

обумовлено світовими кризовими процесами, переосмисленням соціальної ролі ЗМІ та місії медіа, як соціального інституту.

### *Список використаних джерел*

1. Закусило М. Соцмережі й телебачення – основні джерела новин для українців; довіра до національних медіа впала (дослідження). Детектор Медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/181614/2020-10-16-sotsmerezhi-y-telebachennya-osnovni-dzherela-novyn-dlya-ukraintsiv-dovira-do-natsionalnykh-media-vpala-doslidzhennya/> (дата звернення: 10.11.2021)
2. Опитування: яким ЗМІ довіряють журналісти. Pointer.agency. URL: [https://pointer.agency/opytuvannia-iakym-zmi-doviraiut-zhurnalisty/?fbclid=IwAR3t8Ceuiw-GvwjiAlTB4bLKxZNLt6iyfVE-dMK\\_udm0EGxxrGBn5L9w11s](https://pointer.agency/opytuvannia-iakym-zmi-doviraiut-zhurnalisty/?fbclid=IwAR3t8Ceuiw-GvwjiAlTB4bLKxZNLt6iyfVE-dMK_udm0EGxxrGBn5L9w11s) (дата звернення 12.11.2021)
3. ТОП - 10 СМІ. Медialogия. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/> (дата звернення 12.11.2021)
4. Die Mediadata der PZ-Verlage. PZ-Online. URL: <https://www.pz-online.de/> (дата звернення 12.11.2021)
5. Мартиненко І. Дані медіа моніторингу висвітлення теми «Північний потік – 2» у провідних онлайн ЗМІ України. Німеччини та РФ. Донецький національний університет імені Василя Стуса. URL: [https://dnu-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/s\\_bondarenko\\_donnu\\_edu\\_ua/EVFW-aWR8-9GpfW-YQDgcGgB8k2dWma16G3GkxX-l4Wn1w?e=4%3AdDNzM2&at=9&CID=dc2456c1-ca4e-c3e1-4a41-e98110b8efa6](https://dnu-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/s_bondarenko_donnu_edu_ua/EVFW-aWR8-9GpfW-YQDgcGgB8k2dWma16G3GkxX-l4Wn1w?e=4%3AdDNzM2&at=9&CID=dc2456c1-ca4e-c3e1-4a41-e98110b8efa6) (дата звернення 15. 11. 2021)

УДК 007:[070:323.266]:327.88]((470+571):477)(043)

*Попович Б. В., здобувач освіти,  
Чальцева О. М., д. політ., н., доцент,  
доцент кафедри політології та  
державного управління*

## **ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКИХ ВІДНОСИН**

*Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

У сучасних умовах потужними стають інформаційні технології та все частіше їх використовують у деструктивних цілях. Протиріччя, що виникають між державами сприяють появі інформаційних загроз та розробці методів їх протидії, а політика у сфері інформаційної безпеки повинна бути достатньо потужною, щоб забезпечити захист інформаційного простору.

Одним з факторів впливу на систему є зовнішні та внутрішні атаки, які в науковій літературі отримали визначення інформаційної війни. Інформаційна війна постає потужною загрозою інформаційній безпеці держави, що спрямована на здійснення впливу на модель світу того, хто отримує інформацію,

формування негативного ставлення до культури та викривлення історії в суспільстві конкурента, маніпулювання громадською думкою і політичною орієнтацією населення для посилення політичної напруги, стимулювання недовіри до влади, до ЗМІ та інші завдання. Внутрішня інформаційна війна є результатом діяльності ЗМІ з проросійською риторикою в Україні. На цей час питання інформаційної війни в контексті російсько-українського збройного конфлікту досі відкрите, тому воно актуальне і підлягає подальшому вивченню.

Протягом останніх восьми років нелінійного гібридного конфлікту та агресії проти України здійснена значна кількість спроб втручання Російської Федерації в український інформаційний простір. Фейки, які поширюються проти України з деструктивними та загарбницькими цілями, спрямовані як на аудиторію власної держави, так і на споживачів інформації з держав обраних для агресії.

В Україні новий потік проросійської пропаганди з наративами про «зовнішнє управління Заходу», «державний переворот» і «нацистів в Україні» припав на листопад в річницю початку Євромайдану та початок грудня. Українці вийшли на протести на підтримку євроінтеграції курсу у листопаді 2013 року після призупинення владою процедури підготовки до підписання Угоди про асоціацію України з Євросоюзом [1].

Проведений аналіз антиукраїнських повідомлень що поширювалися в українських ЗМІ та були спрямовані на розпалення антагонізму між українцями, допоміг виділити основні критерії для дослідження інформаційної війни та пропагандистських наративів. Серед них:

- 1) Україною керують країни Заходу.
- 2) Україна знаходиться у владі фашистів, нацистів.
- 3) Україна не має перспектив без Російської Федерації.
- 4) Російські війська не воюють на Донбасі, а Російська Федерація не причетна до збройного конфлікту.

Російська Федерація застосовує різні прийоми ведення інформаційної війни, використовуючи думки несправжніх експертів, фейкові повідомлення, що не підкріплені фактами та наголошуючи на конкретних подіях, які вигідні пропагандистам. РФ використовує їх як інструмент ведення інформаційної війни гібридної війни з США, країнами ЄС та Україною. Згідно з подібними дослідженнями Інституту масової інформації така пропаганда з використанням наративів може містити фейки, маніпуляції та дезінформацію [2].

В Україні є низка ЗМІ з проросійською риторикою, сайти яких наповнюються контентом від пропагандистів, що діють на території ЛНР, ДНР та Російської Федерації. Діючи таким чином, вони можуть отримати заборону функціонування від влади, але при цьому продовжувати поширювати антиукраїнський контент онлайн змінивши доменні імена. До таких ЗМІ належать: «Страна.ua», «Весті.ua», «112.ua», «NewsOne» та ін.

Завданням таких ЗМІ є стимулювання лояльності своєї аудиторії та відсторонювати її від засобів масової інформації, які можуть доносити деструктивну для фейків реальності. Поширюються відкриті маніпуляції проти України, але саме такий контент публікується на сайтах діючих українських

ЗМІ «Страна» та «Весті». Його потрібно відстежувати та припиняти діяльність таких ЗМІ.

Антиукраїнський контент в українських ЗМІ практично не відрізняється від пропагандистських наративів, які поширюються на території Білорусі. Антиукраїнські повідомлення були дискурсом та спрямовувалися проти України та Сполучених Штатів. Останні, висвітлені як країна, що дистанційно керує Україною та є ворогом для РФ.

У більшості проаналізованих повідомлень підіймалася тема фашизму та націоналізму в Україні. При цьому зміст таких повідомлень завжди містив в собі негативне емоційне забарвлення та мету розпалення ненависті проти України.

Підсумовуючи варто зазначити, що проаналізовані та класифіковані антиукраїнські наративи дозволяють чітко визначити які ключові пропагандистські повідомлення поширюються в українських ЗМІ. Їх чітке виокремлення дозволяє досліджувати антиукраїнський контент на всіх рівнях та вчасно виявляти втручання пропаганди держави-агресора в інформаційний простір.

#### *Література:*

1. Авдєєва М. Порівнюємо антиукраїнські наративи кремлівської пропаганди в Білорусі та в Україні. Європейська експертна асоціація. URL: <https://uaeuxperts.org/sravniuem-antiukrainskie-narrativy-kremlevskoj-propagandy-v-belarusi-i-v-ukraine-ukr/> (дата звернення 14.11.2021).

2. Україна в інформаційному просторі Росії та Білорусі: основні наративи. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayina-v-informatsijnomu-prostori-rosiyi-ta-bilorusi-osnovni-naratyvy-i35175> (дата звернення 14.11.2021).

**УДК 339.138:332.122**

*Рогозіна А.В., здобувач освіти,  
Нагорняк Т.Л., д. політ. н., професор,  
професор кафедри політології та  
державного управління*

## **МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ**

*Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

Маркетинг територій – цілеспрямована діяльність влади, бізнесу і громади, метою якої є виявлення ключових смислів і очікувань всіх стейкхолдерів території, формування ефективної стратегії позиціонування та просування усіх складових позитивного територіального бренду.

Проблема створення ефективної маркетингової стратегії для територіального бренду – міждисциплінарна тема академічного дискурсу і практик управління територіями. Жорстка конкуренція потребує формування