

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 100–107 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9990>

УДК 355.4:[316.6+159.9]:004.77(470+571+477)

## ІСТОРИЧНА СВІДОМІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ В НОВИХ МЕДІА ПІД ЧАС ПРОТИСТОЯННЯ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ З УКРАЇНОЮ

Роман Хардель<sup>1</sup>

Віталій Виздрик<sup>2</sup>

*Національна академія сухопутних військ ім. гетьмана П. Сагайдачного*

*вул. Героїв Майдану, 32, 79026, Львів, Україна*

*e-mail: [spantamano@ukr.net](mailto:spantamano@ukr.net), [v.vyzdryk05@gmail.com](mailto:v.vyzdryk05@gmail.com)*

<sup>1</sup> <https://orcid.org/0000-0002-2243-9722>

<sup>2</sup> <https://orcid.org/0000-0001-5427-5825>

В статті проаналізовано можливості та ефективність використання засобів масової інформації та засобів масової комунікації у глобальній мережі Інтернет як інструменту впливу на історичну свідомість у ході ведення інформаційного протистояння Російської Федерації з Україною. Розкривається сутність історичної свідомості як складової суспільної свідомості, а також інтернет-засобів масової інформації (далі – Інтернет-ЗМІ), засобів масової комунікації як інструмента інформаційного протистояння. Визначено особливості використання відеохостингів, соціальних мереж, інтернет-видань при здійсненні інформаційного впливу. Окреслено можливі шляхи протидії загрози національній безпеці у цій сфері.

*Ключові слова:* інформаційне протистояння, історична свідомість, інтернет-засоби масової інформації, інтернет-засоби масової комунікації, відеохостинги, соціальні мережі.

**Постановка проблеми.** Національна безпека будь-якої держави у першу чергу залежить від своєчасного виявлення актуальних загроз та вироблення ефективних та реальних стратегій протидії таким загрозам. Аналіз ведення сучасних гібридних війн засвідчує, що інформаційне протистояння у сучасному світі є однією з найважливіших складових стратегії застосування «м'якої сили». При цьому така складова одночасно використовується як елемент підготовки до застосування, а також як один з елементів всебічного забезпечення застосування «жорсткої сили».

У свою чергу, одним з найбільш ефективних методів досягнення визначених цілей, який намагається реалізувати Російська Федерація в ході інформаційного протистояння з Україною, є застосування заздалегідь спланованого, комплексного, гнучкого, масованого впливу на такий елемент суспільної свідомості як історична свідомість. У якості одного з найбільш ефективних інструментів, що використовуються для реалізації цього методу інформаційного впливу, широко використовують ЗМІ, в тому числі такий сегмент як Інтернет-ЗМІ.

Таким чином, агресивні дії Росії, що здійснюються у формі фальшування української історії, формування альтернативної до дійсності викривленої інформаційної картини світу визначено однією з актуальних загроз національній безпеці України, що зафіксовано у Стратегії національної безпеки України, яку затверджено Указом Президента України від 26 травня 2015 року № 287/2015. У свою чергу, протидія маніпуляціям суспільною свідомістю і поширенню спотвореної інформації, захист національних цінностей та зміцнення єдності українського суспільства визначаються як один з напрямків державної політики національної безпеки України [1].

Таким чином, аналіз використання історичної свідомості в якості об'єкта інформаційного протистояння, у тому числі із використанням ЗМІ, є одним з першочергових завдань, що постали перед сучасною науковою спільнотою України.

**Метою** статті є аналіз використання Російською Федерацією сучасних Інтернет-ЗМІ для здійснення впливу на історичну свідомість різноманітних цільових аудиторій.

**Аналіз попередніх досліджень.** Історична свідомість як складова суспільної свідомості виступала об'єктом дослідження таких відомих світових філософів як М.Блок, М.Вебер, К.Поппер, К.Ясперс, класиків української історії як М.Аркас, В.Винниченко, М.Грушевський, В.Липинський. Серед сучасних дослідників варто назвати В.Андрущенка, В.Вашкевича, А.Землянського, В.Пержуна. Питання Інтернет-ЗМІ та їх ролі в інформаційному протистоянні у своїх працях розглядали С.Квіт, В.Курбан, А.Пелешишин, Г.Почепцов, О.Юрків. Водночас питання методів, що використовуються для здійснення впливу на історичну свідомість із використанням Інтернет-засобів масової інформації та масової комунікації, потребує подальшого дослідження.

**Виклад основного матеріалу.** Загалом історична свідомість як важлива складова суспільної свідомості є для народу ресурсною базою – саме в ній необхідно черпати інформаційні ресурси при прийнятті в будь-який спосіб вагомих рішень, ресурси імунної системи народу при загрозі ураження його організму шкідливими вірусами згубних тенденцій, ресурси для об'єднання народу у формі колективної ідентифікації (Р.Х). За визначенням В.Вашкевича, історична свідомість є узагальненим уявленням про людину і суспільство в їх спільній еволюції на конкретних історичних етапах. Вона відтворює історичні знання соціуму – відомості про власне походження, головні події, життя та діяльність видатних людей і є неодмінними духовними цінностями певної спільноти [2, с. 71].

Водночас, як зазначає А. Землянський, у переломні періоди в історії людства роль історичної свідомості як одного з регуляторів соціальної поведінки значно підвищується. Під впливом об'єктивних і суб'єктивних процесів історична свідомість трансформується, ламається. У такій історичній свідомості переважають ригоризм і популізм, домінують пристрасті й афекти. Вона все більше піддається трансформаціям і маніпуляціям [3, с.40]. Очевидно, що настільки важлива складова суспільної свідомості не може не стати об'єктом застосування інформаційних впливів у ході ведення інформаційного протистояння.

Одним з найбільш ефективних інструментів, що використовують фахівці в сучасних стратегіях застосування інформаційних впливів, є Інтернет-ЗМІ. З огляду на надзвичайну ефективність застосування зазначеного інструменту у сфері інформаційного протистояння, необхідно детально розглянути основні засоби, що вико-

ристовуються у мережі Інтернет, з метою здійснення масованого, гнучкого, структурованого впливу на суспільну свідомість, в тому числі історичну свідомість.

Розпочнемо з формулювань. Вже на цьому етапі, з метою ілюстрації засобів впливу на суспільну свідомість, скористаємося одним з найбільш популярних та ефективних ресурсів, що реалізують для такого впливу – багатомовної онлайн-енциклопедії «Вікіпедія». Так, її україномовний розділ пропонує наступне трактування поняття Інтернет-ЗМІ: «Інтернет-ЗМІ (інтернет-видання, інтернет-газета) – інформаційний сайт, який регулярно оновлюється і виконує функцію засобу масової інформації, користується певною популярністю і авторитетом (має свою постійну аудиторію)» [4]. У свою чергу, російськомовний розділ Вікіпедії переадресовує запит «Інтернет-СМИ», а також адресує зі сторінки «Інтернет-ЗМІ» україномовної Вікіпедії при обранні російської мови у розділі «Іншими мовами» на сторінку «Інтернет-издание» (тут і далі – мовою оригіналу), вочевидь ототожнюючи ці поняття.

У згаданій статті вміщено наступне визначення: «Інтернет-издание, интернет-СМИ – веб-сайт, ставящий своей задачей выполнять функцию средства массовой информации в сети Интернет. Как и печатные издания, интернет-издания руководствуются принципами журналистики». Крім цього, наводиться наступне уточнення: «Інтернет-изданием (интернет-СМИ) может считаться не любой сайт. В соответствии с законом «О средствах массовой информации», принятым в последней редакции Государственной Думой РФ 3 июня 2011 года, интернет-сайт может быть зарегистрирован как СМИ только в случае, если от его владельцев поступило соответствующее заявление. Новостные сайты, не имеющие регистрации Роскомнадзора, юридически к СМИ не относятся. Напротив, сайт, зарегистрированный как СМИ, может пользоваться всеми правами, предоставляемыми средствами массовой информации: получать аккредитации на мероприятия, запрашивать информацию от органов государственной власти и местного самоуправления, может пользоваться льготами при уплате страховых взносов в фонды социального страхования, получать государственную поддержку» [5]. Відповідно, маємо наступні відмінності у концепції поглядів на Інтернет-ЗМІ: російська пропагандистська машина інформаційного протистояння розглядає в якості Інтернет-ЗМІ лише інтернет-видання, при цьому офіційно зареєстровані. Саме таким інформаційним «акторам», які діють в мережі Інтернет, державний апарат Росії надає різноманітну (необхідно відзначити – у певних випадках доволі значну) підтримку.

В якості джерела для отримання визначень ми не випадково використовуємо «Вікіпедію». Очевидно, що багатомовна онлайн-енциклопедія сама по собі виступає надзвичайно потужним, дієвим засобом масової інформації, а також засобом масової комунікації, із використанням якого здійснюється інформаційний вплив на інтернет-аудиторію. Більшість сучасних інтернет-користувачів довіряють інформації, що містять відповідні статті «Вікіпедії», вважають таку інформацію правдивою, наводять її в якості аргументу у різноманітних дискусіях. Окрім цього, маємо можливість здійснювати порівняльний аналіз поглядів на аспекти масової інформації, що розглядають у статті. При цьому, однак, необхідно враховувати, що розподіл Вікіпедії на сегменти («українська Вікіпедія», «російська Вікіпедія») проводиться саме за мовною, а не державною ознакою – авторами й редакторами україномовних статей, окрім громадян України, є також представники чисельної української діаспори, а російськомовних статей – представники пострадянських держав.

Якщо оперувати мовою статистики – у вересні 2018 року загальна кількість переглядів української «Вікіпедії» сягала 50,2 млн. При цьому 23,9% відвідувань «Вікіпедії» з України припадало на українську «Вікіпедію», 56% – на російську, 17,7% – на англійську, 2,4% – на інші [6]. Отож, російськомовний сегмент «Вікіпедії» на даний час усе ще користується значним попитом в українському суспільстві.

Якщо розглядати інтернет-ЗМІ як інформаційний сайт, який виконує функцію засобу масової інформації, необхідно також окреслити поняття ЗМІ взагалі. Україномовна «Вікіпедія» пропонує наступне визначення: «Засоби масової інформації (ЗМІ), мас-медіа (Mass media) – преса (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, інтернет, кінематограф, звукозаписи та відеозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити та панелі, домашні відеоцентри, що поєднують телевізійні, телефонні, комп'ютерні та інші лінії зв'язку. Всім цим засобам притаманні якості, що їх об'єднують – звернення до масової аудиторії, доступність багатьом людям, корпоративний зміст виробництва і розповсюдження інформації. Термін мас медіа застосовується також до організацій, які контролюють ці технології, наприклад, телевізійних каналів або видавництва» [7]. Російськомовний розділ пропонує наступне визначення: «Средства массовой информации, в отличие от средств массовой коммуникации – совокупность органов публичной передачи информации с помощью технических средств; до сих пор более употребительное в русском языке (по сравнению с термином «средства массовой коммуникации») обозначение средств повседневной практики сбора, обработки и распространения сообщений массовым аудиториям» [8].

Наступним важливим поняттям є засоби масової комунікації. Україномовна «Вікіпедія» розглядає масову комунікацію, як фундаментальний стан сучасного суспільства, в якому складна, функціонально диференційована соціальна структура втілена у символічних формах і образах, які здатна сприймати і розуміти корпоративна, масова й індивідуальна свідомість. Також зазначено, що некоректним є отождошення масової комунікації з масовою інформацією, оскільки перша орієнтована на діалог, полілог та взаємодію, тоді як остання направлена на зміну установок, атитюдів та трансляцію зразків поведінки» [9]. Водночас «Філософський енциклопедичний словник» пропонує наступне визначення масової комунікації: «Комунікація масова (від англ. *mass communication*) – систематичне поширення інформації серед великої кількості людей за допомогою друку, радіо, телебачення, аудіо-, відеозапису та через комп'ютерні мережі. За допомогою К.м. відбувається поширення важливих інформаційних повідомлень, що зумовлює єдність регіону, нації, людства». Також у згаданій статті зазначено, що масова комунікація може бути використана для тиску на свідомість і підсвідомість та маніпуляції людьми а також відзначається, що доступність та серійність інформаційних потоків у мережах породжують «інформаційну наркоманію» – внутрішній стан людини, коли продукція масової комунікації стає важливішою за події власного життя» [10, с.291].

Російський варіант виглядає наступним чином: «Массовая коммуникация (англ. *mass communication*) – процесс производства и воспроизводства массового сознания средствами массовой коммуникации (СМК) – сначала периодической печатью, радио и телевидением, а затем и другими средствами электронной коммуникации. Массовая коммуникация предполагает производство сообщений, рассчитанных на массовое сознание, и их передачу соответствующими техническими средствами» [11].

Таким чином, сучасні засоби масової комунікації не лише мають вплив на суспільну свідомість, а фактично створюють її. При цьому особливість інтернет-засобів масової комунікації полягає в тому, що вплив на масову свідомість, який вони здійснюють, складно обмежити адміністративними методами (хоча спроби такого обмеження мають місце, в тому числі в РФ). З іншого боку, існують інші засоби впливу – державна підтримка підконтрольних інтернет-ресурсів, дискредитація ресурсів, які не дотримуються визначеної ідеологічної лінії, створення «інформаційного мейнстріму» (Р.Х). Привабливість інтернет-засобів масової комунікації полягає у величезній аудиторії, практично безмежному просторі можливих операцій для здійснення необхідних впливів, миттєвому зворотному зв'язку, який дозволяє оперативно оцінювати результати інформаційного впливу і, як наслідок, ефективно корелювати інформаційний контент.

На сьогодні найбільш ефективними засобами масової комунікації, які використовуються для здійснення інформаційного впливу, є відеохостинги, насамперед найбільш популярний з них – *YouTube*. По суті, *YouTube* являє собою електронну енциклопедію, тільки у відеоформаті. На сьогодні всі інтернет-ЗМІ в той чи інший спосіб будуть представлені в цьому сервісі: чи то онлайн-телебачення, чи то онлайн-преса, навіть більшість літературних новинок презентовані в *YouTube*, часто й авторами. *YouTube* не має певної редакційної політики, хоча дотримується визначених правил спільноти – матеріали, що не відповідають визначеним правилам, можуть бути вилучені. Фактично, редакційний апарат в цьому випадку заміняє алгоритм контекстного пошуку – сервіс сам запропонує користувачу низку відеоматеріалів з урахуванням його попередніх запитів, а також наявних відеосюжетів з урахуванням їхньої популярності. Існує низка інших відеохостингів (*Vimeo*, *RuTube*, *MetaCafe* та ін.), але *YouTube* на сьогодні є абсолютним лідером в цій інформаційній площині.

Особливе значення має можливість миттєвого зворотного зв'язку, що є характерною рисою сучасних онлайн проєктів формату Web 2.0 – відеосервіси надають користувачам можливість коментувати матеріали, коментувати коментарі інших користувачів, що тягне за собою розвиток дискусії різного ступеня емоційності. «Наявність у користувача можливості висловити власну думку у віртуальному суспільному просторі створює психологічний клімат взаємозв'язку та причетності» [12]. Аналіз розвитку таких обговорень на важливих (з позиції інформаційного впливу) сторінках надає можливість оцінювати ефективність запланованого інформаційного впливу, приймати відповідні рішення та вносити корективи в подальшому, а також просувати необхідні ідеї безпосередньо у процесі обговорення із залученням спеціально підготовлених фахівців. У якості основних форм, за допомогою яких здійснюється інформаційний вплив через відеосервіси, можна назвати відеоблоги, спеціальним чином підібрані відеосюжети телевізійних каналів, аналітичні сюжети (шоу) із залученням різного роду фахівців – істориків та ідеологів. Окремо необхідно виділити відеоролики, що трактують важливі для соціуму (а також для формування суспільної свідомості) питання в максимально доступному, спрощеному форматі – у якості коротких, простих тез, із використанням сучасного сленгу, у супроводі також максимально спрощеної анімації, на зразок «Краткой истории Украины на пальцах» [13].

Наступною групою інтернет-засобів масової комунікації, із використанням яких здійснюється інформаційний вплив на різноманітні цільові групи, є соціальні мережі. В ході планування інформаційної війни, при виборі певної соціальної ме-



режі або кількох з них, в якості поля бою, необхідно звертати увагу на дві позиції. Перш за все, які цільові групи є найбільш активними користувачами певної соціальної мережі та яку їх кількість вона охоплює. Також необхідно чітко розуміти, які комунікаційні механізми ця соціальна мережа може запропонувати [14, с. 101].

Основними соціальними мережами, що використовуються в якості «акторів» інформаційного впливу на сьогодні є: *Facebook*, *LinkedIn*, *Twitter*, *Instagram*, українська *Druzi.org*. Також, незважаючи на блокування на території України, яке нескладно обійти, залишаються актуальними російські проекти *Odnoklassniki* та *Vkontakte*. Соціальні мережі будуються за подібними принципами, основними їхніми функціями є промоція об'єктів, ідей, персоналій, організаційних структур.

Так само, як подібні базові принципи всіх провідних соціальних мереж, подібні й їхні базові комунікаційні інструменти. Серед таких визначаються: пост, медіа-реліз, подія, коментар. Кожен з них є базовою одиницею, з яких складаються алгоритми інформаційно-комунікаційних процесів, що будуються в он-лайн мережах відповідно до конкретних завдань [14, с. 111].

Відеохостинги та соціальні мережі є настільки важливими акторами інформаційного впливу у глобальній мережі Інтернет завдяки можливості збирання, структурування та подання інформації з урахуванням специфічних параметрів (інтереси, вподобання, рівень розвитку тощо) цільових груп (інколи навіть і персонально користувачів) (Р.Х.).

**Висновки.** Сучасні інтернет-ЗМІ, як традиційні (інтернет-видання, телеканали), так і нетрадиційні (відеохостинги, соціальні мережі) широко використовуються в процесі інформаційного протистояння для впливу на суспільну свідомість, у тому числі на таку її складову, як історична свідомість. Такий вплив здійснюється шляхом ретельного підбору, дозування інформації та стереотипів її сприйняття, що доводяться до певних цільових груп, а при масованому та тривалому впливі переходять до розряду переконань. Найкращу стратегію протидії такому впливу окреслює у своїй промові держсекретар США Г.Клінтон: «Деякі вважають, що заради забезпечення толерантності уряд повинен заставити замовкнути деякі ненависницькі ідеї. Ми вважаємо, що зусилля щодо обмеження змісту висловлювань нечасто досягають успіху, натомість часто виступають приводом для обмеження свободи висловлювання думок. Взамін цього, як це було неодноразово історично доведено, найкраща відповідь на образливий виступ – більше виступів. У випадку переведення проблеми у площину дискусій, правда буде лише підсилюватися, а слабкі та неправдиві думки та вислови будуть дискредитовані, можливо не одразу – але в кінцевому підсумку. Такий підхід не одразу дискредитує кожен ненависницьку ідею та не переконує кожного фанатика повністю змінити свої переконання. Але ми, як суспільство, визначили, що він набагато ефективніше будь-якого іншого підходу» [15]. Тобто, на стратегію формування переконань шляхом вибіркового добору інформації і трансляції готових висновків з неї для певних цільових аудиторій необхідно відповідати стратегією набагато ширшого інформування про реальну картину подій, викриттям неправдивої інформації та викривлених причинно-наслідкових зв'язків.

**Перспективи подальших досліджень.** У подальшому плануємо продовжити дослідження в напрямку визначення цілей, яких намагається досягнути Російська Федерація при здійсненні інформаційних впливів на історичну свідомість різнома-

нітних цільових аудиторій (власне населення, населення України, світова спільнота), а також методів, які при цьому застосовують.

## REFERENCES

1. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 травня 2015 року «Про Стратегію національної безпеки України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/287/2015>
2. Вашкевич В.М. Історична свідомість студентської молоді: ціннісно-світоглядні орієнтири: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./ В.М.Вашкевич. К. : Світогляд, 2010. 274 с.
3. Землянський А. Історична свідомість як детермінанта гармонізації розвитку студентської молоді в полікультурному суспільстві // *Versus*. 2014. № 2(4). С. 39-44.
4. Інтернет-ЗМІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет-ЗМІ#cite\\_ref-5](https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет-ЗМІ#cite_ref-5)
5. Интернет-издание [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-издание>
6. Українська Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Українська\\_Вікіпедія](https://uk.wikipedia.org/wiki/Українська_Вікіпедія)
7. Засоби масової інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Засоби\\_масової\\_інформації](https://uk.wikipedia.org/wiki/Засоби_масової_інформації)
8. Средства массовой информации [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Средства\\_массовой\\_информации](https://ru.wikipedia.org/wiki/Средства_массовой_информации)
9. Масова комунікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Масова\\_комунікація#cite\\_note-10](https://uk.wikipedia.org/wiki/Масова_комунікація#cite_note-10)
10. Філософський енциклопедичний словник / НАН України, Ін-т філософії імені Г. С. Сковороди; [редкол.: В. І. Шинкарук (голова) та ін.]. К. : Абрис, 2002. VI. 742 с.
11. Массовые коммуникации [Електронний ресурс]. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Массовые\\_коммуникации](https://ru.wikipedia.org/wiki/Массовые_коммуникации)
12. Стихин А. Глобальные Интернет-сервисы в структуре инструментов американской внешней политики // *Международные процессы*. 2014. № 1-2 (36-37). С. 105-116.
13. Краткая история Украины на пальцах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=qnHGrH8X1eI>
14. Курбан О.В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі : навчальний посібник / О. В. Курбан. К. : ВІКНУ, 2016. 286 с.
15. Clinton H. Internet Rights and Wrongs: Choices & Challenges in a Networked World. Feb. 15. 2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.state.gov/secretary/rm/2011/02/156619.htm>

**THE HISTORICAL FACTOR OF RUSSIAN INFORMATION WARFARE  
AGAINST UKRAINE. THE HISTORICAL CONSCIOUSNESS  
AS INFORMATION IMPACT OBJECT IN INTERNET MEDIA**

**Roman Khardel<sup>1</sup>**

**Vitalii Vyzdryk<sup>2</sup>**

*Hetman Petro Sahaidachnyi National Army Academy,  
Heroiv Maidanu str. 32, 79026, Lviv, Ukraine*

*e-mail: [spantamano@ukr.net](mailto:spantamano@ukr.net), [v.vyzdryk05@gmail.com](mailto:v.vyzdryk05@gmail.com)*

<sup>1</sup> <https://orcid.org/0000-0002-2243-9722>

<sup>2</sup> <https://orcid.org/0000-0001-5427-5825>

In the article are presented the analysis of the possibilities and effectiveness of using mass media and mass communication in the Internet as an instrument of impact on historical consciousness during the course of Russian information warfare against Ukraine. The essence of historical consciousness is examined as a component of social consciousness, as well as the Internet media and mass communication as an instrument of information warfare. Russian acts of the falsification of Ukrainian history, the formation of an alternative to reality of the world picture is defined as one of the actual threats to the national security of Ukraine.

The role of Wikipedia, the free online encyclopedia, as a means of information warfare is outlined. Comparative conceptual approaches to Internet media and mass communication in the Russian Federation and Ukraine are compared. The main features of mass communication as tools of influence on social consciousness, as well as means of creation of social consciousness are mentioned.

The peculiarities of the use of video sharing website YouTube as means of mass communication in the form of a tool of influence on the historical consciousness are determined. The mentioned advantages of Internet resources of the Web 2.0 format, which is widely used in the information confrontation.

The role of social networks and Internet publications on influence on the historical consciousness is analyzed. Possible ways of counteracting to the threat of national security in this area are outlined.

*Key words:* Information warfare, historical consciousness, Internet media, Internet mass communication, video-sharing websites, social networking services.