українського народу, варто проаналізувати випуски новин на популярних російських телеканалах «Россия 24» та «Lifenews». На телеканалі «Россия 24» транслюють інформаційні випуски у програмі «Вести недели».

Майже кожний випуск новин містить вигаданий сюжет про війну на Донбасі. Наприклад, Дмитро Кісельов інформує: «Украинские грады бьют по жилым кварталам. Дети и женщины в подвалах. Это откровенный террористический акт

по отношению к мирному населению Донбасса. При этом Киев и не скрывает, что ведет ползучее наступление» («Вести недели» від 02 лютого 2017 р.). До цього сюжету підібрано шокуючі кадри — повалені будинки та показано переляканих людей у підвалах. Загалом варто звернути увагу, що подібні матеріали викликають страх у глядача, а отже, маніпулюють свідомістю пересічної людини (Федорчук, В. І. 2017, с. 14).

Задля ведення інформаційної війни працівники російських телеканалів обирають найрізноманітніші методи: від псевдоопитувань до штучно імітованої поведінки кількох героїв сюжету в тих чи інших умовах.

Працівники російських ЗМІ застосовують також техніки «зворотного зв'язку», а саме «псевдосоціологічні опитування», що, як правило, є лише способом формування громадської думки, а не його реальним відображенням, тобто є різновидом звичайної пропагандистської маніпуляції. Задля успішного ефекту від інформаційної війни, російські ЗМІ беруть коментарі у дітей, розпитують пенсіонерів, які в сльозах розказують про своє важке життя (Тарасенко, Н. Н. 2015, с. 78). Основними напрямками діяльності пропагандистів Російської Федерації (РФ) у гібридній війні на Сході України є:

— підрив морально-психологічного стану особового складу ЗС України і населення, паралізація їх волі до боротьби;

— мобілізація свого населення на широку підтримку політики президента РФ та уряду Росії, підтримку ЛНР та ДНР, скоюванні опозиційних та пацифістських настроїв;

— забезпечення моральної підтримки дії своїх військ збройними силами та населенням союзників;

— введення супротивника в оману, дезінформація суспільної свідомості з метою приховування істинних замислів (Близнюк, А. П. 2015, с. 52).

Сьогодні інформаційна війна є важливою частиною боротьби за цілісність і незалежність України. Вкладення ресурсів у боротьбу з російською пропагандою може бути більш ефективним у боротьбі з агресією, ніж прямі інвестиції в озброєння. Крім того, ефективна протидія російській пропаганді може зменшити потік нових добровольців до незаконних збройних формувань так званих «ДНР» і «ЛНР», а також позбавити агресора можливості втягнути у протистояння населення інших областей України.

Українські ЗМІ на пропаганду Кремля відповідають контрпропагандою. Контрпропаганда — найважливіша складова в інформаційній протидії, добре продумана та ефективна діяльність державних та приватних структур, громадських активістів, що являє собою сукупність засобів, прийомів і методів, спрямованих на нейтралізацію та протидію пропаганди ворожої сторони з метою

протистояння, її негативного впливу на свідомість громадян (власної, ворогуючої держави та світового співтовариства).

Завдання контрпропаганди, яку веде українська сторона, — це створення у жителів України стійкої негативної громадської думки та ідеологічного імунітету до несприйняття російської пропаганди. Методика контрпропаганди полягає не в тому, щоб якомога швидше відповісти на кожен фейк. Вона полягає в умінні систематично показувати основу, мотиви і технологію обману і, зрештою, навчити людей самостійно викривати неправдиву інформацію та провокації російських ЗМІ (Лубкович, І. Р. 2014, с. 184).

Українські ЗМІ по-різному висвітлюють проблему українсько-російської війни. Деякі журналісти намагаються всебічно передавати інформацію своїй аудиторії, а деякі подають тільки факти, хоча, на жаль, як одні, так й інші не завжди професійно виконували своє завдання. Також варто зауважити, що задля збереження кількості глядачів, певні телеканали зменшують кількість подачі інформації про АТО (ООС) та пояснюють це тим, що населення втомилося від війни.

При перегляді програм українського телебачення, варто пам'ятати, що в Україні є лише 2 державних телеканали з офіційною точкою зору — «UA Перший» та «Рада». Решта телеканалів мають різних власників та

відповідно різні точки зору на події в Україні та світі. Наприклад:

- «5 канал» — Петро Порошенко;
- «Канал 24» та «NewsOne» — Катерина Садова;
- «Україна», «НЛО TV», «Футбол-1», «Футбол-2», «Донбас», «Сигма», «34 канал» — Рінат Ахметов;
- «Інтер», «Інтер+», «MTV Україна», «K1», «K2», «НТН», «МЕГА» — Дмитро Фірташ та Сергій Львовчкін;
- «Новий канал», «СТБ», «ICTV», «M1», «M2» — Віктор Пінчук;
- «1+1», «2+2», «УНІАН ТБ», «Сіті» — Ігор Коломойський (Близнюк, А. П. 2015, с. 53).

Подібна ситуація з одного боку сприяє українцям в отриманні правдивої інформації, адже глядач має можливість перевірити достовірність подачі тієї чи іншої інформації на декількох телеканалах, а з іншого боку глядач критично повинен оцінювати інформацію з того чи іншого каналу, адже нерідко власник каналу сам диктує яким чином подати інформацію. Це певним чином залежить від відносин власника із Росією. Тут варто сказати, що певні українські телеканали ведуть відверто проросійську політику, транслюючи російські фільми, концерти із участю артистів, котрі підтримують збройну агресію Росії на Донбасі. А у випусках новин не говорять, що Росія напала на Україну, а м'яко називають українсько-російську війну «громадянською війною». Великою заслугою власників приватних регі-

ональних, державних телеканалів та незалежних журналістів є створення з власної ініціативи контпропагандистського каналу «UkraineToday» та програм «Гражданская оборона» на «ICTV», «Хунта News» на «ЄспресоTV», «Разноцветные новости» та «Время врать» на «ARU.TV» (Казімова, Л. А. 2017, с. 176).

Пропагандистські атаки в умовах гібридної війни вимагають миттєвої, блискавичної реакції на інформаційні виклики, загрози та протистояння, бо на кону стоїть світогляд українців, їх ставлення до держави та останніх подій впродовж ООС (АТО). В умовах пропагандистського протистояння впродовж 5 років війни український телерадіопростір навчився на будь-який випад із боку противника реагувати миттєво, розвінчуючи його маніпуляції, «ловлячи його на брехні». 9 вересня 2014 р. Нацрада заборонила 15 російських телеканалів, депортувала журналістів РФ з України (Лубкович, І. Р. 2014, с. 187), із великими запізненням, у березні 2015 р., ввела у штат військових частин прес-офіцерів (за допомогою яких українське суспільство змогло отримувати достовірну та правдиву інформацію прямо із передової, бо, як відомо, сюжети, зняті в зоні АТО (ООС), рецензуванню самими телестудіями не підлягають).

Навесні 2016 р. запрацювало радіо «Армія FM», яке згодом подавало сигнал та транслювалося на тимчасово окупованих територіях Украї-

ни, звідки йшов зворотній зв'язок від проукраїнських мешканців (Казімова, Л. 2017, с. 173).

9 січня 2018 р. Президент України Петро Порошенко підписав закон «Про внесення змін до деяких законів України щодо тимчасових дозволів на мовлення в зоні проведення антитерористичної операції та прикордонних районах України» (Смола, Л. А. 2018, с. 78). Він передбачає видачу тимчасових дозволів на телерадіомовлення у зоні АТО та прикордонних районах. Метою Закону є забезпечення безперервності мовлення телерадіоорганізацій і трансляції їх програм для населення шляхом запровадження механізму прискореної видачі тимчасових дозволів на телерадіомовлення на територіях, найбільш вразливих до зовнішнього негативного інформаційного впливу, а також визначення особливих умов щодо переходу від аналогового до цифрового мовлення в окремих адміністративно-територіальних одиницях.

Дозволи на тимчасове мовлення видаються на територіях з особливим режимом мовлення — таких, що межують з тимчасово окупованою територією України (АР Крим, ОРД-ЛО, а також прикордонними районами, на які з території сусідніх держав за допомогою телебачення поширюються програми держави-агресора). Адже у телевізійному просторі Луганщини до окупації функціонувало 16 регіональних і місцевих телекомпаній. У тому числі три облас-

ні — Луганське обласне телебачення (ЛОТ), Луганське кабельне телебачення (ЛКТ), ТРК «ІРТА» (ІРТА) решта — місцеві. Каналами регіонального телевізійного мовлення територія області покрита не повністю. Зокрема, ЛОТ покривав телевізійним сигналом 89,7% території Луганщини (а це 2,1 млн споживачів інформаційної продукції), ЛКТ — 1,2 млн телеглядачів, продуктивною є також ІРТА, яка покривала телевізійним сигналом 80% Луганської області. Місцеві телеканали зосереджені у великих містах південно-західної і центральної частини Луганщини. Сільські прикордонні з Росією райони України (Троїцький, Марківський, Міловський, Новопсковський) залишилися повністю або частково недоступними для регіонального та місцевого телевізійного продукту. Крім того, у частину названих населених пунктів не надходить телевізійний сигнал жодного загальнонаціонального українського каналу. Водночас там є російський телевізійний продукт — федеральних і регіональних телеканалів (Воронезької та Белгородської областей).

Із початком бойових дій на Донбасі, терористи захоплювали у першу чергу будівлі органів влади, громадські будівлі та ретрансляційні станції. Також були захоплені та «націоналізовані» терористами обласні телеканали Луганщини — ЛОТ, ЛКТ, ІРТА та практично всі місцеві ТРК і на їх основі почав мовлення сепар-



ратистський канал «Луганск–24» (прототипом якого став канал «Росія 24») (Соломін, Є. Ф. 2016, с. 47). На тимчасово окупованих територіях (11 міст обласного значення та 7 районів) й надалі немає сигналу з Україною, передач з Києва немає і в кабельних мережах Луганська (Близнюк, А. П. 2015, с. 49). Натомість, надалі в телевізійному полі як окупованої, так і контрольованої українською владою території Луганщини широко представлений російський пропагандистський контент.

Із розвитком подій на Сході українська інформаційна політика суттєво покращилася. Українські ЗМІ стали активніше дотримуватися чи не головного правила ефективного ведення інформаційної війни: відгороджуватися від пропагандистських нападів супротивника достатньою кількістю правдивої інформації. Інформаційно-аналітичний центр РНБО став проводити брифінги двічі на день. Відповідно у журналістів з'явилося більше інформації. До того ж у зоні АТО побільшало журналістів, з'явилася можливість спілкуватися з учасниками антитерористичної операції поза зоною бойових дій. Окрім того, в телерадіоефірі частіше почали з'являтися матеріали про реакцію людей на події, про речі, які не мають безпосереднього стосунку до АТО, однак пов'язані з нею (Смола, Л. А. 2018, с. 81).

**Висновки.** Отже, російське телебачення здійснювало інформаційний

вплив на населення України ще задовго до початку відкритої агресії на Донбасі. У 2008 році Кремль розпочав пропагандистську підготовку до війни. На теле, радіо, Інтернет просторах велася відкрита пропаганда російської ідеології «руського міра». Російська пропаганда працювала на 3 сторони: країни Заходу, Росія, Україна. За часи правління четвертого президента України Віктора Януковича з 2010 року власниками українських телеканалів ставали особи, котрі підтримували російську ідеологію і відповідно до цього на українських телеканалах трансливався як політичний так і розважальний продукт, котрий містив у собі ідеї російської ідеології.

Проаналізувавши роль телебачення у ході російсько-української війни на Сході України, яка розгорнулася і триває досі, варто зауважити, що в інформаційній боротьбі основними суб'єктами виступають телебачення, Інтернет та інші засоби масової комунікації. В умовах війни питання пропаганди і контрпропаганди постає особливо гостро.

Російська пропагандистська машина здійснює вплив відразу в кількох напрямках:

- 1) серед населення в зоні конфлікту;
- 2) серед населення країни, проти якої здійснюється агресія, територія якої не охоплена конфліктом;
- 3) серед громадян Росії;
- 4) серед міжнародного співтовариства.



Власне цей факт підтверджується даними про щорічні витрати із федерального бюджету Росії на інформаційні заходи.

За допомогою телебачення Україна здійснює протидію таким основним напрямкам, які використовує РФ для негативного інформаційно-пропагандистського впливу на населення нашої держави:

- пониження міжнародного іміджу України з метою послаблення її геополітичного значення;
- спотворення інформації з метою дестабілізації ситуації в Україні та впровадження власної російської ідеології;
- викривлення та спотворення історичних фактів;
- дискримінація влади та Збройних Сил України;
- вплив на свідомість населення України на непідконтрольній тери-

торії використовуючи переваги зони покриття.

Варто сказати, що на початок війни український інформаційний простір не був повністю готовий до потужної активізації російської пропагандистської машини, що певним чином відображалося у роботі українських ЗМІ, зокрема у роботі телевізійного простору та висвітленні українськими телеканалами суб'єктивної інформації про ситуацію у зоні конфлікту. Зазначаємо, що сьогодні рівень роботи, подача об'єктивної інформації українським медіапростором, в тому числі спростування фейків та розвінчання міфів досягли професійного рівня у інформаційному протистоянні із РФ. Адже пропагандистські атаки в умовах гібридної війни вимагають миттєвої реакції збоку українських ЗМІ на інформаційні виклики, загрози та протистояння.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

Близнюк, А. П. (2015). Пропаганда та контрпропаганда в умовах сучасної гібридної війни. *Наукові записки інституту журналістики: науковий збірник КНУ імені Тараса Шевченка*. № 60, с. 49–54.

Бурковський, П. (2017). Російська пропаганда про події в Україні: тенденції 2014–2016 років. *Media Sapiens*. URL: [https://ms.detector.media/trends/1411978127/rosiyska\\_propaganda\\_pro\\_podii\\_v\\_ukraini\\_tendentsii\\_20142016\\_rokiv//](https://ms.detector.media/trends/1411978127/rosiyska_propaganda_pro_podii_v_ukraini_tendentsii_20142016_rokiv//) [дата зверн.: 19.07.2020].

Гусаров, В. (2015). Скільки Росія витрачає на інформаційну війну в Україні. *Інфографіка. Inform Napalm*. URL: <https://informnapalm.org/ua/skilky-rosiya-vytrachaye-na-informatsijnu-vijnu-vukrayini-infografika/> [дата зверн.: 10.07.2020].

Казімова, Л. А. (2017). Висвітлення української проблеми в ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. № 16, с. 171–177.

Лізанчук, В. І. (2014). Антиукраїнська інформаційна агресія в телерадіопросторі Росії та України. *Наукові записки інституту журналістики: науковий збірник КНУ імені Тараса Шевченка*. № 56, с. 13–21.

Лубкович, І. Р. (2014). Місце українських медій в інформаційній війні 2013–2014 рр. *Наукові записки інституту журналістики: науковий збірник КНУ імені Тараса Шевченка*. № 56, с. 182–187.

Смола, Л. А. (2018). Інформаційна війна Росії: особливості, інструменти та об'єкти впливу. *Наукові записки інституту журналістики: науковий збірник КНУ імені Тараса Шевченка*. № 61, с. 77–83.

Соломін, Є. Ф. (2015). Луганське телебачення: медійне підгрунття російського військового вторгнення в Україну. *Наукові записки інституту журналістики: науковий збірник КНУ імені Тараса Шевченка*. № 3 (64), с. 44–48.

Тарасенко, Н. Н. (2015). Ситуація на Донбасі у дискурсі українських ЗМІ. *Україна: події, факти, коментарі*. № 21, с. 72–81.

Федорчук, В. І. (2017). Пропаганда як складник інформаційної війни. *Наукові записки інституту журналістики: науковий збірник КНУ імені Тараса Шевченка*. № 3/4 (68/69), с. 13–20.

## REFERENCES

Blyznyuk, A. P. (2015). Propahanda ta kontrpropahanda v umovakh suchasnoyi hibrydnoyi viyny [Propaganda and counter-propaganda in the conditions of modern hybrid war]. *Naukovi zapysky instytutu zhurnalistyky: naukovyy zbirnyk KNU imeni Tarasa Shevchenka*. № 60, s 49–54. [in Ukrainian].

Burkovs' kyy, P. (2017). Rosiys' ka propahanda pro podiyi v Ukrayini: tendentsiyi 2014–2016 rokiv [Russian propaganda about events in Ukraine: trends of 2014–2016]. *Media Sapiens*. URL: [https://ms.detector.media/trends/1411978127/rosiyska\\_propaganda\\_pro\\_podii\\_v\\_ukraini\\_tendentsii\\_20142016\\_rokiv/](https://ms.detector.media/trends/1411978127/rosiyska_propaganda_pro_podii_v_ukraini_tendentsii_20142016_rokiv/) [Accessed: 19.07.2020]. [in Ukrainian].

Husarov, V. (2015). Skil' ky Rosiya vytrachaye na informatsiynu viynu v Ukrayini Infografika [How much does Russia spend on the information war in Ukraine? Infographics]. *Inform Napalm*. URL: <https://informnapalm.org/ua/skilky-rosiya-vytrachaye-na-informatsijnu-vijnu-vukrayini-infografika/> [Accessed: 10.07.2020]. [in Ukrainian].

Kazimova, L. A. (2017). Vysvitlennya ukrayins' koyi problemy v ZMI [Coverage of the Ukrainian problem in the media]. *Tele- ta radiozhurnalistyka*. № 16, с. 171–177. [in Ukrainian].

Lizanchuk, V. I. (2014). Antyukrayins' ka informatsiyna ahresiya v teleradioprostorі Rosiyi ta Ukrayiny [Anti-Ukrainian information aggression in the TV and radio space of Russia and Ukraine]. *Naukovi zapysky instytutu zhurnalistyky: naukovyy zbirnyk KNU imeni Tarasa Shevchenka*. № 56, с. 13–21. [in Ukrainian].



Lubkovych, I. R. (2014). Mistse ukrayins' kykh mediy v informatsiyniy viyni 2013–2014 rr [The place of Ukrainian media in the information war of 2013–2014]. *Naukovi zapysky instytutu zhurnalistyky: naukovyy zbirnyk KNU imeni Tarasa Shevchenka*. № 56, c. 182–187. [in Ukrainian].

Smola, L. A. (2018). Informatsiyna viyna Rosiyi: osoblyvosti, instrumenty ta ob" yekty vplyvu [Russia's information war: features, tools and objects of influence]. *Naukovi zapysky instytutu zhurnalistyky: naukovyy zbirnyk KNU imeni Tarasa Shevchenka*. № 61, c. 77–83. [in Ukrainian].

Solomin, YE. F. (2015). Luhans' ke telebachennya: mediyne pidgruntya rosiys' koho viys' kovoho vtorhnennya v Ukrainu [Luhansk television: the media basis of the Russian military invasion of Ukraine]. *Naukovi zapysky instytutu zhurnalistyky: naukovyy zbirnyk KNU imeni Tarasa Shevchenka*. № 3 (64), c. 44–48. [in Ukrainian].

Tarasenko, N. N. (2015). Sytuatsiya na Donbasi u dyskursi ukrayins' kykh ZMI [The situation in Donbass in the discourse of the Ukrainian media. Ukraine: events, facts, comments]. *Ukrayina: podiyi, fakty, komentari*. № 21, c. 72–81. [in Ukrainian].

Fedorchuk, V. I. (2017). Propahanda yak skladnyk informatsiynoyi viyny [Propaganda as a component of information warfare]. *Naukovi zapysky instytutu zhurnalistyky: naukovyy zbirnyk KNU imeni Tarasa Shevchenka*. № 3/4 (68/69), c. 13–20. [in Ukrainian].

***Ivanna Chobit***

*PhD Student,*

*scientific and organization department,*

*National Army Academy named after Hetman*

*Petro Sahaidachnyi (Lviv, Ukraine)*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6669-2474>*

***Viktorii Boichenko***

*teacher of the Department of foreign languages  
and military translation,*

*National Army Academy named after Hetman*

*Petro Sahaidachnyi (Lviv, Ukraine)*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5411-8966>*

## THE ROLE OF TELEVISION IN THE RUSSIAN-UKRAINIAN INFORMATION WAR

*After the end of World War II there was a gradual transition to a new type of*

---

*military-political conflict, known as a “hybrid war” in which the enemy would*

*also use leverage in a wide range of non-military domains, namely economic, informational, environmental, social and political. The mission of “hybrid war” is not physical destruction of the opposing armed forces but imposing the aggressor’s ideology on the population of the state he is confronting. Thus, in “hybrid-type” wars the civilian population not only bears the main physical and psychological burden of the consequences of armed conflict, which include threat to life and health, disruption of living conditions, but is also under intense pressure of informational and psychological components of military-political conflict. The information component is one of the most important in the Russian-Ukrainian war in eastern Ukraine. Therefore, today there is an urgent need to cover the events of the JFO (ATO) by the media and understand the ways information provided by both national media and enemy’s media influences the minds of people.*

*Ukraine has been facing one of the world’s most powerful Russian propaganda machines which inherited infrastructure and technology of the Cold War. Open sources state that ten powerful media groups of the Russian Federation are working against Ukraine at the moment. They include thousands of hired individuals, for whom journalism is not only a creative process, but also a tool to manipulate the minds of millions of people.*

*Ukrainian scholars have been actively researching the issue of Russian propaganda and its impact on society. It is worth noting the articles of A. Blyzniuk, V. Fedorchuk, V. Smol, E. Solomin as well as a number of collective works. However, the role of television in the Russian-Ukrainian information war has not been fully explored yet. The aim of the article is to study the importance of media in the propaganda component of the Russian-Ukrainian war in the Eastern Ukraine. The article analyses information warfare as one of the aspects of hybrid warfare in Ukraine, specifics of Russian propaganda and its influence on the population of Ukraine. It outlines the impact the Russian television has on the mindsets of the population of Luhansk region and analyzes reasons for distortion of information about Ukraine by Russian TV channels. The article highlights the role of counter-propaganda as an effective tool in the information war with Russia and its use that will allow resolving the armed conflict.*

**Key words:** *hybrid war, information influence, propaganda, counter-propaganda, media.*