

SOCIAL COMMUNICATIONS

Інформаційна атака як чинник деформації комунікаційного простору

А. А. Білинська

Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Corresponding author. E-mail: anastasiabilynska@gmail.com

Paper received 24.08.17; Accepted for publication 29.08.17.

Анотація. Інформаційна атака як чинник деформації комунікаційного простору. Білинська Анастасія Андріївна. Анотація. У статті досліджені складові характеристики інформаційної атаки, як чинника деформації інформаційного простору, а також, з'ясовано характеристики деформації комунікаційного простору. Крім того, з'ясовано існуючі концепції розуміння інформаційної атаки. Визначено поняття інформаційної атаки і її змістово-смыслові характеристики. Поставлені проблеми необхідності боротьби з фейковими новинами, інформаційними атаками й неоективною інформацією. Визначено поняття комунікаційного простору, деформації і впливу інформаційних атак на нього.

Ключові слова: інформаційна атака, комунікаційний простір, інформаційний простір, деформація, інформаційна війна, фейки, неоективна інформація, інформаційна експансія, засоби масової інформації.

Постановка проблеми. У зв'язку з політичними, соціальними, економічними подіями наш інформаційний простір змінюється. Через новітній ритм життя, комунікаційний простір досить інтенсивно наповнюється інформаційними повідомленнями, не всі з яких є правдивими і об'єктивно відображають реальну дійсність. Створюється, так звана, викривлена альтернативна реальність, що спонукає не лише деформацію комунікаційного простору, а й підриває довіру людей до джерел інформації, в яких все складніше зробити селекцію між фейковими новинами, інформаційними атаками й дійсно об'єктивними фактами. Механізми зміни комунікаційного простору полягають, насамперед, у наповненні його новою інформацією. Причиною явища деформації є не лише глобалізація й перенасичення повідомленнями, а й інформаційні війни, використання комунікації для реалізації власних цілей. В комунікаційному просторі все частішим явищем є інформаційні атаки, що впливають на спільноти і кожного з нас. Ця нова інформація змушує людей жити по-іншому, провокує нашу реакцію, апелює до почуттів, а не до розуму, грає на співчутті й не залишає людям шансу подумати й проаналізувати отримане повідомлення. Наукове опрацювання цього явища залишається недостатнім, *актуальність проблеми* визначається тим, що в умовах соціальної кризи, якою, наприклад, виступає війна, деформація інформаційного простору відбувається досить часто і досить глибоко. Є пряма залежність від збільшення інформаційних атак в комунікаційному просторі, й в тому, що зростає відчуття тривожності у суспільстві, змінюючи його стан та правила життя. Враховуючи обставини, важливо зрозуміти суть інформаційних атак та їх вплив на комунікаційний простір.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розробку теорії питання комунікаційного й інформаційного простору зробили такі науковці, як: Г. Почепцов, В. Різун, В. Корнеєв, В. Носов, М. Каткова, М. Василик, О. Дубас, І. Костиця, Г. Шевченко, В. Степанов. Досліджували інформаційні атаки, фейки й війни, такі науковці як: Л. Коцюбинська, Т. Пода, О. Левченко, С. Шарма, Т. Сааті, О. Саприкін, С. Шпилик, Ю. Горбань, М. Кіца, А. Манойло, С. Тихонова, І. Боднар.

Не зважаючи на компетентність дослідників та високий рівень професіоналізму при розробці теми, все ще існує необхідність дослідити інформаційну атаку як чинник деформації комунікаційного простору.

Актуальність теми. В умовах соціальних криз, інфо-

рмаційні атаки з особливою силою впливають на комунікаційний простір. Фейкові новини, підміна фактів думками чи поглядами, інформаційні атаки на конкретних осіб, держави, компанії створюють нові правила гри й діяльності комунікаційного середовища. Вони мають вплив на те, про що ми говоримо, думаємо, до чого апелюємо. Теперішні реалії створюють ситуацію коли суспільство стає беззахисним перед маніпуляціями, а інформаційні атаки стають ефективним інструментом для досягнення бажаних цілей зацікавлених осіб чи груп.

Стаття присвячується раніше невирішеним частинам загальної проблеми, визначенні складових характеристик інформаційної атаки, як чинника деформації інформаційного простору.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є визначення складових характеристик інформаційної атаки, як чинника деформації інформаційного простору, з'ясування характеристик деформації комунікаційного простору. Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення наступних завдань:

- з'ясування існуючих концепцій розуміння інформаційної атаки;
- дати наукову кваліфікацію поняттю інформаційна атака;
- визначення змістово-смыслових характеристик інформаційної атаки;
- визначення поняття комунікаційного простору і його деформації;
- виявлення закономірностей між початком інформаційної атаки й викривленням комунікаційного простору;
- обґрунтування об'єктивної необхідності боротьби з фейковими новинами, інформаційними атаками й неоективною інформацією.

Предметом дослідження є змістово-смыслові характеристики дії інформаційних атак;

Об'єктом дослідження є деформація комунікаційного простору внаслідок інформаційних атак.

Єдиний глобальний інформаційний комунікаційний простір створив новий ряд проблем, що стосується, насамперед інформаційної безпеки і створення бар'єру, між безмірною кількістю інформаційних повідомлень і здатністю людини сприймати комунікативні повідомлення об'єктивно. Через інформатизацію комунікаційного простору жодна людина не в стані збудувати бар'єр і завжди під час процесу сприймання інформаційного повідомлення використовувати принципи медіаграмотності й аналізувати змістову складову. Швидкість передачі інформації, безмежність її представлення в різних каналах комунікації робить мережу надзвичайно зруч-

ною для цілеспрямованих інформаційних атак на державному і міждержавному рівнях [1].

Проблема підкріплена ще й тим, що крім безмірної кількості інформації в комунікативному просторі з'являються фейки, інформаційні атаки й пропагандистські повідомлення.

Через інформаційну війну явище стало масовим і потребує детального вивчення для створення можливостей розроблення нових концепцій протистояння чи алгоритмів виявлення інформаційних атак. Інформаційна війна складається із сукупності інформаційних атак, об'єднаних єдиним замислом [2, с. 29].

Але, слід зазначити, що інформаційні атаки не є явищем типовим лише для гібридної війни. Слід розрізняти види і типи інформаційних атак, що можуть бути більш розповсюдженими в певний період часу для досягнення політичних, військових, особистих цілей.

Інформаційна атака завжди дискретна, закінчена в часі та прості. Вона проходить циклічний рух в комунікативному просторі, але поступово вгасає і втрачає свою актуальність. Жодна інформація не може протриматись на піку обговорення, якщо вона не буде підтримана появою нових повідомлень, деталей, аналітики що спонукають суспільний діалог.

Дослідниця Любов Коцюбинська трактує інформаційну атаку як спосіб вербалізації та впровадження окремих політично та/або ідеологічно значущих смислів з метою впливати на суспільну свідомість і спонукати людей до певних вчинків (дій). У тимчасовому плані інформаційна атака може як передувати події, так і слідувати після неї [3, с. 79].

Ми пропонуємо своє визначення інформаційної атаки. Інформаційна атака, на нашу думку, — це комунікативне повідомлення, дискретне в часі та просторі, що має на меті зміну ставлення до об'єкта повідомлення, підірвати репутації, апелює до почуттів і ніколи не є одним і тим самим смисловим наповненням має бути декілька і для ефективного досягнення цілі вони повинні мати характер циклічності. Наприклад, за умови наявності одного першоджерела, яке зазвичай зникає за декілька годин, а повідомлення підхоплюють інтернет-сторінки-ретранслятори. Постійно «підливаючи масло в вогонь», публікуючи нові подробиці, коментарі експертів, аналізуючи подію.

Як зазначила, науковець Тетяна Пода, однією з основних ознак інформаційної атаки є різкий дисбаланс позитивних та негативних повідомлень у доборі матеріалів, відсутність конкретного обговорення різних точок зору, коли в ЗМІ витісняється раціональна складова і обговорення йде на рівні емоцій та особистих звинувачень. Така ситуація сприяє формуванню в масовій свідомості міфів, похідних від інтересів впливових соціальних груп. У сучасному інформаційному просторі у значній кількості народжуються соціальні, політичні, художні, релігійні міфи, та, незважаючи на свій ілюзорний характер, здійснюють досить реальний вплив на соціальне життя. В підсумку, сучасний міф перетворився на засіб соціальної мобілізації та маніпуляції суспільною свідомістю [4, с. 69]. Зацікавлена особа чи група осіб створює міф, що має на меті підірвати репутацію країни, особи, компанії чи події. Міф обов'язково стає предметом обговорення і може створити своєрідний бум на медійному просторі й викликати бурхливу реакцію в соціальних мережах і тим самим зіграти на руку зацікавленому відправнику інформації.

Можна визначити змістово-смислові характеристики інформаційних атак: відсутність об'єктивності й нейтральності в інформаційному повідомленні; перевага негативу в змістовій частині повідомлення; інформація викликає обурення, залишає можливість дискусії; показує винятковість, ексклюзивність й новизну отриманого повідомлення; відсутність посилання на джерело, немає думок відомих і знаних експертів; відсутність представлення різних точок зору; наявність оцінюючих епітетів і порівнянь; наявність псевдо фактів й емоційної складової; поява нових «фактів», думок, псевдо-заяв для утримання інформаційної атаки на піку популярності; наявність чутко у розповсюдженій інформації; створення фейкових сторінок для розповсюдження і в тому, щоб взяти участь у обговоренні.

Інформаційні атаки у більшості випадків мають технічний характер, проводяться за одним напрямом інформаційного впливу (ІВ) і тривають від декількох днів до тижня та спрямовуються на одиничний об'єкт (інформаційний ресурс, конкретні інформаційні, телекомунікаційні та інформаційно-телекомунікаційні системи) [5, с. 57]. Тобто, для початку кожної інформаційної атаки необхідно визначити першопочаткову мету, яку бажає досягти відправник інформації. При аналізі таких повідомлень слід ставити питання: Кому це вигідно?, Мета комунікації?, Чи наявні в отриманому повідомленні факти, які можна перевірити?, Чи є посилання на джерело?

Інформаційні атаки психологічного характеру спрямовуються на конкретну посадову особу, що приймає важливі рішення в конкретній сфері життєдіяльності держави, або найважливіші органи, установи (організації) [5, с. 57]. У випадку таких інформаційних атак, ще однією додатковою характеристикою є те, що в повідомленнях з'являються подробиці інтимного, особистого, сімейного життя, що прямо можуть не стосуватися обговорюваного питання, але служать новими чинниками формування суспільного діалогу.

Сушиль Шарма виділяє декілька типів застосовуваних при гібридній війні атак: соціальна інженерія, одержання віддаленого доступу за допомогою вірусів, вплив на інфраструктуру стільникового зв'язку, маніпуляція через ЗМІ, застосування електромагнітної зброї, атаки на відмову в обслуговуванні, атаки на енергетичні системи та комунікації, політичний спамінг, атаки на системи управління та провайдерів [6, с. 416].

Ми пропонуємо класифікувати інформаційні атаки за поставленою метою комунікації, цільовим об'єктом атаки, часом і простором, комунікаційним каналом, формою комунікації. Класифікація за метою: обговорення; знищення репутації; створення негативного іміджу; вплив на прийняття рішень людини, організації, країни; вплив на кар'єру, діяльність компанії; налаштування проти людини, країни, компанії, події. Класифікація за цільовим об'єктом: націлена проти конкретної людини через її посаду, місце в суспільстві, власні інтереси (приклад: квартира Лещенка); проти країни, уряду, найчастіше ініційована іншою державою чи опонентом (приклад: Росія проти України); проти компанії, організації, спілки, для припинення існуючої професійної діяльності (приклад: атака на ПриватБанк); проти історичної особи, з метою ототожнення характеристик історичної особи зі всією національністю (приклад: Бандера); події (приклад: Марш рівності ЛГБТ). За часом: інформаційна атака, що триває до тижня; до місяця; місяць; пів року; рік; декілька років. За простором, аудиторією: в межах країни; міжнародний рівень, лише в межах закритої зацікав-

леної групи. За комунікаційним каналом: чутки, що передаються безпосередньо від людини до людини; телебачення; радіо; соціальні мережі; друковані засоби масової інформації; за допомогою всіх способів комунікації. Формою комунікації: безпосередня розмова; текст; фото; відео; звук.

При дослідженні інформаційних атак неможливо не згадати гібридну війну Росії націлену проти України, що ведеться, як в межах двох країн, так і на національному рівні. На основі моделі Річардсона - Каспарова [7, с. 93], можна стверджувати, що у процесі інформаційних атак кожна з двох країн прагне забезпечити зростання ефективності своєї інформаційної зброї пропорційно рівню інформаційності суперника. Росія використовує проти України інформаційну експансію, а інформаційна війна та інформаційна атака є її складовими. Тобто, інформаційна експансія – це система, що склалася в засобах інформації розвинених держав, і методи, використані для пропагандистського забезпечення певних геополітичних цілей [8, с. 40].

Метою інформаційних атак на операційному рівні є створення таких перешкод процесу ухвалення рішення конкурентом, щоб супротивник не міг діяти чи вести війну координовано та ефективно [9, с. 179]. Мета інформаційної війни – послабити моральні і матеріальні сили супротивника або конкурента та зміцнити власні. Вона передбачає вживання заходів пропагандистського впливу на свідомість людини в ідеологічній та емоційній сферах [10, с. 137]. Актуальність тематики обумовлена постійним впливом фейків, ботів, тролів, інформаційних атак на українських реципієнтів.

Ми пропонуємо не ототожнювати поняття інформаційної атаки, фейку й неправдивої інформації. Звісно, всі три фактори є чинниками деформації комунікаційного простору, але саме інформаційні атаки несуть в собі загрозу суспільству.

Дослідниця Мар'яна Кіца в своїй роботі про фейки визначила відмінність фейка від неправдивої інформації. Вона зазначає, що помилковим є твердження синонімізму між фейком й неправдивою інформацією, адже фейк на думку дослідниці передбачає навмисне перекручення, вигадкування і дезінформування. В той час, як неправдива інформація може бути подана у засобах масової інформації випадково — через неуважність, халатність журналістів чи недостатню перевірку інформації. В такому випадку можливе спростування неправдивої інформації й тим самим уникнення дезінформування. Дослідниця класифікує фейкову інформацію: за формою подання (текст, фото, відео, голосовий запис); за змістом (агітація, пропаганда, маніпуляція тощо); за тематикою (політичні, соціальні, світські, тощо); за призначенням для певної вікової категорії (для молоді, для зрілих людей, для пенсіонерів тощо); за джерелом інформації (від першого джерела, без джерела, невідоме джерело і т. д.). [11, с. 283-284] Знаючи характеристики інформаційної атаки, фейку й неправдивої інформації, можемо стверджувати, що ці засоби відмінні між собою, але все ж мають спільні характеристики: брехня і перекручування.

Інформаційні атаки стають чинником деформації комунікаційного й інформаційного простору, тим самим впливають на настрої населення і впливають на процеси комунікації.

Під поняттям інформаційного простору ми пропонуємо розуміти дане визначення наступним чином: це сукупність суб'єктів інформаційної взаємодії чи впливу; власне інформації, призначеної для використання

суб'єктами інформаційної сфери; інформаційної інфраструктури, що забезпечує можливість обміну між суб'єктами; суспільних відносин, котрі формуються як наслідок утворення, передачі, розповсюдження і зберігання інформації, обміну інформацією всередині суспільства [12, с. 73]. Також, інформаційний простір розуміють, як історично сформований простір, забезпечений правовими гарантіями й засобами зв'язку, з найбільш доступною для споживача формою скоординованих і структурованих, територіально близьких і віддалених інформаційних ресурсів, котрі акумулюють результати комунікаційної діяльності людей [13, с. 24].

Комунікативний простір можна визначити як систему різноманітних комунікативних зв'язків, які виникають між різними агентами комунікації. Товариство створює свій комунікативний простір — соціальний комунікативний простір, агентами якого виступають окремі люди, групи людей (великі і малі), соціальні інститути. Численні зв'язки, що виникають між окремими людьми, людьми і групами, групами та інститутами, людьми та інституціями і т. д., формують соціальний комунікативний простір [14, с. 29].

На нашу думку найбільш оптимальним варіантом є сприйняття того факту, що інформаційні атаки націлені більшою мірою на комунікаційний простір, ніж на інформаційний, адже вони несуть в собі деформації саме на рівні смислових і змістових характеристик, деформуючи процес комунікації для досягнення цілі.

Дослідник Олексій Дубас пропонує розуміти під терміном «інформаційно-комунікаційний простір» форму існування інформаційних систем, яка забезпечує й стимулює оперативні інформаційні взаємодії виробників інформації та її споживачів, трансляцію знань, накопичених в інформаційних ресурсах, та їхнє збереження в сформованій інформаційній інфраструктурі, сукупність комунікаторів, реципієнтів, значенневих повідомлень, комунікаційних каналів і засобів комунікації [15, с. 231].

Деформації комунікативного простору проявляються у напруженні, конфліктних станах та зростанні відчуження різних типів, що негативно впливають на інтегративні процеси в суспільстві [16, с. 50]. Важливість наявності деформацій комунікаційного простору в тому, що вони мають прямі наслідки на життя соціальної групи. Кожен з членів соціальної групи у даний час може виступати, як «комунікатор та реципієнт масової, групової й особистої комунікації у найрізноманітніших ситуативних контекстах (принаймні, потенційно). Повідомлення може мати різноманітну форму й супроводжуватися графікою, анімацією, звуком тощо, комунікат може його створювати, доповнювати, змінювати, пересилати, ігнорувати, кооперуватися в цих процесах із різною кількістю партнерів» [17, с. 6]. Даний процес становить певну небезпеку для комунікаційного простору, адже через значну кількість комунікаторів, які мають безпосередній вплив на розповсюдження комунікативного повідомлення, простір стає вразливим і швидко змінюється.

Під деформацією комунікаційного простору ми пропонуємо розуміти зміну комунікаційного простору, створення альтернативної реальності зі своєю своєрідною правдою, перехилення комунікації в сторону обговорення однієї тематики. Якщо уявити собі комунікаційний простір, як горизонтальну пряму, то її деформації можна уявити хвильовим лініями, які будуть зображувати те, що комунікаційний простір буде то підніматися на пік популярності потрібні зацікавленій групі теми, то популярність їх буде натуральним чином спадати, через

відсутність наявності нових подробиць, фактів, інформації для обговорення. Такі інформаційні атаки стаються час від часу, тому комунікаційний простір можна зобразити, то прямою лінією, то з хвилями і піками в бік збільшення чи зменшення обговорення.

У результаті трансформації комунікаційного простору утворюється нова система цінностей, нові пізнавальні й практичні пріоритети, причому їхня роль у суспільному устрої визначена тим безпосереднім впливом, який вони здатні зробити на політичну поведінку та політичну культуру [15, с. 230]. Метою зацікавленої особи, чи групи осіб є створення такої атмосфери комунікації, що не залишає шансу на не прийняття певної суспільної позиції в обговорюваному питанні.

Деформації комунікативного простору проявляються у віртуалізації реальності, маніпуляціях свідомістю, напруженні, конфліктних станах та зростанні відчуження різних типів, що негативно впливає на інтегративні процеси в суспільстві та чинить руйнівний вплив на людину. [18, с. 66]. Деформації комунікаційного простору розділяють суспільство на категорії «свій» і «чужий», які займають особи в ході вираження своєї позиції. Такі категорії можуть проявлятися не лише при вираженні своєї особистої думки, а й за «лайками» в соціальних мережах і репостами чужих дописів, думок експертів, тематичних жартів. Інформаційні атаки все рівно змушують нас думати на запропоновану тему, але звісно, ми не завжди висловлюємось на широку публічність, створюючи своєрідну «спіраль мовчання» і тримаючи свою думку при собі.

Важливу складову комунікативного простору складає уявлення автора повідомлення про реального або потенційного партнера, до якого він звертається, його інтереси і наміри, про характер своїх особистих та мовних взаємин з ним. Нарешті, свій внесок у комунікативний простір вносить самосвідомість і самооцінка мовця, подання про те, яке враження він сам і його повідомлення повинні робити на оточення [19, с. 3]. Звісно, варто розглядати блогерів, експертів і лідерів думок, як потужних гравців здатних впливати на комунікаційний простір. Через кількість підписників, цільової аудиторії, свій статус і авторитет, їх заяви і дописи в соціальних мережах і не

тільки, може вплинути на збільшення популярності обговорюваної теми. Також, одним з нових явищ у комунікаційному просторі є хештеги, що дозволяють шукати інформацію на тему однієї інформаційної атаки у різних засобах масової комунікації.

Варто зазначити й аспект часу у контексті деформації комунікаційного простору, жодну тематику неможливо протримати на піку популярності, стимулюючи соціальний діалог. Це буде відбуватися поки в інформаційну атаку вкладатимуть гроші й ресурси, але робити це на постійній основі теж неможливо, адже необхідні й інформаційні паузи для того, щоб не викликати в учасників комунікації перенасичення інформацією і нівелювати можливість запідозрити й виявити зацікавлених осіб. Тобто, в будь якій інформаційній атаці буде аспект підняття популярності й спаду.

Важливо зрозуміти, що кожна держава, що є частиною світового інформаційного простору, має виробити комплекс заходів для власного сталого інформаційного розвитку в умовах жорсткої конкуренції з урахуванням чинників інформаційної безпеки. Для цього необхідно розуміння інформаційних атак та протистояння ним [20, с. 5]. Важливо усвідомити, що протистояти інформаційним атаками можливо через медійну грамотність учасників комунікаційного процесу і зменшення напруги й швидкості приймання повідомлення для можливості аналізу. Звісно, обговорюючи інформаційні атаки в контексті гібридної війни, насамперед Держава має бути зацікавлена у виявленні ботів, фейків і блокуванні ресурсів-ретрансляторів. Але й кожен споживач має змогу захистити себе від впливу інформаційної атаки за допомогою знань про базове проведення таких атак.

Висновок. У роботі досліджені змістово-сміслові характеристики інформаційних атак, запропонована класифікація видів і типів, що складають наукову новизну. Стаття становить практичне значення для професіоналів у сфері соціальних комунікацій й студентів спеціальності «журналістика і соціальна комунікація». *Перспективою подальших розвідок* у даному напрямку є дослідження процесу деформації комунікаційного простору, й діяльності інформаційних атак з визначенням важливих аспектів, що впливають на поставлену ціль.

ЛІТЕРАТУРА

1. Почепцов Г.Г. Информационные войны/Г.Г.Почепцов; [Отв. ред. С.Л.Удовик].-[Москва]: Рефл-бук; [Киев]: Ваклер, 2000.-573с. Режим доступу: http://www.ligis.ru/librari_2/049/contents.html
2. Носов В. Окремі аспекти протидії інформаційній війні в Україні / Віталій Носов, Олександр Манжай // Правове, нормативне та метрологічне забезпечення системи захисту інформації в Україні: науково-технічний збірник.-2015.-Вип. 1(29).-С.26-32.
3. Коцюбинская Л. В. Метафора "информационная атака" как объект лингвистического исследования/Л. В. Коцюбинская// Политическая лингвистика.-2016.-№ 5 (59).-С. 77-81. Режим доступу: <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/4807/1/plin-2016-05-09.pdf>
4. Пода Т. А. Інформаційна війна як стратегія формування політичної свідомості(соціально-філософський аналіз) / Т. А. Пода // Вісник Національного авіаційного університету. Сер. : Філософія. Культурологія. – 2014. – № 1. – С. 67-70. - Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Vnau_f_2014_1_18
5. Левченко О. В. Система заходів протидії інформаційним операціям / О. В. Левченко // Збірник наукових праць Харківського університету Повітряних Сил. - 2016. - Вип. 3. - С. 57-60. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZKhUPS_2016_3_15
6. Sharma S. Securing Information Infrastructure from Information Warfare / Sushil K. Sharma, Jatinder N.D. Gupta // Logistics Information Management. – 2002. – № 15(5/6). – P. 414-422
7. Саати Т. Л. Математические модели конфликтных ситуаций. - М.: «Сов.Радио», 1977. - 304 с.
8. Саприкін О. Інформаційна експансія, інформаційна війна та інформаційна атака у засобах масової інформації на прикладі Євро-2012 [Текст] / Олександр Саприкін // Вісник Книжкової палати. – 2013. –№ 1. – С. 40-43. - Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/vkp_2013_1_13.pdf
9. Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда та рг: такі схожі й такі різні.../С.Шпилик/Галицький економічний вісник. - 2014. - №4.- С.178-188.-Режимдоступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gev_2014_4_24
10. Горбань Ю. О. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення/Ю.О.Горбань//Вісник Національної академії державного управління при Президентові України.-2015.-№1.-С.136-141. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2015_1_21
11. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію // Наукові записки: Соціальні комунікації, 2016. 1 (52),С. 281–287. – Режим доступу: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/36.pdf>
12. Манойло А. Государственная информационная политика в особых условиях: монография/А.Манойло.-М.: МИФИ, 2003.-388с.
13. Каткова М. В. Понятие «информационное пространство» в современной социальной философии / М. В. Каткова // Известия Саратовского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика.-Вип.2.-2008.-[Е. ресурс].-Режим доступу: <http://www.s>

gu.ru/sites/default/files/journals/izvestiya/pdf/2013/12/13/2008-2-6.pdf

14. Василик М.А. Основы теории коммуникации: Учебник /Под ред. проф. О-75 М.А. Василика. - М.: Гардарики, 2003. - 615 с.
15. Дубас О.П. Інформаційно-комунікаційний простір: Поняття, сутність, структура / О.П. Дубас // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї.-К., 2010.-Вип.19.-С. 223-232.
16. Костира І. О. Роль засобів масової інформації в сучасній соціальній комунікації / І. О. Костира // Український інформаційний простір: Науковий журнал Інституту журналістики і міжнародних відносин Київського національного університету культури і мистецтв / Гол. редактор М. С. Тимошик. — Число 1. — У 2-х ч. — Ч.2. — К.: КНУКіМ, 2013. — С. 48–56.
17. Тихонова С. В. Социальная мифология в коммуникационном пространстве современного общества: автореф. дис. . . д. ф. н.: спец. 09.00.11 – социальная философия по философским нау-

кам / С. В. Тихонова. – Саратов – 2009. - Режим доступа: <http://www.padabum.net/d.php?id=142676>

18. Шевченко, Г. М. Сучасні виклики соціокультурної комунікації / Г. М. Шевченко // Вісник Інституту розвитку дитини. Серія: Філософія, педагогіка, психологія. 2013.-Вип. 27.-С. 64-69.
19. Степанов В.Ю. Моделювання інформаційно-комунікативного простору в інформаційному суспільстві / Ю.В. Степанов [Е. ресурс]: Режим доступу до сайту: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2009-2/doc/1/06.pdf>
20. Боднар І. Р. Державна політика та інформаційна безпека України: післякризові виклики / І. Р. Боднар, О. М. Вовчанська // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. - 2014. - Вип. 46. - С. 28-32. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2014_46_7

REFERENCES

1. Pocheptsov G. G. Information warfare / G. G. Pocheptsov; [Repl. Ed. SL Udovik]. - [Moscow]: Refl-beech; [Kiev]: Wackler, 2000. - 573 p.. Access mode: http://www.ligis.ru/librari_2/049/contents.html
2. Nosov V. Some aspects of the counter-information war in Ukraine/ Vitalij Nosov, Oleksandr Mangin // Legal, regulatory and metrological support of information security system in Ukraine : scientific-technical collection. - 2015. - Issue. 1 (29). - P. 26-32.
3. Kotsyubinskaya L.V. The metaphor of the «information attack» as the object of linguistic research/ L.V. Kotsyubinskaya // Political Linguistics. - 2016. - No. 5 (59). - P. 77-81. Access Mode: <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/4807/1/plin-2016-05-09.pdf>
4. Poda T. A. Information warfare as a strategy of development of a political consciousness(a socio-philosophical analysis)/ T. A. Poda // Bulletin of the National aviation University.: Philosophy. Cultural studies. - 2014. - No. 1. - P. 67-70. - Access mode: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILA=&S21STR=Vnau_f_2014_1_18
5. Levchenko O. V. The system of countermeasures information operations / O. V. Levchenko //Collection of scientific works of Kharkiv Air Force University. - 2016. - Vip. 3. - P. 57-60. - Access mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZKhUPS_2016_3_15
7. Saaty, T. L. Mathematical models of conflict situations. - M. : "Sov.Radio", 1977. - 304 p.
8. Saprykin A. Information expansion, information warfare and information attack in the media on the example of Euro 2012 [Text] / Alexander Saprykin // Bulletin of the Book chamber. - 2013. - No. 1. - S. 40-43. - Mode of access: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/vkp_2013_1_13.pdf
9. Szpilik S. Information war, propaganda and public relations: these are similar and different... / S. Szpilik // Galician economic Bulletin. - 2014. - No. 4. - S. 178-188. - Mode of access: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gev_2014_4_24
10. Gorban, Y. O. Information war against Ukraine and the instruments of war/Y.O.Gorban//Bulletin of National Academy of public administration under the President of Ukraine.-2015.-No.1.-P.136-
- 141.-Mode of access: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2015_1_21
11. Kitsa M. O. Fake information in the Ukrainian social media: concept, types, impact on the audience // Scientific notes: Social communication, 2016. 1 (52),PP. 281-287. – Mode of access: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/36.pdf>
12. Manoylo A. State information policy in special conditions: monograph / A. Manoylo. — M.: MIFI, 2003. — 388 p.
13. Katkova M. V. The Concept of "information space" in modern social philosophy / M. V. Katkova// Izvestiya of Saratov University. Philosophy. Psychology. Pedagogy.-Vol.2.- 2008.-[E. source].- Mode of access: <http://www.sgu.ru/sites/default/files/journals/izvestiya/pdf/2013/12/13/2008-2-6.pdf>
14. Wasyluk, M. A. Foundations of communication theory: Textbook /Under the editorship of Professor O-75 M. A. Wasilika. — M.: Gardariki, 2003. — 615 p.
15. Dubas O. P. Information-communication space: the Concept, essence, structure / O. P. Dubas // Modern Ukrainian politics. Politicians and political scientists about it.-K., 2010.-Vol. 19.-P. 223-232.
16. Kostyrya I. O. The Role of the media in modern social communication / Kostyrya I. O. // Ukrainian information space: the Scientific journal of the Institute of journalism and of international relations of Kyiv national University of culture and arts / Goal. editor M. S. Tymoshyk. Number 1.-Part 2-Part 2.-K.: Knook, 2013.-P. 48-56.
17. Tikhonova S. V. Social mythology in the communicative space of modern society: author. dis. d. f. medical Sciences: spec. 09.00.11 – social philosophy of philosophical Sciences/S.V.Tikhonova.-Saratov – 2009. - Mode of access: <http://www.padabum.net/d.php?id=142676>
18. Shevchenko, G. M. Contemporary challenges of social and cultural communication / G. M. Shevchenko // the Bulletin of the Institute of child development. Series : Philosophy, pedagogy, psychology. 2013. – Vol. 27. – S. 64-69.
19. Stepanov V.Y. Modeling of informational and communicative space in the information society/V.Y.Stepanov [E. source]: Mode of access: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2009-2/doc/1/06.pdf>
20. Bodnar, I. R., Public policy and information security of Ukraine: post-crisis challenges/I.R.Bodnar, O.M.Vovchanska//Bulletin of Lviv commercial Academy. A series economic.-2014.-Vol.46.-S.28-32. Mode of access: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2014_46_7

Information attack as a factor of deformation of communication space

A. A. Bilynska

Abstract. The article examined the components of information attack characteristics, as a factor of deformation of information space, and clarified the characteristics of deformation of communication space. In addition, clarified existing concepts understanding of information attack. Defined the concept of information attack and its conceptual-semantic characteristics. Delivered problems of necessity of having to deal with fake news, information attacks and biased information. Defined the concept of communication space, its deformation and the impact of information attacks on him.

Keywords: information attack, communication space, information space, deformation, information warfare, fake, biased information, information expansion, media.

Информационная атака как фактор деформации коммуникационного пространства

A. A. Билинская

Аннотация. В статье исследованы составляющие характеристики информационной атаки, как фактора деформации информационного пространства, а также, выяснено характеристики деформации коммуникационного пространства. Кроме того, выяснены существующие концепции понимания информационной атаки. Определено понятие информационной атаки и ее содержательно-смысловые характеристики. Поставленные проблемы необходимости борьбы с фейковыми новостями, информационными атаками и необъективной информацией. Определено понятие коммуникационного пространства, деформаций и воздействия информационных атак на него.

Ключевые слова: информационная атака, коммуникационное пространство, информационное пространство, деформация, информационная война, фейки, необъективная информация, информационная экспансия, средства массовой информации.