

Проноза Інна Іванівна
Цимбал Сергій Юрійович

Інформаційна війна в сучасних інтернет-комунікаціях: українсько-європейські практики та виклики

УДК 323.1:165.6(477)
DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2025-3.15>

Проноза Інна Іванівна
кандидат політичних наук, доцент,
доцент кафедри політичних наук і права
ДЗ «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені
К.Д. Ушинського»
вул. Старопортофранківська, 26, Одеса,
Україна
ORCID: 0000-0002-2683-0630

Цимбал Сергій Юрійович
здобувач третього (освітньо-наукового)
рівня вищої освіти
спеціальності «Політологія»
ДЗ «Південноукраїнський
національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського»
вул. Старопортофранківська, 26, Одеса,
Україна
ORCID: 0009-0007-3649-0338

Статтю присвячено комплексному аналізу інформаційної війни у сучасних інтернет-комунікаціях. Актуальність визначення сутності та функцій інформаційної війни у сучасних інтернет-комунікаціях обумовлена суттєвими трансформаціями медіа-простору: від традиційних медіа до глобального створення комунікативного середовища у процесі розвитку мережі інтернет. Для українського суспільства, яке вже тривалий час протистойть інформаційній війні з боку країни-агресора (спрямованої на дискредитацію демократії, ліберальних цінностей та міжнародного права), визначення інформаційної війни у контексті розвитку сучасних інтернет-комунікацій має як теоретичну так і практичну значущість. Дослідження спрямоване на визначення нових суб'єктів інформаційної війни (блогерів та інфлюенсерів), використання інформаційної зброї у внутрішньополітичній та зовнішньополітичній взаємодії, ролі медіатизації політики. Мета статті – визначити ролі та місця інформаційної війни у сучасних інтернет-комунікаціях. Це обумовило необхідність вирішення наступних дослідницьких завдань: 1) визначити трансформації медіа-середовища, обумовлені переходом від традиційних медіа («епоха телебачення») до нових медіа (інтерактивні мультимедіа, що використовують цифрові технології); 2) відзначити роль медіа-скандалів та медіатизації політики у інформаційній війні; 3) дослідити найпоширеніші технології, які використовуються в інформаційних війнах сучасності. Системний метод використовувався для визначення місця інформаційної війни у системі інтернет-комунікацій. Синергетичний метод дозволив обґрунтувати спрямованість інформаційної війни на руйнування відповідного політичного порядку та посилення соціального хаосу. За допомогою функціонального методу визначаються функції інформаційної війни у сучасних інтернет-комунікаціях. Історичний метод реконструює хронологію подій, дозволяє виокремити етапи інформаційної війни та залежність суспільної реакції на інформаційну агресію від «пройденого шляху». Компаративний метод дозволяє визначити спільне та відмінне у середовищі розгортання інформаційної війни – як у традиційних медіа (друковані медіа, аудіовізуальні медіа) так і у нових медіа (інтерактивних мультимедіа). Важливе місце посідають психологічні методи. Дослідження інформаційної війни потребує застосування як кількісних так і якісних методів.

Обґрунтовано широке та вузьке тлумачення інформаційної війни. Відзначено, що у процесі розвитку інтернет-комунікацій відбувся перехід від традиційних медіа до нових медіа, як середовища інформаційної війни. У глобальному вимірі інформаційна війна стала легітимною технологією боротьби за владу як у внутрішній так і у зовнішній політиці.

Ключові слова: інформаційна війна, інтернет-комунікації, політика, політичні комунікації, демократія, нові медіа, медіатизація політики, політичний дискурс.

Вступ. Інформаційні війни стали однією із головних ознак сучасності. Вони не лише є продовженням інформаційного протистояння у напрямку використання комунікативних технологій під час загострення гібридних конфліктів, або невід'ємною інформаційною частиною бойових дій. Інформаційна війна постала в якості окремого, самостійного комунікативного феномену, який використовується на різних рівнях політичної взаємодії – від партійної боротьби під час виборів та «війн компроматів» між окремими політиками до протистояння бюрократичних та олігархічних кланів і груп інтересів у публічній політиці. Інформаційна війна посідає важливе місце у формуванні зовнішньополітичних стратегій держав. Тобто, інформаційна війна стає частиною внутрішньополітичної та зовнішньополітичної взаємодії.

Після розпаду СРСР Україна стала об'єктом постійних інформаційних атак, інформаційного

тиску та медіа-провокацій з боку Російської Федерації. Вже понад десять років Україна досить успішно протистойть інформаційній війні, яку веде країна-агресор. Відзначимо, що інформаційна війна ведеться не лише проти України. Її метою є інформаційна атака на демократичні країни, ліберальні цінності та міжнародне право.

Солідаризуємось із наступною думкою: «Політологічне осмислення інформаційної війни гостро необхідне для формування цілісної політичної та воєнної стратегії держави. До цього спонукають глобалізація сучасного світу та геополітичні амбіції окремих національних держав. Інформаційне протистояння найчастіше відбувається між людськими спільнотами, що належать до різних цивілізацій або представляють різні системи цінностей, політичні режими та ідеології. Характерними ознаками інформаційних війн є їх безперервність та розгор-

тання не лише під час збройного протистояння, а й у мирні часи. Інформаційна війна зазвичай спрямована на порушення єдності суспільства, провокування ворожнечі між соціальними та етнічними групами об'єкта збройного нападу чи пропагандистського впливу» [4, с. 258].

Інформаційна війна є досить ефективною технологією через низку факторів. По-перше, процес становлення інтернет-комунікацій значно розширило простір впливу нових суб'єктів інформаційного поля: блогерів (які використовують саме блогосферу для комунікації) та інфлюенсерів (які застосовують різноманітні канали для зв'язку із власною аудиторією). Погодимося з О. Дяченко, яка ідентифікує блогосферу як національний сегмент інформаційного простору: «Актуальною тенденцією в рамках розвитку україномовного інформаційно-комунікаційного простору є становлення блогів, які виступають як його важливий сегмент, і формування повноцінної україномовної блогосфери. Не будучи ЗМІ за своєю комунікативною природою, блоги, тим не менш, активно входять до політичного поля. Вони демонструють свою ефективність на політичних майданчиках шляхом активної праці з масовою аудиторією. Є всі підстави стверджувати про формування національних сегментів інформаційного простору, в якому функціонують блоги з достатньо вираженими національними особливостями... Все частіше блоги використовуються для соціалізації та консолідації своєї аудиторії (майбутнього електорату) і є потужним інструментом для освіти політичних віртуальних спільнот та соціальних мереж... Політичний розвиток у блогах пов'язаний безпосередньо з тими змінами, які відбуваються в останні роки в інформаційному просторі більшості країн, інтенсивність та зростання кількості блогерів безпосередньо корелює з обмеженнями на свободу слова в деяких країнах, що виразно в російському, середньоазіатському та білоруському національних сегментах блогосфери» [2, с. 23].

По-друге, інформація у сучасному світі перетворилась на дуже ефективну зброю. Слід безумовно погодитись із В. Гурковським у тому, що «Сучасні процеси глобалізації якісно змінили зміст і форми ведення інформаційних воєн... Інформаційну війну можна визначити як комплекс заходів інформаційного забезпечення, інформаційної протидії та інформаційного захисту, які проводять за єдиним задумом і планом з метою захоплення та утримання інформаційної переваги над супротивником. Поширення інформаційних воєн пояснюється можливістю забезпечення досягнення політичних цілей завдяки проведенню глобальних (стратегічних) психологічних операцій з метою формування відповідної вигідної системи поглядів, психологічної обробки населення країни та суміжних держав» [1].

По-третє, процес медіатизації політики трансформував політичне середовище (середовище публічної політики) та узалежнив політиків від цілеспрямованих медіа-кампаній, які можуть як зруйнувати політичну кар'єру, так і підвищити рейтинг політичних акторів. Медіа-скандали кінця 1990-х – початку 2000-х років підготували ґрунт для інформаційних війн сучасності. Солідаризуємось із думкою, що «Відповідно до трансформаційної парадигми сучасного медіа-простору соціальні мережі замінюють телебачення у ролі «мейнстрімного» джерела інформації. Мережі мають глобальний характер, але об'єднують локальні групи не за географічним принципом, а за вибором контенту. У соціальних мережах, на відміну від епохи пропаганди на телебаченні, вже цілком можна уявити «політику без телевізійних ток-шоу»... Традиційні медіа, передусім – телебачення усе ще є привабливими з точки зору рекламодавців. Аудиторія комерційної реклами продовжує дивитись розважальні програми на ТБ, але водночас – шукає політичну інформацію у соціальних мережах. Саме тому пропагандистські кампанії у соціальних мережах вже неодноразово доводили свою ефективність. Цифрова дезінформація, яка використовує технології «впливу наноінфлюенсерів», «бджолиного рою», «шкарпеткових ляльок» (найпростіші з них називаються «бібабо»), спін-докторінгу тощо, стала новим пропагандистським стилем соціальних мереж» [7, с. 36].

Відмінності між інформаційними війнами минулого та розгортанням інформаційної зброї у сучасних умовах полягає передусім у «середовищі»: якщо раніше йшлося про вплив на противника за допомогою традиційних медіа (телебачення, радіо та преса), то наразі – це інтернет-комунікації (від соціальних мереж та платформ до нових медіа). Саме цим обумовлена висока теоретична значимість та практична необхідність переосмислення феномену інформаційної війни у сучасних інтернет-комунікаціях.

Мета та завдання. Метою статті є визначення ролі та місця інформаційної війни у сучасних інтернет-комунікаціях. Це обумовило необхідність постановки та вирішення наступних дослідницьких завдань: 1) визначити трансформації медіа-середовища, обумовлені переходом від традиційних медіа («епоха телебачення») до нових медіа (інтерактивні мультимедіа, що використовують цифрові технології); 2) відзначити роль медіа-скандалів та медіатизації політики у інформаційній війні; 3) дослідити найпоширеніші технології, які використовуються в інформаційних війнах сучасності.

Методи дослідження. Визначення методологічної бази дослідження інформаційної війни у сучасних інтернет-комунікаціях обумовлене комплексністю та складністю теми. Важливою

складовою методів дослідження є загальнонаукові методи – індукції/дедукції, аналізу/синтезу, аналогії, узагальнення. Системний метод використовувався для визначення місця інформаційної війни у системі інтернет-комунікацій. Його доповненням є синергетичний метод, який дозволяє обґрунтувати феномен «точки біфуркації» соціальної системи, яку спричиняє інформаційна війна, а також спрямованість інформаційної війни на руйнування відповідного політичного порядку та посилення соціального хаосу. За допомогою функціонального методу визначаються функції інформаційної війни у сучасних інтернет-комунікаціях. Історичний метод реконструює хронологію подій, дозволяє виокремити етапи інформаційної війни та залежність суспільної реакції на інформаційну агресію від «пройденного шляху». Компаративний метод дозволяє визначити спільне та відмінне у середовищі розгортання інформаційної війни – як у традиційних медіа (друковані медіа, аудіовізуальні медіа) так і у нових медіа (інтерактивних мультимедіа). Важливе місце посідають психологічні методи. Адже, інформаційна війна спрямована на психологічний вплив, вона викликає певні індивідуальні психічні реакції, які унеможливають спротив інформаційній та гібридній агресії. Серед дослідницьких методів також слід відзначити соціологічні методи: метод соціометричного опитування, метод аналізу документів, методи вимірювання соціальних установок тощо. Наголосимо, що дослідження інформаційної війни потребує застосування як кількісних (контент-аналіз, опитування, соціометричний метод тощо) так і якісних методів (дискурс-аналіз, метод глибинного інтерв'ю, фокус-групи, метод інтерпретацій тощо).

Результати. Інформаційна війна є невід'ємною частиною будь-якого конфлікту у сучасному світі. У дискурсі політичної науки дискусійними залишаються питання щодо змісту «інформаційної війни» (від цифрового сигналу чи кіберзагроз до цілеспрямованих інформаційних кампаній, мемів, які руйнують групову солідарність, або, навпаки, сприяють об'єднанню спільнот).

Кембриджський словник визначає інформаційну війну як «...використання інтернету для отримання переваги над ворогом, наприклад, шляхом поширення неправдивої, секретної або шкідливої інформації» [9].

Також зустрічаються «широке» та «вузьке» розуміння інформаційної війни. Відповідно до першого тлумачення, яке переважно зустрічається у політичному та медіа-дискурсі, інформаційна війна інтерпретується як конфлікт у середовищі інтернет-комунікацій за участі державних та недержавних акторів. Інформаційна війна може бути частиною внутрішньополітичного, міжінституційного або міжособистісного протистояння. Ідентифікуємо цей підхід як «широкий». Натомість,

підхід, що його можна назвати «вузьким», наголошує на тому, що інформаційна війна – це складова війни між державами [8].

У даному випадку інформаційна війна має дві складові – атака на рішення противника з метою їх делегітимації в очах як громадян країни-противника так і «світової спільноти» та захист власних рішень, їх легітимація (як мінімум для власних громадян, а як максимум – боротьба за громадську думку на території ворога). Середовище, у якому розгортається інформаційна війна, має три виміри: фізичний, інформаційний та когнітивний. Фізичний вимір – це інфраструктура, системи командування та центри управління, інформаційний вимір – все, що пов'язано зі збором, обробкою, зберіганням, поширенням та захистом інформації, а когнітивний вимір – це вплив на розум, реакції та поведінку [8].

Варто відзначити легітимацію інформаційної війни (як внутрішньополітичної так і зовнішньополітичної) у глобальному вимірі як засобу вирішення політичних проблем та забезпечення перемоги у політичних і військових конфліктах.

У цілому, слід безумовно погодитись із тим, що «Інформаційна війна перестала бути другорядним чинником, доповненням до «основних» подій. Вона перетворилася на один з найважливіших механізмів ведення війни, про який говорять нарівні з використанням збройних сил і техніки. Інформаційна війна в сучасному світі стала легітимним засобом політичної боротьби. Незважаючи на те, що значна частина суспільства усвідомлює процес цілеспрямованої інформаційної атаки на супротивника і допускає можливість використання «брудних» технологій, воно все одно піддається маніпулюванню з боку ЗМІ. У результаті в комунікаційному протистоянні перемагає не той, хто говорить правду, а той, кому вдалося показати глядачам більше захоплюючий «інформаційний серіал» і гранично чітко обґрунтувати свою позицію. Тобто, чим більшими інформаційними можливостями володітиме країна, тим вірогіднішою стає можливість досягнення стратегічних переваг у майбутній системі міжнародних відносин» [1].

Серед усіх аспектів інформаційної війни найважливішим є комунікативний. Тобто, стратегічним завданням суб'єктів інформаційної боротьби виступає вплив на визначену аудиторію, будь-то у середині країни, або за її межами. Забезпечити трансформацію громадської думки у визначеному напрямку – мета суб'єктів інформаційної війни.

Погодимось із А. Стадник, яка визначає інформаційну війну в якості механізму впливу на громадську думку: «Якщо трактувати інформаційну війну не як допоміжну структуру загальної, класичної війни, а як механізм впливу на громадську думку, то можна сказати, що інформаційна війна виступає як сильний механізм впливу і маніпуляції суспіль-

ною свідомістю. Громадська думка один з важливих соціальних інститутів, який впливає на державний устрій в демократичних країнах» [5, с. 114].

Таргетування аудиторії (чітко виокремлення цільової групи серед інших сегментів інтернет-простору) та налаштування «меседжів» відповідно до цінностей, потреб та норм цільової аудиторії задля досягнення визначеної мети є невід'ємною складовою інформаційної війни.

Визначаючи інформаційну війну як комунікативну технологію, А. Стадник наголошує: «Інформаційна війна складається з дій, що вживаються з метою досягнення інформаційної переваги в забезпеченні в тому числі національної військової стратегії шляхом впливу на інформацію і інформаційні системи противника з одночасним зміцненням і захистом власної інформації та інформаційних систем і інфраструктури. Головна зброя, яку використовує інформаційна війна, це специфічна інформаційна зброя, що представляє собою засоби знищення, перекучення або розкрадання інформаційних масивів, добування з них необхідної інформації після подолання систем захисту, обмеження або заборони доступу до них законних користувачів, дезорганізації роботи технічних засобів, виведення з ладу телекомунікаційних мереж, комп'ютерних систем, усього високотехнологічного забезпечення життя суспільства і функціонування держави... Інформаційна зброя може характеризуватись такими показниками, як цілеспрямованість, вибірковість, масштабність впливу, досяжність, швидкість доставки, комплексність впливу на людей, технічні засоби і системи, можливість регулювання (дозування) «потужності» впливу, що визначає її як зброю масового впливу. Інформаційній зброї притаманні наступні особливості: атакуючий характер, універсальність, скритність, багатоваріантність форм реалізації, радикальність впливу, псевдовибірковість, свобода просторово-часового маневру, економічність, які роблять інформаційну зброю надзвичайно привабливою і небезпечною. Активне та агресивне нав'язування чужих цілей – це те, що робить інформаційну війну війною і відрізняє її від звичайної реклами» [5, с. 113–114].

У статті «Стратегічна інформаційна війна» [10] інформаційну війну називають «новим обличчям війни». Погоджуючись із таким визначенням, все ж зазначимо, що «обличчя» самої інформаційної війни змінюється водночас із трансформаціями медіа-простору.

На зміну телебаченню, яку було основним медіа-посередником в інформаційних війнах ХХ століття приходять інтернет-комунікації, які формують сучасне середовище інформаційних війн.

Основними суб'єктами інформаційної війни стають вже не професійні журналісти (які часто

виконували функцію посередників між сторонами конфлікту та, відповідно до стандартів журналістської діяльності, були «сторожовими псами» демократії), а блогери. Змінюється роль аудиторії. Від пасивних спостерігачів та споживачів (реципієнтів) інформації аудиторія нових медіа трансформувалась у коментаторів та виробників інформації, перетворившись на активних учасників інформаційної боротьби.

До функціональних особливостей нових медіа як середовища інформаційної війни слід віднести: «– можливість зворотного зв'язку; – прозорість; – масова реклама; – користувацький контент (User Generated Content); – дискусії в коментарях до повідомлень медіа; – відсутність цензури; – зменшення ролі гейткіперів (людей, що встановлюють обмеження на зміст і тематику публікацій); – низький фінансовий поріг входження; – створення контенту в режимі реального часу (наприклад, текстові трансляції подій); – гіпертекстуальність; – використання соціальних мереж як платформ для просування контенту, як джерело для контенту (наприклад, перепублікація постів із соціальних мереж, використання записів у Twitter та фотографій з Instagram як інформаційний привід); – мобільні додатки до медійних проєктів (наприклад, додаток «Новини 24»); – висока періодичність публікацій; – декілька типів подання інформації (аудіо, відео, текст, зображення) [6, с. 133].

Щодо визначення нових медіа, то погодимось із наступним: «Термін «нові медіа» позначає інтерактивні електронні видання, що комбінують формати подання інформації; різновид цифрових медіа. Їхнім контентом може бути відео, онлайн-радіо, телевізійна трансляція, анімація, звукове оформлення та власне текст... новий формат медіа... суттєво відрізняється від традиційних комунікативних практик. До основних характеристик нових медіа відносять такі: – унікальна індивідуальна інформація може одночасно бути донесена до нескінченної кількості людей; – кожен користувач є задіяним в процесі передавання та контролювання інформації... Іншими словами, нові медіа є відкритими для взаємодії з читачами та надають їм можливість створювати та модифікувати зміст повідомлень. На відміну від масмедіа, де комунікація здійснюється за схемою «від одного до багатьох», схема комунікації у нових медіа – від багатьох до багатьох. Доступ до нових медіа можливий з усіх електронних пристроїв із виходом у мережу Інтернет» [6, с. 131].

Комплексний вплив нових медіа на соціальні відносини особливо проявляється у інформаційній війні. Нові медіа постали в якості драйвера трансформацій інформаційних війн, їх технологічний вплив точно не є нейтральним; його можна порівняти із дронами на полі бою – доступні, не надто коштовні, можуть бути задіяні з будь-якої точки

світу, атакують методом «тисячі порізів», кожний з яких не є смертельним, але у сукупності вони здатні завдати непоправної шкоди.

Погодимося із Н. Зражевською, яка визначає нові медіа і нові форми комунікації в медіакulturі: «Нові медіа» (англ. new media) – термін, який застосовують щодо інтерактивних електронних видань і нових форм комунікації виробників контенту зі споживачами, що відрізняє їх від традиційних медіа, таких як: традиційне ТБ, радіо, газети і журнали. Цим терміном позначають процес розвитку цифрових, мережових технологій та комунікацій у медійній галузі. Із новими медіа пов'язані такі явища, як конвергенція, віртуалізація, мультимедіа, створення нових форм управління знаннями та організації знання» [3, с. 70].

Отже, сучасна інформаційна війна характеризується тим, що вона ведеться у середовищі інтернет-комунікацій. «Інтернет-галактика» створює нові можливості для реалізації стратегії інформаційної війни щодо впливу на громадську думку як всередині країни-агресора, так і за її межами. Це відрізняє сучасну інформаційну війну від інформаційної війни епохи традиційних аудіовізуальних медіа («Галактики МакЛюена»).

Висновки. Відтак, усе вищезазначене дозволяє зробити висновок щодо суттєвих трансформацій інформаційної війни під впливом розвитку середовища інтернет-комунікацій. По-перше, відбувся перехід від медіа-системи, де панували телебачення, радіомовлення та друковані видання (преса) до системи нових медіа (інтерактивні мультимедіа, що використовують цифрові технології), яка формує середовище інформаційної війни. Змінилась роль медіа – замість професійних журналістів, які виконували функції «сторожового пса» демократії, основними суб'єктами інформаційних війн стали блогери. Посередницька функція традиційних медіа трансформувалась у функцію сегментації аудиторії та вироблення таргетованого контенту. Інформаційна війна у середовищі інтернет-комунікацій ведеться не проти усього суспільства одночасно, інформація спрямована на певні, чітко визначені сегменти аудиторії. По-друге, традиційні медіа підготували ґрунт для інформаційної війни у середовищі інтернет-комунікацій. Зокрема, йдеться про медіа-скандали як невід'ємну складову політичної боротьби наприкінці 1990-х – початку 2000-х років та медіатизацію політики. Саме тому у сучасних інтернет-комунікаціях активно використовуються технологія медіа-скандалів як частина інформаційної війни. По-третє, технології інформаційної війни спрямовані на вплив у трьох вимірах – фізичному, інформаційному та когнітивному.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Гурковський В.І. Особливості застосування інформаційної зброї в умовах глобального інформа-

ційного суспільства. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2010. № 4. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=123>

2. Дяченко О. В. Формування україномовної блогосфери в контексті політичної комунікації в мережі Інтернет. *Політикус*. 2020. Випуск 6. С. 23–28. URL: http://politicus.od.ua/6_2020/6.pdf

3. Зражевська Н. І. Нові медіа і нові форми комунікації в медіакulturі. *Актуальні питання масової комунікації*. 2013. Вип. 14. С. 70–75. URL: <https://er.ucu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c2ea92f4-84ec-4165-863d-bfe953e24abf/content>

4. Калініченко Б. М. Інформаційна війна: чинники ескалації та засоби протидії. Черкаси : Видавець Чабаненко Ю., 2020. 350 с.

5. Стадник А.Г. Інформаційна війна як комунікативна технологія впливу на масову свідомість та громадську думку. *Науково-теоретичний альманах Грани*. 2015. № 1 (129). С. 111–115. URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/340>

6. Стратонова Н. О. Нові медіа в контексті сучасних комунікативних практик. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2017. № 16. С. 131–134. URL: http://apfs.nuoua.od.ua/archive/16_2017/36.pdf

7. Яковлев Д. В. Цифрова дезінформація: технології пропаганди у соціальних мережах. *Трансформація українського суспільства в цифрову еру* : матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції, 21 березня 2025 р. Одеса – НУ «ОЮА», 2025. С. 36–41. URL: <https://dSPACE.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a9f8c118-3afc-41e5-af9c-117ab8c93d6c/content>

8. Bingle M. What is Information Warfare? *The Henry M. Jackson School of International Studies*. September 25, 2023. URL: <https://jsis.washington.edu/news/what-is-information-warfare/>

9. Information warfare. *Dictionary Cambridge*. URL: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/information-warfare#google_vignette

10. Molander R.C., Riddle A., Wilson P.A. Strategic Information Warfare: A New Face of War. National Defense Research Institute, 1996. 355 p. URL: https://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR661.html

REFERENCES:

1. Hurkovsky, V.I. (2010). *Osoblyvosti zastosuvannya informatsiynoyi zbroiyiv umovakh hlobalnoho informatsiynoho suspilstva* [Features of weapons of information in the global information society]. *Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok*. No 4. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=123> [in Ukrainian].

2. Dyachenko, O. V. (2020). *Formuvannya ukrainomovnoyi blohosfery v konteksti politychnoyi komunikatsiyi v merezhi Internet* [Formation of the Ukrainian-speaking blogosphere in the context of political communication on the Internet]. *Politykus*. Vyp. 6. S. 23–28. URL: http://politicus.od.ua/6_2020/6.pdf [in Ukrainian].

3. Zrazhevsk, N. I. (2013). *Novi media i novi formy komunikatsiyi v mediakulturi* [New media and new

forms of communication in media cultures]. *Aktualni pytannya masovoyi komunikatsiyi*. Vyp. 14. S. 70–75. URL: <https://er.ucu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c2ea92f4-84ec-4165-863d-bfe953e24abf/content> [in Ukrainian].

4. Kalinichenko, B. M. (2020). *Informatsiyna viyna: chynnyky eskalatsiyi ta zasoby protydyi* [Information warfare: escalation factors and countermeasures]. Cherkasy: Vydavets Chabanenko Yu. 350 s. [in Ukrainian].

5. Stadnyk, A.H. (2015). *Informatsiyna viyna yak komunikativna tekhnolohiya vplyvu na masovu svidomist ta hromadsku dumku* [Information warfare as ICT influence on public consciousness and public opinion]. *Naukovo-teoretychnyy almanakh Hrani*. № 1 (129). S. 111–115. URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/340> [in Ukrainian].

6. Stratonova, N. O. (2017). *Novi media v konteksti suchasnykh komunikativnykh praktyk* [New media in the context of modern communication practices]. *Aktualni problemy filosofiyi ta sotsiolohiyi*. 2017. № 16. S. 131–134. URL: http://apfs.nuoua.od.ua/archive/16_2017/36.pdf [in Ukrainian].

7. Yakovlev, D. V. (2025). *Tsyfrova dezinformatsiya: tekhnolohiyi propahandy u sotsialnykh merezhakh* [Digital disinformation: propaganda technologies in social media]. *Transformatsiya ukraïnskoho suspilstva v tsyfrovu eru: materialy IV Vseukraïnskoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi*, 21 bereznya. Odesa: NU «OYuA», 2025. С. 36–41. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a9f8c118-3afc-41e5-af9c-117ab8c93d6c/content> [in Ukrainian].

8. Bingle, M. (September 25, 2023.) What is Information Warfare? *The Henry M. Jackson School of International Studies*. URL: <https://jsis.washington.edu/news/what-is-information-warfare/>

9. Information warfare. *Dictionary Cambridge*. URL: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/information-warfare#google_vignette

10. Molander, R.C., Riddile, A., Wilson, P.A. (1996). *Strategic Information Warfare: A New Face of War*. National Defense Research Institute. 355 p. URL: https://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR661.html

Information warfare in modern Internet communications: Ukrainian-European practices and challenges

Pronoza Inna Ivanivna

Candidate of Political Science, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Political Sciences and Law
State Institution "South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky"
Staroportofrankivska str., 26, Odesa, Ukraine
ORCID: 0000-0002-2683-0630

Tsymbal Serhiy Yuriyovych

Student of the Third (Educational and Scientific) Level of Higher Education
Specialty "Political Science"
State Institution "South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky"
Staroportofrankivska str., 26, Odesa, Ukraine
ORCID: 0009-0007-3649-0338

The article is devoted to a comprehensive analysis of information warfare in modern Internet communications. The relevance of defining the essence and functions of information warfare in modern Internet communications is due to the significant transformations of the media space: from traditional media to the global creation of a communication environment in the process of development of the Internet. For the Ukrainian society, which has long been opposed to the information warfare of the aggressor country (aimed at discrediting democracy, liberal values and international law), the definition of information warfare in the context of the development of modern Internet communications is of both theoretical and practical importance. The study is aimed at identifying new subjects of information warfare (bloggers and influencers), the use of information weapons in domestic and foreign policy interaction, and the role of mediatization of politics. The purpose of the article is to determine the role and place of information warfare in modern Internet communications. This necessitated the following research tasks: 1) to determine the transformations of the media environment caused by the transition from traditional media (the "television era") to new media (interactive multimedia using digital technologies); 2) to note the role of media scandals and mediatization of politics in information warfare; 3) to study the most common technologies used in modern information wars. The System method was used to determine the place of information warfare in the system of Internet communications. The synergistic method allowed to substantiate the focus of information warfare on the destruction of the relevant political order and the increase of social chaos. The functional method identifies the functions of information warfare in modern Internet communications. The historical method reconstructs the chronology of events, allows us to distinguish the stages of information warfare and the dependence of public reaction to information aggression on the "path traveled". The comparative method allows us to identify the similarities and differences in the environment of information warfare – both in traditional media (print media, audiovisual media) and in new media (interactive multimedia). Psychological methods play an important role. The study of information warfare requires the use of both quantitative and qualitative methods.

The broad and narrow interpretation of information warfare is substantiated. It is noted that in the process of development of Internet communications, there has been a transition from traditional media to new media as an environment of information warfare. In the global dimension, information warfare has become a legitimate technology for the struggle for power in both domestic and foreign policy.

Keywords: information warfare, Internet communications, politics, political communications, democracy, new media, mediatization of politics, political discourse.