

Куриляк В.В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Палій Д.В.

Український гуманітарний інститут

ЄВРОМАЙДАН ТА РЕВОЛЮЦІЯ ГІДНОСТІ В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ В УКРАЇНСЬКИХ МАСМЕДІА

У статті розглянуто передумови, чинники та фактори розгортання і ведення війни в інформаційному середовищі, спираючись на дані з відкритих джерел, дослідження спеціалістів з інформаційних технологій та аналізу телевізійних новин. Зважаючи на контроверзу теми, автор виробляє певні підходи до неупередженого аналізу відомих джерел інформаційного мовлення, враховуючи при цьому їхні наміри. Матеріал статті доводить, що до простору інформаційного протиборства долучені всі, хто підносить контент суперечливого характеру, бо це зумовлює атмосфера сучасної боротьби, де інформація – додатковий інструмент у масштабі реальної війни. Майже кожна інформаційна сила посприяла певним наслідкам, що долучило населення України до революційних звершень. Наявна державна криза набула обертів завдяки роботі інформаційних мовників, що поширювали серед їх слухачів інформацію про небезпеку для національного суверенітету та порушення інтересів народу з боку держави. Таким чином, підготовлена та оброблена інформація про певний факт стає «невидимою зброєю» в повноцінній війні. Умови війни зумовлюють невпинне поширення взаємної пропаганди та стрімкий розвиток технологічної бази задля ефективного обслуговування та розповсюдження інформації. Поринаючи в атмосферу ідеологічної боротьби, кожен ресурс, який намагається зберегти власну актуальність серед слухачів, обов'язково займає ту або іншу сторону та залучається до інформаційної війни, де нейтралітет не є можливим. Відштовхуючись від приватних інтересів інформаційних корпорацій та низки суспільно-політичних причин, автор перераховує низку чинників, що так чи інакше створюють та характеризують війну в інформаційному середовищі. До таких у роботі належать психологічний, ідеологічний, історичний, корпоративний, соціальний, політичний та філософський фактори, кожен із яких розглядається окремо та сприяє в науковому аналізі найбільш повних висновкам. Також у статті звернено увагу на роль Революції Гідності в контексті взаємного протистояння за монополію в інформаційній довірі. У ролі джерела до бесіди про Євромайдан залучений журналіст та волонтер Руслан Свірін, який розповів про маловідомі сторони інформаційного протистояння та власну волонтерську діяльність.

Ключові слова: Євромайдан, Революція гідності, інформаційна війна, українські масмедіа.

Постановка проблеми. Звертаючи увагу на інформаційні впливи, актуальність впливає з реальних суспільних наслідків інформаційної війни, що дотепер розгортається навколо подій Євромайдану. Комплекс інформаційних дій, що проводиться в рамках медіавійни, призводить до активності суспільства, звертаючи його увагу на політичну кризу країни. Цим інформаційна боротьба, посиливши акценти на суспільно-політичних проблемах країни, привернула увагу громадян до висновків, що стали протестним керівництвом до дії. Відповідно, наслідки, масштаб, посилена увага актуалізують тему, створюють високу зацікавленість не тільки серед науковців,

а і в усьому українському суспільстві, для якого проблеми його держави особливо болісні. Тому контекст інформаційної війни, що має відлік із подій Євромайдану, є нагальним доти, доки триває сама війна і зберігається суспільний інтерес навколо наявного конфлікту.

Методологія дослідження. Загальнонаукові теоретичні методи дослідження дозволили вибудувати модель, а саме інформаційну війну навколо подій Євромайдану та Революції гідності, побудувати структуру, яка спричинила інформаційну колізію навколо суспільно значущих подій; елемент як результат впливу інформаційної війни про Євромайдан; емпіричні методи дозволили

осмислити інтерв'ю з Русланом Свіріним, журналістом телеканалу «Київ», який займався волонтерською та журналістською діяльністю, висвітлював події на Євромайдані та в часи Революції гідності, а також допомагав протестувальникам.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження базувалося на двох джерелах. По-перше, це перегляд архівних відео, фото, репортажів та інтерв'ю, що стосуються подій на Майдані 2013–2014-х років. По-друге, це інтерв'ю із журналістом Русланом Свіріним, який був безпосереднім учасником подій Євромайдану та Революції гідності. Наукова новизна сформована за рахунок введення та оприлюднення змісту архівних відеоджерел та інтерв'ювання із журналістом Русланом Свіріним. На основі вищевикладеного зроблено висновок, що в складні часи в українських масмедіа навколо суспільно значущих подій відбувалася паралельна інформаційна війна.

Окрім цього, до питання інформаційної війни долучалися співробітники Центру досліджень соціальних комунікацій Національної Бібліотеки України імені Вернадського. Проніза Інна Іванівна, к. політ. н., опублікувала низку статей, пов'язаних із засобами масової комунікації та їхнього політичного забарвлення; найактивніше працює в цьому напрямі Почепцов Георгій Георгійович, д.філол.н., завідувач кафедри інформаційної політики Національної академії державного управління при Президентіві України. Зокрема, використано ефірні записи репортажу подій Євромайдану, особисті свідчення журналіста телеканалу «Київ» Руслана Свіріна, матеріали подій Революції гідності.

Постановка завдання. Мета статті – проаналізувати рівень впливу інформаційної війни в українських масмедіа щодо подій на Євромайдані та результати діяльності учасників Революції гідності.

У роботі поставлені такі **завдання**: осмислити значення інформаційної війни у політико-ідеологічній боротьбі в українському суспільстві; окреслити чинники, які сприяли формуванню національної свідомості українців у контексті революційного явища «Євромайдан»; з'ясувати посилення інформаційної війни в українських масмедіа як окремого політико-суспільного феномену; проаналізувати рівень впливу ЗМІ України на тлумачення та висвітлення подій Євромайдану та Революції гідності; показати результати просування та впливу інформації про суспільно значущі події на українське суспільство на прикладі подій Євромайдану та Революції гідності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Насамперед проаналізуємо механізми інформаційної війни (далі – ІВ). ІВ є сучасним та основним елементом боротьби за свідомість слухачів, де завдяки широті телевізійного та віртуального простору можливе масштабне розповсюдження дискурсивного мовлення певних ідей. Цим зумовлений розвиток інформаційних технологій та розвиток ефективності мовлення, оскільки інформацію необхідно певним чином обслуговувати, особливо в умовах та інтересах війни [4]. Задля якісної підтримки інформації застосовуються певні механізми її обробки та цикл передання фактів від вихідних даних до відповідного усвідомлення її глядачем.

Згадуючи словосполучення «інформаційна війна», під ним розуміють зіткнення суперечливої інформації на терені загального медіапростору, певні дії, спрямовані на редагування суспільної (політичної, національної, ідеологічної, тощо) свідомості у вигідному руслі для інформаційного агресора та дискредитатора. У побутовому сенсі таке визначення є досить правильним, але не зовсім повним для вичерпного розуміння сутності поняття. С.І. Макаренко переконує, що «інформаційна війна – міжінформаційне протиборство, націлене на нанесення збитків інформаційним системам, процесам, ресурсам; комплекс інформаційно-технологічних дій, направлених на одержання переваги в соціальному, політичному, ідеологічному та інформаційному просторах із застосуванням розвинутих інформаційних технологій, соціально-психологічних механізмів впливу та політико-ідеологічного переконання» [7] Війна в медіапросторі – процес взаємний. До неї залучений усякий, хто надає та усвідомлює суперечливу інформацію; хто висвітлює події в певному ідеологічному руслі. У такій війні суб'єктами стають транслятори та слухачі, об'єктом – свідомість суспільства, якому необхідно скласти належне враження, викликати бурхливі почуття та всіляко вмішуватися в суспільне мислення. Плодами такого впливу є розгалуження народу, втрата національної, культурної, політичної та соціальної єдності, набуття обертів загальної конфліктності.

ІВ передбачає тактичну дискредитацію інформаційних джерел ворога; прицільні удари по вразливим місцям ЗМІ та забезпечення власної безпеки ефірних мереж і систем трансляції; деморалізація громадян у цілях розхитування соціального становища (особливо армії як стратегічної структури); навмисна критика, піддача сумнівам

та оцінка ворожих ресурсів як дезінформативних; збір та аналіз роздобутих даних як матеріалу для розвідки. Дії в ІВ можуть вестися в супроводі кібербезпеки щодо можливої кібервійни; за допомогою радіоелектронної боротьби в стратегічних цілях підривання ворожої інформаційної передачі. Як справедливо зауважує В.К. Медведев, ІВ залучає до арсеналу боротьби засоби інформаційної зброї, що застосовуються в комплексних процесах інформаційних операцій [9]. Правильно побудований план ІВ, непохитне йому слідування та користування елементами боротьби призводить до успіхів у гібридній війні.

Генезис ІВ заслуговує окремої уваги, оскільки у світі налічується близько двадцяти ІВ, де кожна виникла внаслідок різних об'єктивних причин та містить власну специфіку. Більшість із переліку ІВ у світі веде Росія: зокрема російсько-американська, що продовжується Росією після поразки у Холодній війні як глобальна ІВ СРСР із Заходом; ІВ з низкою сусідніх Росії держав (Україна, Грузія, Польща, Латвія, Литва, Естонія); внутрішня боротьба РФ із «несистемною опозицією» та русофобськими ЗМІ. Держава, що тісно вплетана в низку інформаційних конфліктів, щоразу випрацьовує ефективний цикл дій, спрямованих на влучні інформаційні контрудари. Після таких операцій у бік українського медіа Україна була зобов'язана в інтересах національної безпеки, виконуючи захисну функцію, використати прийоми інформаційної блокади щодо ключових державних російських ЗМІ.

ІВ між ЗМІ РФ та України є невідкритою, неоголошеною, гібридною конфліктом, де кожна сторона підтримує агресивну колізію, максимально використовуючи власні потенціали інформаційного озброєння та оборони. Передумовами російсько-української ІВ стало погіршення міжнародних відносин України з РФ, починаючи з геополітичних та закінчуючи ідеологічними [2].

ІВ ведеться не лише на міжнародному, а і на національному і навіть локальному рівнях, на кожному з яких помітні наслідки інформаційно-диверсійних дій [9, с. 13]. Найзапекліші вияви медіаконфлікту між Україною та РФ розпочалися на тлі подій Євромайдану, де Росія та опозиційні українські ЗМІ критикували протилежні настрої протестувальників та перешкоджали підписанню Угоди про Асоціацію України з Європейським Союзом, підкреслюючи «невідповідність документа національним інтересам України» [3]. Пропагандистська робота інформаційного агресора, в ролі якого виступають ЗМІ Росії, спричинили

в українському суспільстві у відповідь на Євромайдан формування альтернативного протестного середовища під назвою «Антимайдан», де під переконливим впливом проголошувалися ідеї сепаратизму, формувалися проросійські настрої, нівелювалися інтереси Євромайдану. Україна в лютому 2014-го року поділилася на «до» та «після», коли український народ перестав себе визнавати як єдиний державний організм; коли завдяки можливостям інформаційних технологій підбурили в людях ворожнечу; коли на тлі інформаційної плутанини, простим користувачам медіа не можна було визначити правду та брехню і беззаперечно сприйняття народними масами інформації випливало з довіри обраними суб'єктами ІВ ресурсам та джерелам.

Майже жоден публічний мовник, спрямований надавати гарячі суспільно значущі новини, не пройшов повз процес державного перетворення на Майдані Незалежності 2013–2014 рр. Був викликаний широкий резонанс у народі України завдяки не тільки самому факту деградації систем державного управління (які викликані безкарною корупцією), а і роботі інформаційних систем та комунікації зокрема. Саме ЗМІ та ЗМК підштовхнули до всеосяжної уваги український народ, формуючи при цьому певні уявлення [5].

Будь-який суспільно-інформаційний колапс виникає завдяки низці передумов, що підбувають до дискурсивної конкуренції між ЗМІ різного розряду (від локальних до глобальних мереж трансляції). Щоб визначити, що формує ворожу інформаційну атмосферу, далі перераховані чинники, що підбувають інформаційне середовище до ІВ, та засоби використання інформаційних механізмів на тлі державного медіапростору України, що відомі в практиці ІВ.

Тепер розглянемо **психологічний чинник ІВ**. Психологічні впливи є одним із ключових способів та цілей ІВ. Спрямованість будь-якого транслятора публічної інформації на психіку глядача впливає з необхідності якнайкращого привернення уваги до власного ресурсу. Залучення зацікавленості потенційного глядача, а згодом і регулярний психоінформаційний тиск було, є і завжди буде пріоритетним завданням ІВ. Наприклад, державні ЗМІ Росії, користуючись психологічними, лінгвістичними, стилістичними засобами, створюють в інформаційному таборі ворога нагнітаючи атмосферу і переконання в його внутрішньому соціальному середовищі, що відповідають ідеологічним доктринам РФ.

Ворог, убачаючи внутрішні кризи супротивника, акцентує на них увагу у його ж просторі, створюючи похмуру картину реальності, через що у слухача виникає недовіра до всього, що, на його думку, цю кризу спричинило, як-от держава, суспільство, авторитети, еліта, опозиційне його думкам телебачення та ідеї тощо. Людина, яка піддала себе необережності до осмислення очевидної пропаганди, перелаштовується на панічні настрої, недовіру, починає пошук винних, у нього народжується відчуття ганьби за становище, в якому його переконали. Так спрацьовує інформаційна зброя на ураження свідомості необережного глядача [15].

Ті, у кого не надто розвинений критичний апарат, не усвідомлюють факти чітко або взагалі не впевнені стосовно достовірності інформації, але виявили безсумнівну довіру до окремо взятого інформаційного потоку, вразливі до дезінформації і не зможуть протидіяти брехні та помилкам, оскільки об'єктивно не будуть їх помічати. Медійний користувач, що не розуміється на функціях інформаційних технологій, критично не сприймаючи наданий йому інформпродукт, може легко заплутатися в думках та піддатися емоційному впливу від почутого. Саме на такий результат і спрямована війна в інформаційному просторі (паніка, зміна точки зору, переусвідомлення певних фактів, введення слухача у мисленнєві суперечності тощо). Отже, ІВ – виважені психологічні операції над свідомістю суспільства.

Однак можна спостерігати неабияку впертість у захисті особистих національних почуттів серед громадян держав, які ворогують. Завдяки можливостям ЗМК користувачі соціальних мереж можуть позмагатися з інформаційними супротивниками за інтелектуальну, навіть ідеологічну випередженість, до останнього подиху намагатися довести правоту власних ідеалів / авторитетів / ЗМІ [11]. Кожному з агресивних інтернет-користувачів це доставляє короткотривалі емоції «переможця», виключаючи на деякий час власні психологічні комплекси. За спостереженнями віртуального простору, серед деяких «юзерів» Інтернету помітні жага до війни, до агресивних емоцій, прагнення до обов'язкового повалення носія ворожих переконань, що часто скочується до залежності, до нескінченного оберту агресії. Такі інформаційно-ідеологічні «змагання» відбуваються на форумах, соціальних мережах, публічних чатах і навіть коментарях до майже будь-якої публікації, якщо більше нема про що поспілкуватися. Саме завдяки таким «диванним військам» відстоюва-

лись ідеї Євромайдану, агітувались заклики до боротьби, критикувалась звинувачена тодішня влада, формувалася психологічна стійкість до нападів ворога.

Невпинне розгортання суперечок у побутовому та віртуальному просторі з інакодумцями є свідченням того, що медіакористувач опинився жертвою пропаганди та є повноцінним учасником ІВ. Так, можемо спостерігати на політико-ідеологічній основі як побутові провокації між громадянами, так і спонтанні віртуальні сутички в соціальних платформах. Ці одномоментні «соціальні бої» найчастіше присвячені «щільному», ретельному перегляду історичного значення кожної сторони (України та Росії), що є найпопулярнішою темою в Інтернеті для ескалації чергової взаємодискредитації. Звісно, сторонні читачі інтернет-бійки не можуть не залучитися до неї, бо це зумовлює висока суспільна зацікавленість. Як правило, лише однієї згадки про все, що стосується міждержавних відносин України та Росії, достатньо, щоб започаткувати затяжне, люте протиборство.

Отже, психологія учасників ІВ здебільшого продиктована інформаційно-психологічними впливами на свідомість. Часто сам слухач не владний над власним психологічним станом після намагань усвідомити тривожні резонансні явища. Така слабкість і емоційна сприйнятливність провокує мислення до поспішних висновків, до гіперболізованого розуміння висвітленого і, зрештою, суспільство до інформаційної ворожнечі.

Наступний чинник ІВ – ідеологічний. Він є першопричиною ІВ. Боротьба ідеологій триває з незапам'ятних часів її існування як акту самовираження свідомості. Суспільні маси, глибоко заражені певною політичною ідеєю, знаходять сміливість та хоробрість її розповсюджувати, проповідувати її, стояти за неї, якщо обрали її як власну святиню, сокровений ідеал їх переконань. Так, ідеологічно свідомий суб'єкт готовий буде померти, наприклад, за свободу та справедливість, щоб довести власну пристрасть до реалізації «краю на землі» – «за все хороше проти всього поганого». Звичайно, бачення на свободу та справедливість у різних прошарків населення суто власне, від чого соціально-ідеологічні суперечності спричиняють у колапс, класову боротьбу, де в кожного будуть свої «герої» та «злодії», «вороги» та «друзі» [19].

На підйом українських суспільних незіставностей і розрахована агресивна інформаційна політика опозиційних ЗМІ та медіа РФ. Суспільство в умовах ефективної дії ворога розгалужується завдяки штучно сформованим переконанням

на різні ідеологічні групи, розходиться в думках та сперечається на тлі інформаційних суперечностей. У такій атмосфері зберігати єдину національну свідомість украї не легко, і досягнення такого можливе лише за допомогою зовнішніх впливів, ефективних логічних переконань, формування стійкої політичної структури та, що найголовніше, перехоплення та утримання стратегічної ініціативи в ІВ.

Кожна країна, яка утримує власний суверенітет та народну свідомість завдяки державній ідеології, не може не зіштовхнутися з протилежними навіюваннями, критикою та дискредитацією. З таким зіштовхнулася й Україна, а явище Євромайдану дозволило рельєфно виявити проблиски впертого відстоювання ідеологічного дискурсу та зростання національного духу українців [14]. Українське медійне поле займають такі дві найсильніші радикальні вістки, як українська національна ідея та концепція «русского мира», де перша трансформувалася в українську русофобію, а друга – у російську українофобію. Їх боротьба триває з часів розпаду держав СРСР, війна яких взаємно підбурюється двома сторонами в медіапросторі. І саме ідеологічним розбіжностям приділяється увага ворожими ЗМІ, адже вони здатні розчленувати суспільство лиш на питаннях бачення політичної системи правління, геополітичного місця України, історичним контрверзам української історії тощо [10]. Звісно, оберти народної зосередженості ускладнюються завдяки розкручуванню їх на масовому українському медіасередовищі рейтинговими джерелами інформації.

Проблема державної ідеології України, особливо впродовж часів незалежності, залишається найгострішим питанням політичної реальності не тільки самої України, а і Росії, враховуючи її пильну зацікавленість українським державним буттям. Російська політична еліта недаремно вбачає в національній ідеї України небезпеку, бо та несе загрозу російським політико-ідеологічним упередженням українців – прихильників російського ідеологічного міфу. Маємо дві держави з чітко сформованими, логічними та зрозумілими дискурсами, які неминуче вступили в інформаційно-гібридну війну, а згодом і в ідеологічно зумовлений політичний конфлікт.

Українське суспільство є русофобським у тій мірі, в якій російське є українофобним. Агресивна атмосфера конфлікту, створена ідеологічно-інформаційною та опозиційною конфронтацією ЗМІ, впевнено змогла переконати своїх глядачів у всіх можливих розбіжностях і проблемах у

державі, геополітиці, суспільстві тощо. Взаємна ворожнеча та гостре несприйняття одне одного також можна вважати результатами ІВ, бо набутий масштаб нерозв'язних ідеологічних, культурних, політичних та історичних суперечностей збільшив прірву між народами: зіштовхнув ідеології у запеклій боротьбі, підніс негативні образи одне про одного, змусив віддалитися дві країни, порушив між ними конструктивне спілкування. Тобто діями у війні ЗМІ розвинено політико-соціальне напруження на тлі зіткнення двох державних політичних міфів.

Важливим для пропаганди ІВ є також **історичний чинник**.

Прослідкувати історію розвитку ІВ необхідно в цілях розуміння закономірностей інформаційних впливів та викликаних ними соціально-політичних ефектів. Найвідоміший історичний приклад масштабної ІВ – Холодна війна, що велася між державними союзами НАТО та Варшавського договору. Політичні впливи, взаємний страх та занепокоєння, конфронтація світової політики супроводжували загрозу початку Третьої світової війни. Навіть після номінального завершення Холодної війни ІВ діє на повну потужність між «старими» ворогами, що вказує на реальність гібридного світового протистояння.

Проблема дезінформації вперше виникла в часи Холодної війни. Завдяки такому історичному явищу геополітики, як «Холодна війна», інформаційними технологіями практикувалися такі засоби пропагування: гіперболізація масштабу конфлікту; возвеличення керівництва своєї країни як «спасителів» від усіх бід та небезпек та дискредитація ворожого світу, що перебуває по ту сторону «залізної завіси»; геополітичні провокації тощо. Ці способи розвинулися в засобах ведення ІВ разом зі всіма складниками інформаційних технологій (засоби радіоелектронної боротьби, мережева війна, психологічна війна, інформаційний тероризм). Перераховані інструменти ІВ удосконалювалися згідно з потребами держав-гегемонів у Холодній війні та широко застосовувалися в ній [8].

Хоч Україна в історичному вимірі не зчитувалася світовими державами як окремий політичний суб'єкт, її місце в масштабі геополітичної ІВ почалось визначатися не відразу, а лише тоді, коли Україна могла вести власну лінію в політиці. Інформаційна самостійність України, що передбачає імунітет до міжнародного впливу, формується після результатів Холодної війни і досі. Чистота інформаційної мережі України – пріоритет її національної безпеки.

Слідуючи національним пріоритетам в інформаційній сфері країни, теле- та радіомовлення має відповідати державній ідеологічній доктрині. Державні ЗМІ у всі часи – елемент тоталітарного механізму, який необхідно постійно підживлювати свіжими та оригінальними логічними доводами; беззаперечною вірою в проголошену ідею; максимально ідеалізувати для населення зі всіх можливих сторін режиму. Державний фундамент закладений на мисленні народу, який корелюється інформаційно-психологічними засобами відповідно до державно-політичних інтересів.

Протягом ХХ сторіччя в становищі біполярного геополітичного світу, коли інформаційні технології були новітніми для свого часу розробками, на медіа зберігалася монополія в державі, конкретніше для України – у Держтелерадіо СРСР, що контролювало ефіри та зйомки Київської студії зокрема. Монополія, що розклалася на дуополію Держтелерадіо СРСР та УРСР, дозволила Києву утримувати владу над республіканським телебаченням у власних руках. Після довготривалих трансформацій, приватизацій та інших змін у телерадіомовленні України станом на 2021 рік українське телебачення налічує 101 канал, включаючи 65 регіональних телекомпаній, більшість із яких – комерційні. Українське телебачення після поразки СРСР у Холодній війні йшло на розконцентрацію влади Москви у праві на контроль мовлення країн колишньої СРСР.

Історичне розшарування українського медіапростору на комерційні сфери мовлення стало об'єктивним процесом, спровокованим поразкою тоталітаризму в Холодній війні. До цього зумовив особливий історичний хід, що створив всі умови для ІВ [12]. Євромайдан як частина новітньої української історії вклав свою лепту в підбурення наявної ІВ в Україні та світі.

Корпоративний чинник ІВ має економічні причини. Якщо розглядати будь-яке видання та телеканал у ролі компанії, а створення та надання інформаційних послуг як індустрію, то власник компанії буде всіляко зацікавлений у розвитку та розповсюдженні власної продукції. Теле- та радіокомпанія керується приватним профітом як у економічному, так і у рейтинговому еквіваленті.

Згідно з вимогами ефірного мовлення, телеканал необхідно зареєструвати, надати йому ліцензію, щоб отримати доступ до мережі кабельної та супутникової трансляції. Відповідно, час мовлення треба максимально продуктивно використати для подання інформаційної «їжі». Щоб її «приготувати», редакторська команда отримує

«сирий» матеріал із подій та наповнює його готовими висновками, оцінками, після чого ведучі проголошують інформацію в переконливому та привабливому інформаційному вигляді. Гарна трансляція, переконливі ведучі, сенсаційний матеріал – усе це підвищує зацікавленість та довіру слухачів, а також рейтингові показники.

Інформація зобов'язана відповідати редакційній політиці телеканалу. Інакше кажучи, що б редактори не готували до ефіру, інформаційний матеріал не зможе зберегти суху, формальну чистоту та принципи інформаційної гігієни, оскільки редакція відшліфовує інформаційні дані, відповідаючи перед інтересами власників. Інформаційні корпорації в руках «великих кишень» є інструментами боротьби з ворожими політичними групами. Корпоративний елемент ІВ обов'язково спроваджує до суперечності, граючи на відмінностях. Телекорпорації обов'язково беруть участь у ІВ, створюючи на ній прибуток. Рейтинг – центральний показник довіри ресурсу, який відслідковується керівництвом у першу чергу. Телеканал докладе всіх зусиль задля її підйому, бо це відповідає його первинним інтересам.

Майже кожен громадянин України звернув увагу на телекрани репортажів із подій Революції гідності та спостерігав суспільні поштовхи населення. Їх транслювали всі ЗМІ, що вели журналістську діяльність на Майдані (державні, приватні та навіть зарубіжні). Кожен з них висував ті чи інші версії. Задля їх формування запрошували експертів, збирали матеріал та обробляли згідно з редакційною політикою телеканалу, монтували та транслювали репортажі та сюжети. У проєкції безмежного медіапоту майже неможливо вловити дійсність, зачерпнути сутнісні, реальні причини всього, що показується. Це свідчить не про висвітлення фактичного матеріалу як такого, а про ретельну обробку даних, що створює інформативну розбіжність у масмедіа.

Редакційна політика майже всіх українських каналів складена відповідно до журналістських стандартів. Це певний алгоритм дій з інформацією, що використовується для її «шліфування» як під потреби аудиторії, так і під інтереси власників. Кожен ресурс, що показує себе як незалежний інформаційний мовник, зобов'язаний оприлюднити принципи їх редакцій та слідувати ним, якщо варто піднести себе як прозорого та чесного джерела інформації. Зокрема стаття 57 Закону України «Про телебачення і радіомовлення» свідчить про обов'язкове затвердження телеканалом редакційного Статуту, який містить низку вимог до роботи над інформацією [18].

У межах міжкорпоративних відносин ІВ між ними не помічена в агресивному ключі, адже ведуть її здебільшого ті, хто їм довіряє. Так, політика каналу підлаштовується під потреби глядача і свого власника, намагаючись не викликати широких обурень. Звісно, в ефірі більшості телеканалів ІВ неабияк помітна, коли різні джерела підносять різну інформацію стосовно однієї події; спростовують одне одного або відразу усіх; формують фейк-ньюз у цілях навмисного переінакшення фактів; оцінює суттєві події «на почуттях», а точніше, навіює паніку та шукає кого звинуватити; дискредитує політичний режим або «співає йому дифірамби», що є суто прерогативою приватних каналів та студій. Інформаційна боротьба рельєфно виявляється у всіх засобах пропаганди через корпоративну сторону війни, де кожен утримує приватний інтерес, а журналістські стандарти стають умовністю, робота у медіа сфері – службою корпоративному профіту; політична колізія включається у мовлення, а інформаційно-психологічні дії вказують на її розвиток.

Варто наголосити і на **соціальному чиннику ІВ**.

Соціальний чинник ІВ – це той, що безпосередньо стосується народу, має соціально-інформаційний вимір, де виявляються результати ІВ. Суспільно-політична динаміка продиктована діями в ІВ. Це означає, що народу, який спостерігає за суспільно значущими явищами, властиво реагувати на них згідно з їх висвітленням. Так, ІВ використовує гру на почуттях суспільства, на суперечностях інформації, застосовує різноманітні форми дезінформування в цілях форматування громадської думки. Інформаційний тероризм, що є циклом агресивних дій на ураження інформаційного простору, деструктивно впливає на суспільство, змушуючи панікувати та змінити переконання завдяки фактологічним та логічним ефектам. Ці дії розчленовують суспільство, вражаючи переважно несвідомих громадян, у яких відсутнє політичне виховання та принципи інформаційної гігієни [19].

Світ розгалужений у собі на різноманітних питаннях щодо угруповань / ідеологічних груп / клубів інтересів, які вбачають правду лише за собою. За таким чинником поділилася і Україна як багатонаціональна, конкурентоспроможна, суверенна держава. Народ не може стояти осторонь, коли проблеми його країни чітко виявляються та шкодять його соціальному життю. Відповідно, громадяни розчленовуються в межах власної країни, створюються окремі «світи», де одні відмовляються розуміти інших, закрившись

у межах своєї парадигми, нагадуючи громадянську війну.

Завдяки ІВ, що склалася на терені українського медіа, його суспільно-інформаційне поле та стрімкий рух суперечностей у ньому отримало модель «ідеологічно обізнана людина», що моментально готова надати «експертну думку» та «політичний розбір» чи не всім явищам і процесам у державі. Звідси розповсюджена культура «блогерства». Блогери – певний креативний клас, що ненав'язливо створює переконання довірливим слухачам. Віртуальний простір більш вразливий до інформаційних фейків, що не витримують критики та первинної перевірки.

Згідно із соціологічними дослідженнями, проведеними Київським міжнародним інститутом соціології, шляхом опитування визначено схильність українців до пропаганди та прорахований індекс результативності російської пропаганди (ІРРП) серед українського населення. Виявлено, що західні регіони більш стійкі до впливів пропаганди РФ, аніж східні. Завдяки розрахункам за областями України виявлено певні тенденції в регіонах Донбасу та Одеській області, що свідчить про сприйнятливність східного українського населення до опозиційної Україні пропаганди [1, с. 3]. Тому конфлікт на Сході України частково можна вважати соціально-інформаційним наслідком ІВ, від якого не застрахована жодна країна.

Шостий чинник ІВ – політичний. Він розподіляється на такі два класові виміри, як панівний та простонародний, тобто керівної меншості та громадської більшості. Політика уряду та погляди на неї склалися в кожній соціальній верстві по-різному, тому класові відносини відповідають соціально-економічному становищу кожного, хто включений у державні процеси. Ідеологічні та соціально-економічні відносини визначають народні настрої і, відповідно, внутрішньополітичний стан держави [20].

Міжкласові суперечності залишаються найефективнішими суспільними резонаторами в політико-економічних відносинах. Між різними прошарками населення України настільки велика нерівномірність, що мало інших цивілізованих країн, де доходи громадян були б настільки різні. У Революції гідності як класовому явищі наявна соціальна несправедливість та ідеологічна незіставність між народом та владою, що спровокували народні поштовхи на Майдані у 2014 році.

Зрозуміло, що Революція гідності викликана, зокрема, ідеологічними віяннями вже обуреного українського народу. Для населення України це

була ледве не унікальна можливість брати участь у політичному процесі – вирішувати долю країни «тут і зараз». Євромайдан став вираженням політичних інтересів народу, висловленням єдиної політичної волі, що прагнув європейського розвитку та процвітання [12].

Також існує протилежна політична воля, що тяжіла до інтеграції в російський світ. Два протилежні вектори у своєму зіткненні створили затяжний конфлікт на політико-ідеологічній основі не тільки на міжнародному рівні, а й на всеукраїнському. Звісно, політичну війну сторони чинять в інформаційному вимірі для продуктивної пропаганди, використовуючи різні експертні переконання. Конфлікт може тривати між політичними діячами та партіями, де найвпливовіші утримують власні студії для розповсюдження своєї політичної позиції, та державами або державними союзами, що також ведуть ідеологічні конфронтації у світовій пропаганді [2; 16].

У воєнно-політичному масштабі Україна відіграє захисну функцію від російської та опозиційної агресії. Дві сусідні держави не застосували можливості мирної дипломатії, що призвело до розладу міжнародних відносин, унеможливаючи консенсус. Досягнути позитивних результатів у міждержавному спілкуванні між РФ та Україною не поставлено в геополітичному масштабі як пріоритетне завдання. Тому ІВ не зупиниться, а продовжиться, доки політико-ідеологічний конфлікт не нівелюється між країнами.

Політична перевага напрацьовується завдяки успіхам у ІВ, де основними завданнями поставлено такі: створення атмосфери бездуховності; маніпулювання громадською думкою; нанесення шкоди безпеці інформаційно-технічної інфраструктури; підриг морального духу та політичного авторитету держави / опозиції; дестабілізація політичних відносин; дискредитація фактів історичної, національної самобутності народу; зміна системи цінностей тощо. ІВ стає політичним інструментом популістської атаки та захисту інформаційних систем і політичного іміджу.

Щодо народних політичних рішень, то на Євромайдані вони спонукали державне керівництво до рішучих та однозначних дій. Підписання угоди про Асоціацію стало ключовою політичною вимогою Революції на Майдані Незалежності до керівництва країни, на яке влада піти не спромоглася. Тому у народу України стався стрімкий ріст політичної свідомості, коли він усвідомив небезпеку втрати державного суверенітету. За допомогою роботи у медіасередовищі країни невпинно

розвивається пропагандистський ажіотаж щодо політичних поштовхів в Україні.

Щодо філософського чинника ІВ, то слід сказати, що суспільне буття в контексті філософського тлумачення стає поштовхом до ІВ. Ураховуючи способи інформаційно-психологічного впливу на свідомість, завдяки яким транслятори формують певну суспільну думку, свідомість слухача можна корелювати під необхідні настрої. Дія пропаганди наштовхує кожного на потрібне мислення, ідеологічну установку, інакше розуміння себе та народу в національному / культурному / політичному вимірах [17]. Але у кожного, хто наважується на самостійне, невипереджене мислення, хто усвідомлює суспільно-політичну реальність завдяки власній парадигмі, хто відчуває себе єдиною культурною частиною свого народу, нівелюється небезпека обману, оскільки для національно свідомого суб'єкта не потрібно насувати шквал переконань. Стійкість у переконаннях – прерогатива сильної особистості, що впевнено усвідомлює свою роль та завдання у світі.

Світ ХХІ століття перебуває під впливом ліберальної філософії, що зумовлює основи геополітичної багатополлярності та плюралізму. За їх принципами для виживання та росту в суспільно-політичній кар'єрі необхідно підтримувати легальну багатоманітну конкуренцію в межах ліберального права на свободу слова та свободу масової інформації. Як можна спостерігати, ці доктрини дозволили без переслідувань та утисків розвивати та посилювати приватне мовлення. Завдяки можливостям ЗМІ та ЗМК нарощування інформаційних сил в умовах конкуренції стає доступним всім охочим поширювати власні ідеї.

Плюралізм (як загальний філософський принцип) допускає у інформаційний простір багатоманітність думок, визнає та підтримує у ньому конкурентну систему відносин. Лібералізм, що домінує в соціально-політичному мисленні світу, відкриває широкі можливості для вільного мовлення різних думок. Зокрема, питання стосується й інформаційного середовища, що використовується як засіб для швидкого та вільного розповсюдження масового мовлення. Це означає, що інформаційне середовище перенавантажено суперечливим матеріалом, виходячи з ліберального принципу про свободу слова, друку та волі – права на вільне висловлення та загальнофілософську конкурентність думок. Це «розв'язує язика» всім охочим проголошувати свої ідеї, поширювати власні позиції та переконувати в них своїх слухачів, підбурюючи взаємне протистояння,

гру уперечностей, дискредитацію та інші елементи, що передбачає ІВ [6].

Плюральний світ живе у вічній внутрішній боротьбі, постійно розширюючись на різних політико-ідеологічних підгрунтях. Цей процес пришвидшує роботу в медіапросторі, що передбачає певну атмосферу для ескалації словесного, інформаційного конфлікту – війни інформацій, війни дискурсів, ідеологій, думок, бачень, парадигм. Кожен ідеологічний напрям у медіа застосовує найефективніші засоби проповіді та захисту своїх ідей, до заперечення яких будуть обов'язково спровоковані протилежні сторони. Так, виникає філософсько-інтелектуальна баталія у форматі токшоу, яку пропонує більшість популярних українських телеканалів. У світі інформаційного розмаїття за умов наявної ІВ діє невпинне зациклене коло народження міфів / фейків та їх чергове спростування, що є свідченням конкурентної атмосфери в медіа.

Відповідно, ІВ навколо подій Майдану розвинулась завдяки зіткненню протилежних дискурсів, що мають розповсюдження на теренах інформаційного простору України. Євромайдан став «камнем спотикання» для плюрального інформаційного середовища, у якому той набув чималої суспільно-політичної уваги. Сам принцип «свободи слова», проголошений лібералами як універсальна доктрина, задає популістський тон у інформаційних стрічках та спонукає до ІВ.

Наша наукова розвідка не була б достатньо обґрунтованою без **інтерв'ю з Русланом Свіри-ним**. Щоб повною мірою усвідомити явище ІВ в Україні, до спілкування запрошений журналіст державного телеканалу «Київ», що працював журналістом та волонтером на Майдані. Його слова – живе джерело, адже він свідок подій Євромайдану.

«Народився 26 травня 1969 року в Києві. На телебаченні – з 1993 року. До 1996 року працював на УТ-1, де був випусковим редактором інформаційної програми УТН, випусковим редактором і журналістом програми «Доброго ранку, Україно!», а згодом – спортивним коментатором. У 1999-му закінчив Інститут журналістики Київського національного університету імені Т. Шевченка за спеціальністю «журналістика». У 1991-му з червоним дипломом закінчив Київське вище танкове інженерне училище за спеціальністю «інженер-механік». Випускник Київського суворовського училища (1986 р.). У 1995-му у газеті «Киевские ведомости» опублікував цикл статей «Театральний Роман» про творчість

Романа Віктюка. У 1996–2007 роках працював на телеканалі «Інтер», де був спеціальним кореспондентом студії спортивних програм, ведучим спортивних програм: «Інтерспорт», «Спорттайм», «Проект F», «На футбол». Також на «Інтері» створив одинадцять документальних спецпросектив. У 2004-му році написав повість «Разведенные мосты». У 2007-му – автор та ведучий телевізійної програми «Яхтинг» продакшину «Студія ПЛЮС» (виходила в ефір на «Першому національному»). У 2008-му році створив документальну стрічку «Колиска для Чемпіонів» про футбольну школу «Дніпро-75». З 2008-го і дотепер працює на телеканалі «Київ» спортивним коментатором. У 2010–2012 роках – ведучий програми «На зв'язку з урядом» на «Першому національному». У 2015–2020 роках – керівник прес-служби Федерації баскетболу України. У 2018–2020 роках – прес-секретар БК Київ-Баскет».

З біографії, опублікованої на інтернет-ресурсі телеканалу «Київ» [22], відомо, що Свірін більш відомий як спортивний журналіст, коментатор спортивних подій. Руслана Свіріна можна вважати «феноменом української журналістики» у тому сенсі, що він, покинувши у 2014-му році професійні інтереси, кинувся висвітлювати політичний колапс країни. Зміна журналістської сфери та робітничих умов створили незабутній досвід для професіонала своєї справи; змусили наочно спостерігати революційні вибухи народу і показувати в репортажах свіжі матеріали тих подій [21]. Подальша низка запитань, поставлених Руслану Свіріну, розкриє обличчя волонтера, ветерана телебачення, людини, що самовіддано робила свою справу та служила своєму народу:

Як Вам вдалося паралельно суміщати волонтерську та журналістську роботу? На той час телеканал Київ базувався на Хрещатику, фактично всередині периметра Майдану. З точки зору поєднання журналістської діяльності з волонтерською це була гарна локація.

Скільки часу пропрацювали на Майдані? На Майдані я був із 1 грудня і до 20 лютого. Нічні чергування, не пов'язані з роботою на телеканалі, після Водохреща (початку протистоянь на Грушевського) мав із періодичністю двічі на тиждень. у тому числі в ніч, коли палав Будинок профспілок. Матеріали до ефіру: протистояння (невдала спроба розгону Майдану) вночі 9–10 грудня, ранок-день 10 грудня.

Які, на Вашу думку, фактори сприяли умовному переходу національної ідеї від Євромайдану до Революції гідності? Перехід від Євромайдану

до Революції гідності відбувся на Водохреща, коли активіст Сергій Коба зі сцени виступив з вимогою до так званих лідерів опозиції Кличка-Тягнибока-Яценюка, визначитися, хто візьме на себе відповідальність. Після того, як півгодинний термін очікування вийшов, активісти пішли на Грушевського – це був Рубікон між Євромайданом та Революцією гідності.

Як Ви вважаєте, чи всі журналісти намагалися об'єктивно висвітлювати ті події? Не всі журналісти намагалися об'єктивно висвітлювати події Революції. Насамперед телеканал Інтер був провладним рупором, як не прикро – УТ-1. Московські канали за умовчанням.

Як Ви вважаєте, у висвітленні подій Євромайдану та Революції Гідності помітне таке явище, як інформаційна війна? Явище інформаційної війни українських журналістів спровоковане преміальними з боку провладних замовників «картинки». Так, скажімо, головний редактор служби інформації телеканалу Київ Ірина Мілиневська паралельно очолювала столичний осередок Партії регіонів. Відтак, нескладно зрозуміти, які меседжі вона продукувала.

У яких питаннях інформаційній війні вдалося розчленувати українське суспільство і чому? Розчленувати українське суспільство вдалося в питаннях мови, національно-визвольних змагань, голодомору, підтримки майданівців чи антимайданівців тощо.

Чим, на Вашу думку, спровоковане явище інформаційної війни серед українських журналістів, які були задіяні у висвітленні доленосних подій? Явище інформаційної війни українських журналістів спровоковане преміальними амбіційними прагненнями різних сторін, які були спрямовані як проти воювання так і за провладних замовників «картинки», зрозуміти, які меседжі вона продукувала.

Чим мотивуються російські журналісти, називаючи Революцію гідності та Євромайдан «заколотом нації проти чинної на той час влади»? Кремль панічно боїться народних хвилювань. Віра у царя-батюшку, сама структура російського суспільства підштовхує тамтешніх журналістів характеризувати події на Майдані заколотом.

Чому одні журналісти в тих подіях вбачають порушення Конституції, а інші – захист своїх прав та національної гідності? Хвиля народного гніву розподілила масмедіа та журналістів на наближених до годівниці і незалежних. Крім того, шкала цінностей західних+центральных і південних та східних областей різна. Це наштовхує одних на

оцінку порушення Конституції, а інших – своїх прав та свобод.

Як вважаєте, пересічні споживачі новин та продукції масмедіа України є учасниками інформаційної війни навколо подій Майдану, якщо так, то в чому? Пересічні споживачі, насамперед, є жертвами інформаційної війни, сприймаючи інформацію під тим кутом, під яким її подають із телеекранів та інших носії інформації (інтернет-сайтів, преси, радіо тощо).

Висновки. Українські масмедіа перебувають у стані інформаційної колізії у локальному, державному та геополітичному масштабах. До цього призвели низка передумов, які ми окреслили вище. Зосереджуючи увагу на Революції гідності, телебачення та радіомовлення України розповсюджує різні політико-ідеологічні дискурси, впливаючи на соціальні настрої та думки щодо Майдану. Явище ІВ у медіа не нове для України, оскільки це об'єктивний процес боротьби та захисту інтересів, ідеалів, іміджу ЗМІ та його власників. Молода країна досі потерпає від інформаційного тероризму ззовні та зсередини, поглинаючи агресивну пропаганду. Плюралізм, наслідки Холодної війни, політичні зіткнення, ідеології, психологічно-інформаційні впливи на свідомість, комерційна сторона війни та соціальні обурення в загальній картині комплексно єднають сутність інформаційного конфлікту: психологічні впливи на свідомість мас руйнує мислення зсередини на рівні переконань, доводячи її до паніки та агресії; ідеологічні переконання розчленували український народ; телекомпанії розкручують інформаційну війну, виходячи з комерційних інтересів. Купа чинників указують на сумісне явище «інформаційна війна», аналітично розуміючи його з кожного боку.

Складність становища українського радіо та телебачення є закономірністю результатів інформаційної війни, що розв'язана політичними силами та спровокована гострими подіями на Майдані Незалежності. Диверсійна робота в медіа, що ефективно проведена агресором в обличчі РФ, нанесла інформаційні збитки, знизила відсоток довіри до українських інформаційних мереж та сформувала внутрішню суспільну конфронтацію. Взаємні агресивні дії між державою та її опозицією і ЗМІ РФ в інформаційному середовищі стало українською медіареальністю сучасності. Наявне тоді суспільне напруження, незадоволеність рішеннями уряду збільшилось і виявило себе на Майдані у 2014-му році, навколо подій якого сформувалися дезінформативні матеріали в цілях дискредитації українського політикуму.

Війна на інформаційному рівні дійсно існує, її плоди досить руйнівні, наслідки колосальні. Щоб протидіяти пропаганді, українські масмедіа зайняли захисну функцію та виконують алгоритми ефективних контратак. Однак досить високий відсоток недовіри до українських джерел інформації в «проблемних» областях України (Донецькій, Луганській і Одеській).

Світові тенденції в розширенні прав на свободу мовлення, друку та слова взагалі зруйнували

тоталітарні нав'язування, але водночас підбурили інформаційні структури до конкуренції за лідерство в довірі слухачів. Таким чином, наявність та розвиток великої кількості партій, ідеологічних груп, суспільних організацій є важливими факторами збереження політичного плюралізму, в умовах якого не можна уникнути конфліктності та суперечностей. Тому Євромайдан – «яблуко розбрату» українських медіа, де крапку не поставлять у суспільно-державному спілкуванні ще довго.

Список літератури:

1. Аксьонова Н. Дослідження впливу мас-медіа в умовах інформаційної війни. Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ. 2017. URL: http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3496:doslidzhennya-vplivu-mas-media-v-umovakh-informatsijnoi-vijni&catid=81&Itemid=415.
2. Горбань Ю.О. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення. *Вісник НАДУ*. Вип. № 1. (2015). С. 136–141.
3. Індекс результативності російської пропаганди. *Київський міжнародний інститут соціології*. 2015. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=510>.
4. Кіслов Д.В. Інформаційні війни : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2013. 300 с.
5. Кіслов Д.В. Сучасні медіа та інформаційні війни : монографія. 2-ге вид. Київ : МП Леся, 2013. 240 с.
6. Константинова Т. Факторы политического выбора в условиях плюрализма. *European political and law discourse*. № 1. (2014). С. 87–96.
7. Макаренко С.І. Информационное противоборство и радиоэлектронная борьба в сетевых войнах начала XXI века. Санкт-Петербург, 2017. 546 с
8. Манжола В.А. «Балансування на межі війни». Українська дипломатична енциклопедія : У 2-х т. Редкол.: Л.В. Губерський (голова) та ін. Київ : Знання України, 2004. Т. 1 760 с.
9. Медведєв В.К., Кучеренко Ю.Ф., Гузько О.М. Сучасна інформаційна війна та її обрис. *Системи озброєння і військова техніка*. № 1. (2008). С. 52–54.
10. Медвідь Ф. Українська національна ідея як детермінанта державотворчих процесів. *Політичний менеджмент*. № 1. (2005). С. 35–43.
11. Мудра І., Сінькова Є. Інструменти інформаційної війни проти України в інтернет-ЗМІ. *Вісник львівської політехніки «Журналістські науки»*. Вип. 883. (2017). С. 42–47
12. Нерсисян Г.А. Інформаційні спецоперації в умовах війни в історії. *Київський політехнічний інститут ім. Сікорського, (Державне управління у сфері державної безпеки та охорони громадського порядку)*. (Т 29 (68) № 1). (2018). С. 223–228.
13. Панарін І.Н. СМИ, пропаганда и информационные войны. Москва : Поколение, 2012. 52 с.
14. Пасічний Р. Євромайдан: технології зниження політичної активності. *Національний університет «Львівська політехніка»*. № 26. (2014). С. 82–87.
15. Почепцов Г.Г. Сучасні інформаційні війни. Київ : Києво-Могилянська академія, 2015. 497 с.
16. Проноза І.І. Засоби масової інформації і комунікації в інформаційній війні як сучасна політична практика. *Політичні інститути та процеси*. № 3. (2020). С. 65–69.
17. Проноза І.І. Інформаційна війна: сутність та особливості прояву. *Актуальні проблеми політики*. № 61. (2018). С. 76–84.
18. Ренська Г. Редакційна політика українських телеканалів: мовленнєвий аспект (на прикладі каналів «Інтер», «СТБ», «1+1», «Перший національний» та «Новий канал»). *Стиль і текст*. № 14. (2013). С. 299–307.
19. Різун В. Теорія масової комунікації. Київ : Просвіта, 2008. 260 с.
20. Рудич Ф.М. Політичний режим і народовладдя в Україні: політологічний аналіз. Київ : ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2011. 456 с.
21. Руслан Свірін робив репортаж з буремного Майдану. КИЇВ.NEWSROOM. 2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3w1hZCcxuo4&t>.
22. Руслан Свірін. Київ ТБ. 2021. URL: <https://tv.kyiv.media/team/ruslan-svirin>.

Kuryliak V.V., Palii D.V. EUROMAIDAN AND THE REVOLUTION OF DIGNITY IN THE CONTEXT OF THE INFORMATION WAR IN THE UKRAINIAN MASMEDIA

The article considers the preconditions, factors and factors of the development and conduct of war in the information environment, based on data from open sources, research by specialists in information technology and analysis of television news. Considering the controversy of the topic, the author develops certain approaches to the unbiased analysis of known sources of information speech, taking into account their intentions. The material of the article proves that all those who present contradictory content are involved in the space of information confrontation, because the atmosphere of modern struggle determines this, where information is an additional tool on the scale of real war. Almost every information force contributed to certain consequences, which involved the population of Ukraine in revolutionary achievements. The current state crisis has gained momentum, in particular due to the work of news broadcasters, who inspired among their listeners information about the danger to national sovereignty and the violation of the interests of the people by the state. Thus, the prepared and processed information about a certain fact becomes an «invisible weapon» in a full-fledged war. The conditions of the war determine the relentless turnover of mutual propaganda and the rapid development of the technological base for the effective maintenance and dissemination of information. Immersed in an atmosphere of ideological struggle, every resource that tries to maintain its own relevance among listeners, necessarily takes one side or the other and is involved in information warfare, where neutrality is impossible. Based on the private interests of information corporations and a number of socio-political reasons, the author lists a number of factors that in one way or another create and characterize the war in the information environment. These include psychological, ideological, historical, corporate, social, political and philosophical factors, each of which is considered separately and contributes to the most complete conclusions in scientific analysis. The article also draws attention to the role of the Revolution of Dignity in the context of mutual opposition to the monopoly in information trust. Journalist and volunteer Ruslan Svirin was involved in the conversation about Euromaidan as a source, who spoke about little-known aspects of the information confrontation and his own volunteer activities.

Key words: *Euromaidan, Revolution of Dignity, information war, Ukrainian mass media.*