

Міністерство освіти і науки України  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Філософський факультет  
Кафедра політичних наук

## **ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ПРОТИДІЇ**

Кваліфікаційна робота  
зі спеціальності 052 - Політологія  
освітнього рівня «магістр»

студентки  
II курсу ОР «магістр»  
заочної форми навчання  
Єлизавети СЕКРЕТАРЕНКО

Науковий керівник -  
доктор політичних наук, доцент  
Ігор ПЕТРЕНКО

Допущено до захисту:

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

Київ – 2021

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1. СУТНІСТЬ, СТРУКТУРА ТА ОСОБЛИВОСТІ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ .....	6
РОЗДІЛ 2. ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА СКЛАДОВА ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ .....	27
РОЗДІЛ 3. МЕТОДИ ТА МЕХАНІЗМИ ПРОТИДІЇ ІНФОРМАЦІЙНИМ ВПЛИВАМ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ .....	57
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	81

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Процес сучасної глобалізації призвів до формування єдиного світового інформаційного простору. Інформація – стала широко доступною, інформаційні технології увесь час удосконалюють. Плюси такого процесу, такі як зручність та швидкість, є одночасно і його мінусами. Інформаційне середовище перетворилося на площину впливів та спекуляцій. Де правда, як і брехня – розповсюджується миттєво.

Останнім часом розвинені країни впевнено рухаються до формування інформаційного середовища, де від того як саме використовується інформація залежить якість життя та соціальні зміни. Фактично виникла нова реальність, у якій політичний, економічний, військовий, духовний аспекти життя суспільства пов'язані з інформаційною сферою та залежать від неї. Зокрема, інформація стала ще й засобом політичної боротьби, інформаційною зброєю. Очевидно, що це вплинуло і на війни. Розвиток військових дій, свідками яких ми є, вже давно не пов'язаний із серйозними проривами у галузі науки та техніки. Ці фактори виступають скоріше як супутні. Основними перевагами на полі битви стає вміння стратегічно мислити, а також використовувати нестандартні техніки ведення бою, відштовхуючись не лише від рівня озброєння та боєздатності, а й виходячи з особливостей культури і навіть у певному сенсі менталітету учасників конфлікту. Нові війни називають гібридними. Під час таких протистоянь активно залучають, зокрема, і інформаційні технології. Це важливий чинник, використовуючи який можливо деморалізувати армію та населення іншої країни, стимулювати протестні настрої та формувати особливу інформаційну реальність для громадян. Аби зрозуміти які саме методи та механізми, використовують задля того, аби впливати на суспільну свідомість, потрібні цілеспрямовані дослідження та наукові пояснення.

Тема інформаційних впливів – на часі для України, особливо зараз, коли ми знаходимось у стані війни. Російська Федерація проводить активну інформаційну політику. І цей вплив поширюється не лише на тимчасово

окуповані території. Спекулятивні заяви щодо України РФ продовжує поширювати і у міжнародному середовищі.

З цього випливає актуальність даного дослідження. Вивчення україно-російських інформаційних відносин – невід’ємна частина новітньої форми та змісту гібридної війни. І тільки-но Україна зрозуміє, які методи протистояння інформаційним викликам – найефективніші, ми зможемо з меншими втратами і швидше закінчити гібридну війну, при цьому зберігаючи репутацію України у світі.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дослідження є всебічне вивчення інформаційної складової гібридної війни, її особливостей та проблеми протидії.

Досягнення цієї мети передбачає розв’язання наступних завдань:

- визначити сутність, структуру та особливості гібридної війни;
- дослідити інформаційно-комунікаційну складову гібридних війн;
- розкрити методи та механізми протидії інформаційним впливам в умовах гібридної війни.

**Об'єкт дослідження** – феномен гібридної війни.

**Предмет дослідження** – інформаційна складова гібридної війни, її особливості та проблеми протидії.

**Методи дослідження.** Методологічною основою дослідження є історичний метод, а також структурно-функціональний, який використовується для розгляду окремих компонентів гібридної війни, а особливо їх впливу на масову свідомість. Біхевіористський метод застосовувала задля визначення кількості та якості інформаційних впливів на українців, зокрема, коли йшлося про вразливість людей і не готовність до інформаційного протистояння – аналізу. Порівняльний метод забезпечив можливість співставити методи протидії дезінформації у світі та в Україні, розкрити спільні та відмінні риси реакції на це різних політичних систем.

**Структура і обсяг роботи.** Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (91 найменування). Загальний обсяг магістерської роботи становить 92 сторінки.

## РОЗДІЛ 1.

### СУТНІСТЬ, СТРУКТУРА ТА ОСОБЛИВОСТІ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

Теоретичні проблеми становлення і розвитку інформаційного суспільства, вплив інформаційно-комунікаційних технологій на управління політичними, суспільними процесами вже знайшли відображення в роботах як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Роль і місце інформаційних технологій в сучасному суспільстві вже дослідили західні вчені, такі як У. Еко [64], та А. Крокер [77, 78]. Поняття «масова свідомість» поширилося до кінця цього століття завдяки класичними працями Г. Тарда [43], Г. Лебона [26], і С. Сігеле [46].

Важливий внесок у розвиток теорії «масової свідомості» вніс Е. Дюркгейм [20], його учні та послідовники, серед яких в першу чергу слід назвати М. Мосса [32], К. Леві-Строса, Л. Леві-Брюля. Н. Луман, Ю. Габермас, Д. Остін розглядають процеси комунікації в інформаційному просторі. Серед вітчизняних дослідників феномену «гібридна війна» слід зазначити Є. Магду [43].

Комунікаційні потоки сьогодні набувають вирішального соціального значення: з їх допомогою здійснюється соціальне, соціально-економічне управління, формується і змінюється суспільна думка, задається вектор суспільного розвитку. Бурхливий розвиток мережі масових комунікацій сприяв переходу суспільства на стадію інформаційного і тим самим відбулося посилення ролі інформації в сучасних соціальних процесах. Інформація завжди супроводжувала людину. Проте зараз - вона ще й потужний інструмент, який застосовують точково, цілеспрямовано та навмисно. Це стало можливим через постійний технологічний розвиток у сфері інформаційно-комунікаційних технологій.

К. Шеннон, американський вчений, що заклав основи теорії інформації - науки, що вивчає процеси, пов'язані з передачею, прийомом, перетворенням і зберіганням інформації, - розглядає інформацію як зняту невизначеність

наших знань про щось. Інші вчені пояснюють інформацію так: - це відомості про об'єкти і явища навколишнього середовища, їхніх параметрах, властивостях і стані, які зменшують ступінь невизначеності, неповноти знань (Н. Макарова), - це заперечення ентропії (Л. Бриллюен), - це міра складності структур (А. Моль), - це відбита розмаїтість (А. Урсул), - це ймовірність вибору (І.Яглом).

Сучасне наукове визначення інформації точно сформулював Н. Вінер, "батько" кібернетики. Він писав: «Інформація – це позначення змісту, отриманого із зовнішнього світу у процесі нашого пристосування до нього та пристосування до нього наших почуттів. Процес отримання та використання інформації є процесом нашого пристосування до випадковостей довкілля та нашої життєдіяльності у цьому середовищі.[4]

Інформація – це ресурс. Тому вона є корисною лише у тому випадку, якщо ми можемо її доставити туди, куди потрібно. Саме так П. Пільцер пояснював необхідність працювати з інформаційними потоками задля власної вигоди: «відносна перевага тієї чи іншої країни полягає у її здатності ефективно використовувати нову інформаційну технологію». [38]

Тож, інформація – не просто ресурс, а стратегічний ресурс. Керування яким – сприяє отриманню переваг.

Особливість інформації полягає в тому, що, незважаючи на те, що кількість користувачів інформації продовжує збільшуватись, її кількість також постійно стає більшою, вона накопичується. Це стимулює розвиток і вдосконалення інформаційно-комунікативних технологій. ІКТ – це іншими словами технологія експлуатації інформаційних ресурсів. [86] За допомогою таких технологій і відбувається формування специфічного інформаційного поля, на яке можна впливати. Саме так і впроваджують владні стратегії. Інформаційне поле настільки ж невидиме для безпосереднього спостереження, як гравітаційне чи електромагнітне, проте, на відміну від них, усередині інформаційного все можна будувати за певними маршрутами та напрямками.

Такому невидимому управлінню люди не протидіють. Бо складається враження, немов рішення, що ухвалює людина - самостійні і не від кого не залежать, окрім неї. Немов, усе вільно і за її бажанням. Але влада – вже немов функція інформаційної мережі. Потрібні ідеї – регулярно вкидаються в інформаційний простір. Вони спотворюють сприйняття: настрої і мотивацію. Це може мати серйозні наслідки – змінити ситуацію у суспільстві, створити психологічний вектор населення в заданому напрямку. Тож, і реальних зусиль – не потрібно. Ідеї, сформовані владою, поступово займають думки людей, стаючи їх ідеологією. Високий рівень сучасних інформаційних комунікацій дає змогу вливати ідеї – планомірно, масштабно і що не менш важливо – оперативно. Так впливають на масову свідомість і це дає змогу безперешкодно контролювати її.

«Навіть якщо заглушити всю масову інформацію, нові технології зв'язку не заглушиш.» [64], - писав У. Еко. Згідно з його переконанням, жодному диктатору не під силу зупинити світовий потік комунікації. Бо цей потік поширюється по таким технологічним міні-інфраструктурам, без яких і сам диктатор, немов без рук. Потік комунікації виконує ту ж функцію, яку за часів традиційних війн виконували секретні служби: нейтралізує супротивника, випереджаючи події. У. Еко також чітко визначив місце інформаційних технологій у суспільстві. Він написав: «Теперішні люди не лише очікують від технології надмірних досягнень, але прямо вимагають їх, при цьому не відмежовують руйнівну технологію від технології корисної, тієї, що створює.»[64, с.14] Він пояснював цю думку тим, що сучасна людина не уявляє себе без технологій. Вона – постійно отримує інформацію і навіть росте на основі даних з Інтернету. Дитина з маленького віку – вже дивиться відео, дружить по Інтернету, навчається, згодом – пише і читає. Вони живуть у технології, вони не в змозі уявити, як міг би існувати інший світ, світ без комп'ютерів і навіть без телефонів.

«Те, що ми живемо в культурі екранів, що розростаються – кіно, телебачення, комп'ютерів, камер спостереження в аеропортах - це майже

тріюїзм: технологія як кліше. Те, що менш очевидно, це мовчазна, але дуже реальна дія екранної культури на нашу психо-географію (psycho-geography): психологічну територію людської уяви та сприйняття, усвідомлення нами простору та часу; уявлення у тому, що реально і що нереально; проблеми тотожності і, зрозуміло, істинності, як у слові, так і у баченні» [78, с.19]. Усвідомлення зростання культурного значення сучасних інформаційно-комунікативних технологій у їхньому безпосередньому впливі на світосприйняття мільйонів людей пронизує всі роботи Крокера останнього двадцятиліття, але найбільш послідовно його оригінальна культурософія техніки сформульована, мабуть, у книзі «Покидьки даних: теорія віртуального класу», яка написана з М. Вайнстайном. Згідно з думкою дослідників, віртуалізація насаджується новим класом розробників і власників «інформаційних супермагістралей», які не тільки приватизували досягнення «цифрової революції», а й перетворили їх в знаряддя прихованого нагляду і глобального управління. Тим розробникам і власникам вдається перетворити мільйони обдурених користувачів на «механізми кібернетичної мережі (цифрової супермагістралі), яка заковтує тіла і навіть цілі суспільства, перетворюючи їх на динамічний імпульс власної телематичної логіки» [77]. Іншими словами, дослідники наголошують на феномені технологій і їх ролі у житті людства. Бо з появою можливості швидше комунікувати, передавати інформацію, користуватися більш ширшим обсягом даних, з'явилася ще й можливість впливати на ці зв'язки. На думку дослідників, «розробникам і власникам інформаційних супермагістралей» – це добре вдається.

Найбільш типові та характерні об'єкти управлінської діяльності масової комунікації є масова свідомість та громадська думка. Поняття «масова свідомість» не можна плутати з «суспільною свідомістю». Суспільна свідомість – поняття ширше, концептуальне і, у певному сенсі, абстрактне. Його не можна дослідити емпіричними методами. Суспільний стан - це всі знання, що кореняться в даному суспільстві: традиції, досвід, цінності та інші

соціальні характеристики, які у сукупності є соціально-історичною еволюцією даного суспільства, його екзистенційним образом.[9]

Сутність масової свідомості як соціального феномену становлять головним чином знання, які безперервно отримуються ході соціального пізнання та соціальної діяльності. Процес соціального пізнання полягає в ознайомленні з предметами, об'єктами, суб'єктами, явищами, фактами соціальної реальності, у виокремленні їх ознак, якості, функцій та можливості подальшого використання цих відомостей на практиці. Сучасна людина, яка вплетена у складну комунікативну мережу соціальних відносин та соціальних дій, відчуває постійну соціальну залежність і діє на основі вже відомих фактів. Вона усвідомлює свій соціальний досвід і є включеною у процес постійного формування та розвитку масової свідомості.

Формально словосполучення «масова свідомість» починає зустрічатися в літературі в середині XIX століття. На рубежі XIX-XX ст. з'являються класичними праці Г. Тарда [43], Г. Лебона [26], Ш. Сігеле [46]. Більш менш комплекс вживання поняття «масова свідомість» як спеціального наукового терміну розпочалося лише у 20–30ті роки XX століття, що, на мій погляд, можна пов'язати зі змінами, що відбуваються в суспільстві. Адже початок XX століття характеризувалося приходом нового типу суспільства – масового, яке Х. Ортега-і-Гассет [35] охарактеризував як «повстання мас».

На думку Б. Грушина [13], явища, що стали передмовою виникнення масової свідомості, беруть свій початок у часи переходу від традиційного виду суспільства до індустріального, коли відбувається процес так званої масовізації основних умов і форм життєдіяльності». Він пише про те, що «масовізація» породжує «однакові чи подібні устремління, інтереси, потреби, навички, схильності тощо». В результаті «масовізації» все більше людей включається в однотипні виробничі, споживчі, інформаційні та інші процеси, які породжують однотипні норми та цінності, життєві стилі та уклади.

Трактування масової свідомості, що склалися в науці на сьогоднішній день, можна сформулювати у двох варіантах. Перша точка зору викладена у

Д. Майєрса [29]. Він розглядає масову свідомість як форму суспільної свідомості, яка виявляється у бурхливих, динамічних періодах розвитку суспільства, коли у суспільстві немає інтересу до наукових досліджень. Іншу думку наводить Д.В. Ольшанський [33]. У його розумінні масова свідомість є досить самостійним феноменом і визначається як свідомість певного соціального носія, тобто маси. На його думку, маси постійно існують в суспільстві поряд з існуванням класичних груп і виникають як відображення обставин, які є спільними для членів мас. Люди з мас – це особи з різних соціальних груп, проте їх об'єднують спільні умови, в яких вони перебувають, і таким чином вони зрівнюються у тому чи іншому аспекті.

У роботах Г. Тарда [43], Г. Лебона [26], Ш. Сігеле [46] при описі суспільства зроблено акцент саме на понятті натовпу. Г. Лебон [26] характеризував суспільну ситуацію на рубежі XIX-XX ст. як один із критичних моментів історії, коли назрівають зміни на рівні суспільної свідомості. На його думку, це відбувається, коли сходяться два фактори. З одного боку, відбувається руйнація релігійних, політичних і соціальних вірувань, на яких будувалася цивілізація, що існувала на той момент. З іншого боку, відкриття, що відбулися в науці і промисловості, призводять до виникнення нових умов існування і появи абсолютно нових ідей. Цей процес ускладнюється тим, що зміна не може статися швидко. У свідомості людей ще міцні ідеї минулого, які вже наполовину зруйновані, проте досі є досить сильними. Але ідеї, які мають замінити попередні - ще перебувають у процесі формування. Це, на його думку, дає підставу для того, щоб характеризувати стан суспільства на той час як анархічний, чи перехідний.

Характеризуючи натовп, Г. Лебон [26] зазначав, що він не є простим скупченням індивідів. Натовп - це інше, щось колективне, риси якого зазвичай не мають нічого спільного з рисами індивідів, що входять у нього. Натовп він вважав тимчасовою ланкою і наголошував на пріоритеті ірраціональної складової натовпу. На його думку, натовп має колективну душу, яка

складається з несвідомих компонентів, які є частиною психіки різних індивідів.

Ш. Сігеле [46] також використав поняття натовпу задля характеристики масових явищ. Його погляди щодо змісту поняття «натовп» багато в чому подібні до поглядів Г. Лебона. Він також зазначив, що люди в масі поведуться інакше, ніж вони поводитимуться б окремо. На його думку, рішення, які ухвалюють люди спільно, можуть кардинально відрізнятись від тих, які вони ухвалювали б, не перебуваючи разом. Г. Тард [43], використовуючи поняття натовпу, пропонує і нову категорію, відмінну від неї – категорію публіки. На відміну від натовпу, індивіди, які входять до складу публіки, об'єднані не фізично, а радше духовно, за допомогою переконань, пристрастей. Поняття публіки, на його думку, набагато ширше та об'ємніше поняття натовпу, так само, як сама публіка набагато більше, ніж натовп. У зміні акцентів з натовпу на публіку важливу роль відіграла поява періодичної преси. Публіка, на відміну від натовпу, більш раціональна і довговічна. Припускаючи подальший інтенсивніший розвиток засобів масової інформації та комунікацій, Г. Тард робить висновок, що епоха, яка настає буде не ерою натовпу, а ерою публіки.

Х. Ортега-і-Гассет [35] визначає маси через знеособленість та посередність. На думку публіциста та філософа, натовп є поняттям кількісним та візуальним. А маса - це велика кількість індивідів, які ніяк не виділяються. Він протиставив маси елітарній меншості. Людина еліти відчуває внутрішню потребу у прагненні чогось більшого. Спільна мета, ідея чи ідеал організують меншість – еліту. Таким чином, Х. Ортега-і-Гассет [35, с.1] пропонує розподіл суспільства на два класи: «на тих, хто вимагає від себе багато чого і сам на себе звалює тягарі та зобов'язання, і на тих, хто не вимагає нічого і для кого жити – це просто плисти за течією, залишаючись таким, яким він є, і не намагаючись перерости себе». Масовість характеризується як особлива соціальна організація, з вирівнюванням життя та формуванням стандартів поведінки та споживання, однакових для всіх.

Людина «маси» підпорядковується загальним законам функціонування масових спільнот. Будь-які соціально-класові відмінності фактично зникають у тих чи інших масових процесах та діях. У підтвердження наведу цитату Г. Лебона. Він, розмірковуючи з цього приводу, говорив що «натовп академіків дорівнює натовпу черні» [26, с.427].

Соціальну обумовленість колективної свідомості та її вплив на індивідуальну свідомість аналізував і соціолог Е. Дюркгейм. У своїй роботі «Про поділ суспільної праці» [20] він доводив положення про те, що основна функція поділу праці (розуміється у широкому значенні як соціальна діяльність) полягає у формуванні та підтримці соціальної солідарності. В архаїчних («сегментарних») суспільствах існує «механічна солідарність», заснована на «колективній свідомості», що цілком поглинає індивідуальні свідомості. У розвинених суспільствах вона поступається місцем «органічній солідарності», заснованій на поділі праці, функціональній взаємозалежності та взаємообміні. «Колективна свідомість» тут зберігається, але діє у більш обмеженій сфері; її приписи стають більш загальними та невизначеними, що породжує індивідуальні відмінності та різноманітність їх тлумачень. Поділ праці може не породжувати солідарності тоді, коли він є «анормальним», тобто «аномічним» (не регламентованим), примусовим чи недостатньо ефективним у функціональному відношенні.

Особистість, людська індивідуальність – з часом можуть взагалі стертися. Побоювання щодо цього висловлював французький вчений М. Мосс. «Хто знає, чи буде навіть ця "категорія" (категорія "я"), яку всі ми вважаємо такою, що міцно затверджена, завжди визнаватися такою?» [32, с.351] - говорив він. Мосс писав про це з тривою, відзначаючи, що навіть у тих країнах, де сформульований принцип святенності людської особистості, він все одна поставлений під сумнів. Вчений мав на увазі фашизм з властивим йому придушенням індивідуальності. Тривога Мосса цілком зрозуміла, враховуючи, що в час написання його роботи фашистські режими активно здійснювали процеси «деперсоналізації» і «колективізації» людини.

Для розвитку масової свідомості необхідно її поповнювати спеціалізованими знаннями, тобто отримувати їх не звичайним, а спеціалізованим (наприклад, науковим) шляхом. Трансляція таких знань здійснюється самою комунікацією та її галузями – журналістикою, рекламою, пропагандою, PR. Відповідно, саме вони є основним зовнішнім інструментом зміни масової свідомості, способом впливу на неї, інструментом соціального управління та маніпулювання. Щоб отримати той ефект, який ви прогнозуєте, слід бути впевненими, що вас правильно зрозуміють. Важливо знати стан масової свідомості на момент дії. Необхідно з'ясувати, чи готова людина до прийняття ідеї, чи сприйнятливий наразі час, які панують суспільні настрої та очікування. Ці дані отримують переважно в ході проведення соціологічних опитувань і вимірів. Якщо це вдається, то отриманий інформаційний масив про стан масової свідомості з певної теми є думкою. Іншими словами, «громадська думка – це організована, виявлена масова свідомість». [57]

Громадська думка – це той феномен, з яким найчастіше доводиться працювати спеціалістам у галузі масових комунікацій. Воно являє собою масову свідомість в окремому зрізі, що піддається вивченню, інтерпретації, прогнозу. Цей феномен є об'єктом управлінської діяльності з боку найрізноманітніших громадських структур, й у першу чергу інститута масової комунікації з безперервним його залученням до процесу. [49]

Активне поширення інформації, а з ними і впливів, у світі сформувалося інформаційне суспільство. Для позначення даного суспільства соціологи, політологи та економісти використовували різні терміни. Наприклад, Дж. Гелбейт називає його «новим індустріальним суспільством», Ж.Ф. Ліотар – «постмодерн», З. Бжедінський – «технотронна цивілізація», Е. Тоффлер – «третя хвиля або суперіндустріальне суспільство», П. Дракер – «суспільство знання», Д. Мартін - " телематичне суспільство». Згодом у науці закріпився найпоширеніший термін – інформаційне суспільство, який вперше використав американський економіст Ф. Махлуп у роботі «Виробництво та застосування знання у США».

Теоретичні засади терміну у своєму творі «Постіндустріальне суспільство як індустріальне суспільство» сформулював Й. Масуда. [80] Дослідник вважає, що основою нового суспільства стануть комп'ютерні технології з їх фундаментальною функцією заміщати чи посилювати розумову працю людини. Інформаційна революція швидко перетворюватиметься на нову продуктивну силу і уможливить масове виробництво когнітивної, систематизованої інформації, технології та знання. Провідною галуззю економіки стане інтелектуальне виробництво.

З. Бжезинський у дослідженні «Між двох століть» [2] характеризує інформаційне суспільство, зазначає, що в нових умовах культура, психологія, соціальне життя та економіка формуються під впливом техніки та електроніки, особливо комп'ютерів та комунікацій. На думку політолога, в такому суспільстві під впливом технотронної революції руйнуються традиційні зв'язки в сім'ї та між поколіннями, суспільне життя фрагментується, незважаючи на зростаючі тенденції до глобальної інтеграції. Це сприяє краху старих вірувань, пов'язаних з національними та ідеологічними спільнотами людей і форматує нове глобальне бачення світу.

Е. Тоффлер не дає точного визначення інформаційного суспільства, яке він назвав «суперіндустріальним суспільством». Однак описи окремих елементів такого суспільства можна бачити у різних частинах дослідження. «Багато що в цій цивілізації, що виникає, суперечить традиційній індустріальній цивілізації. Це водночас є найвищою мірою технічно розвинена і той час самий час - антиіндустріальна цивілізація. "Третя хвиля" несе за собою справді новий спосіб життя, заснований на відновлювальних джерелах енергії; на методах виробництва, які роблять застарілими більшість фабричних складальних ліній; на новій родині; на новому інституті, який можна назвати "електронним котеджем"; на радикально переформатованих школах та корпораціях майбутнього. Цивілізація, що формується, має новий кодекс поведінки і виводить нас за межі концентрації енергії, коштів і влади».

[51]

У нової цивілізації – нові проблеми. Зіткнення інтересів, розбіжності впливових груп світу починають вирішуватися на новій, масштабній площині, арені – у інформаційному середовищі. Сучасні технології досягли такого рівня, що процеси розповсюдження, отримання та обробки інформації фактично стали безперервними та охоплюють величезні території, крім того, зріс рівень інформаційної культури та освіти. Країни тепер воліють набувати перевагу один над одним не за допомогою участі в кровопролитних війнах, а за допомогою ведення інформаційних війн. Інформаційні технології в наш час мають можливість управляти при мінімальному насильстві та кровопролитті. Ще стало можливим досягти бажаного результату з мінімальними ресурсними витратами. Однак така ситуація дуже небезпечна через те, що інформаційна зброя здатна руйнівню впливати як на технічні та технологічні системи, так і на людей. Крім того, на відміну від звичайної зброї, інформаційну зброю досить складно вирахувати. Вона може тривалий час впливати на об'єкт і так і не бути виявленою. [63]

Інформаційна зброя – це інструмент, який використовується проти будь-якої частини системи знань і переконань як зовнішніх, так і внутрішніх супротивників. [88, с.4] Використовуючи інформаційну зброю, можна викрасти, спотворити або знищити інформацію; обмежити чи припинити доступ законних користувачів до неї; порушити роботу або виводити з ладу телекомунікаційні мережі та комп'ютерні системи, які можуть використовуватися задля забезпечення життєдіяльності суспільства та держави. Окрім цього, інформаційна зброя здатна впливати на свідомість людей: вона може формувати світ ілюзій, в якому людина – губиться і навіть починає ухвалювати рішення, які б ніколи не ухвалила б за інших обставин.

Інформаційну зброю можна поділити на два типи за ціллю, яку має на меті той, хто використовує цей метод: забезпечувальна та атакувальна. [9] Забезпечувальна інформаційна зброя здійснює вплив на засоби захисту інформації атакованої інформаційно-обчислювальної мережі. Це - засоби комп'ютерної розвідки, засоби подолання системи захисту. Атакувальну

інформаційну зброю використовують задля впливу на інформацію, що зберігається, обробляється і передається.

Зважаючи на методи впливу на інформацію, інформаційні процеси та системи противника атакувальну інформаційну зброю можна розділити на 4 види: фізичної дії, інформаційної, програмно-технічної та радіоелектронної. Інформаційна зброя фізичної дії впливає безпосередньо на елементи інформаційних систем. Це протирадіолокаційні ракети, засоби генерації електромагнітного імпульсу, графітові бомби, біологічні та хімічні засоби, що впливають на елементарну базу. Інформаційними методами впливу засоби масової інформації та глобальні інформаційні мережі (Інтернет).

Програмно-технічні засоби поділяються за завданнями, які вони виконують. Завдяки ним у різних випадках можна збирати інформацію, спотворювати та знищувати її та впливати на функціонування інформаційних систем. Використовуючи радіоелектронні методи впливу, застосовують радіоелектронне придушення, радіоелектронну розвідку та інше. Ця зброя існує, аби контролювати інформаційні ресурси потенційного противника та приховано чи явно втручатися у роботу його систем управління та зв'язку. Метою є дезорганізація та порушення нормального функціонування системи управління та зв'язку.[1]

Атакувальна інформаційна зброя - це комп'ютерні віруси, які можуть розмножуватися, впроваджуватися у програми, ширитися лініями зв'язку, виводити з ладу системи керування (наприклад, «Троянський кінь», «Черв'як»); логічні бомби – пристрої, які завчасно впроваджують в центри військової чи цивільної інфраструктури, за сигналом їх можна привести у дію; засоби придушення інформаційного обміну в телекомунікаційних мережах, фальсифікація інформації у каналах державного та військового управління (наприклад, «Демон», «Винюхувачі», «Двері-пастка»); різноманітні помилки, які свідомо вводяться противником у програмне забезпечення об'єкта.

Застосовують інформаційну зброю під час інформаційної війни. Її ніхто ніколи не оголошує, проте, така війна може мати не менш серйозні наслідки, ніж війна фізична.

Слід зазначити, що інформаційна війна у світі велася і за відсутності комп'ютерів. Про це писав професор Г. Почепцов. Він відзначав, що таке відбувалося ще за часів Чингісхана. Тоді інформаційний вплив чинився на супротивників хана Монгольської імперії. Усі воїни знали, що військо Чингісхана – неймовірно жорстоке і вже від цього супротивник втрачав вмотивованість, у війська падав моральний дух. Зараз ситуація набула масштабніших рис. Цивілізація – залежить від інформації, що зробило її це більш вразливою у питання інформаційної безпеки. Швидка діяльність інформаційних мереж багаторазово збільшила міць інформаційної зброї. [39]

Г. Почепцов визначає інформаційну війну як «комунікативну технологію по впливу на масову свідомість з довготривалими і короткочасними цілями.» [39, с.48]

В результаті комунікаційного впливу змінюється картина світу індивіда. Таку різку зміну картини світу, за словами Г. Почепцова, слід визначати як інформаційне вторгнення, яке є небезпечним для отримувача. Суб'єктом інформаційної війни професор називає нації, держави, колективи компаній та інше, тобто спільності людей. Об'єктом – масову свідомість. Г. Почепцов зазначає, що ціллю впливу на масову свідомість є «внесення змін в когнітивну структуру задля того, щоб отримати відповідні зміни у поведінковій структурі.» [39, с.10] Тобто, планомірний та чіткий інформаційний вплив на людину формує інше уявлення, яке може не збігатися з реальним порядком речей. Тоді людина немов починає жити у неіснуючій інформаційній середі, яку для неї створили супротивники, про яких вона навіть не знає. Цей стан суспільства і є завдання інформаційної війни. В новоствореному середові можна впроваджувати будь-які ідеї.

Згідно з Р. Шафранські, інформаційна війна — це форма конфлікту, яка залучає інформаційні системи безпосередньо як засіб для нападу на знання чи

переконання супротивника. Ще він пояснює поняття «інформаційна війна» як ворожу діяльність, яка спрямована проти будь-якої частини системи знань і переконань супротивника. [88, с.4]

За словами Г. Вірена: «Інформаційна війна – це комплекс заходів щодо інформаційному впливу на масову свідомість для зміни поведінки людей та нав'язування їм цілей, які не входять до їх інтересів, а також захист від подібних впливів». [4]

Розробкою цієї проблематики свого часу займалися багато вчених. Лариса Воронцова та Дмитро Фролов подають наступний перелік завдань, які ставить перед собою суб'єкт інформаційного протистояння:

- нав'язування певних стандартів способу життя та системи цінностей;
- формування стереотипів у галузі виховання та освіти;
- використання акцій інформаційної війни для розпалювання расової, національної та конфесійної ворожнечі, провокування міжнаціональних та міжконфесійних конфліктів;
- стимулювання та підтримка сепаратизму та інших відцентрових тенденцій;
- пропаганда насильства, руйнація духовних цінностей громадянського суспільства;
- руйнація громадянської та національної самосвідомості та уявлень громадян про борг перед країною». [5]

Цей список можна доповнити, конкретизуючи:

- нав'язування хибної або беззмістовної інформації, що позбавляє можливості правильно сприймати події чи поточну обстановку і ухвалювати правильні рішення;
- вербування прихильників, пріоритетне середовище: владна еліта, молодь, наука та освіта;
- дестабілізація політичної та економічної системи держави;

- поширення наклепу про керівництво країни;
- створення стану конфронтації між провідними політичними силами держави;
- організація масових демонстрацій під хибними гаслами;
- пропаганда та поширення хибних чуток;
- дезінформація світової спільноти шляхом розміщення у засобах масової інформації, переважно електронних, свідомо неправдивої та провокаційної інформації;
- зниження впливу держави у міжнародних відносинах, на прийняття важливих політичних рішень.

У будь-якій війні беруть участь свої інформаційні армії, утворені з інформпідрозділів, а ті, у свою чергу, формуються з воїнів інформаційного фронту. Сили, що спонукають сторони, що воюють, цілеспрямовано брати участь у так званих бойових діях – це результат впливу двох чинників.

Перший – внутрішній, психологічний. Він виявляє потребу людей з певними психологічними нахилами доводити свої думки та ідеї до оточуючих та схилити їх на свій бік. Далі відбувається об'єднання цих людей групи за ідеологічною ознакою. Власне, ці спецгрупи і стають схожими на військові підрозділи у реальних війнах.

Другий фактор – зовнішній, вибірковий. Він вказує, куди слід направити діяльність ідеологічних груп. Принцип роботи цього фактора полягає в наступному: вигідні замовникам інформаційних воєн ідеї, люди, повідомлення, коментарі культивуються та заохочуються у медійному просторі, а те, що не відповідає цілям замовників, навпаки, залишаються без підтримки чи зовсім знищуються. Зовнішніми факторами є релігія, ЗМІ, політичні угруповання та інші інституції, що відповідають інтересам замовників інформаційних воєн. Іншими словами, люди (звичайні користувачі Інтернету, блогери або журналісти) діють за своєю волею, а замовники лише заохочують вигідні їм ідеї і направляють їх у потрібний бік.

Цілі інформаційної війни відрізняються від цілей збройного протистояння (традиційної війни). У першому випадку мета – порушити цілісну систему державного управління супротивника (економічну, фінансову, транспортну мережу та інші). У другому випадку мета – ліквідувати збройні сили супротивника та знищи економічні та стратегічні цілі.

Відмінні риси інформаційної війни від звичайно виявив Г. Почепцов. [39] Він виокремив 7 розбіжностей. Першою з яких є прогнозованість. За словами вченого, збройний конфлікт - має відомий і чіткий арсенал впливу. У той час як методи інформаційної війни – гнучкі, їх важко передбачити. Тому не так легко і будувати ті чи інші варіанти оборони. Друга відмінність – захоплення території. Під час війни звичайної територія захоплюється одразу і повністю, у випадку інформаційної війни – поступово. У цей час може чинитися вплив на окремі групи – молодь, людей похилого віку та інших. Згодом якісь соціальні групи можуть виводитися з-під впливу і братися в оборот інші. Третя відмінність – особливість, що притаманна лише інформаційній війні. У видку такого протистояння людей можуть захоплювати багаторазово. Під час традиційної війни – діє логіка «так-ні». Переконавання – не є ціллю дій супротивника. Більше того, під час інформаційної війни на людину можуть діяти різні супротивники, які в один і той час захоплюють різні тематичні зони свідомості. Четверту розбіжність можна сформулювати так: у звичайній війні ті, хто завойовує територію, і ті, хто потім її освоює, є різними людьми і виконують різні соціальні ролі. У випадку інформаційної війни ці позиції збігаються. Інформаційна війна взагалі змиває поняття «ворог» і «друг». У цьому дуже важко розібратися, адже той, хто здається союзником може насправді бути супротивником. П'ята відмінність у веденні звичайного і інформаційного протистояння відображається у реакції людини на наступ. Під час інформаційної війни людина, насправді, просто не в змозі протистояти супротивнику, адже не може його бачити, відчувати. Тому навіть просто на біологічному рівні сигнали про небезпеку її організм не отримує. Шоста відмінність – це спосіб дії. Під час збройного протистояння люди бачать

наслідки. Бомба падає – будівлі, вулиці, мости зруйновані. У випадку з інформаційною зброєю, вплив є вибірковим. І навіть одна й та сама інформація різними суспільними групами може сприйматися по-різному. До прикладу, нововведення одна людина підтримає і може назвати інновацією, інша - вбачатиме у цьому зречення традицій і історії. І остання відмінність між інформаційною війною та звичайною – це реакція суспільства на застосування проти неї зброї. Коли ця зброя інформаційна, людина не відчуває небезпеку, вона не відчуває вплив. Суспільство просто не захищається, воно немов безпорадне. Усі ті механізми, які можуть бути запущені, коли людина відчуває небезпеку, не отримують сигналу, щоб почати працювати.

Зрештою, інформаційна війна не потребує такого великого людського ресурсу, як збройна, проте може мати дуже серйозні наслідки. Не слід забувати і про ймовірність формування зомбованого суспільства, яке зрештою може саме почати знищувати державу зсередини.

Незвичне стратегічне мислення, використання нестатарних технік ведення бою, де відштовхуються вже не тільки від рівня озброєння та боєспроможності. А й від особливості культурі і навіть в якомусь сенсі менталітету учасників конфлікту – це складові нової війни. Тієї, яка виходить за межі термінів про військовий конфлікт в загальному розумінні. Все це - особливості гібридного протистояння, гібридної війни. І хоча цей термін зовсім не новий, на порядку денному та в устах очільників держав, політиків, журналістів, дослідників він опинилося нещодавно – з початком російської агресії, яка призвела до анексії Криму та окупації Донбасу.

Ймовірно, найстаріше визначення того, що сьогодні називають гібридною війною можна знайти в роботах китайського генерала Сун Цзи. Військовий стратег писав про те, що ортодоксальне треба атакувати неортодоксально, щоб застати ворога зненацька, і підкреслював, що найвищим виразом мистецтва війни є підпорядкування ворога без бою.[67]

Батьками-засновниками теорії гібридної війни вважаються американці Дж. Меттіс та Ф. Хоффман. Вони вивели її необхідність із різних нових

світових загроз і, насамперед, терористичної. Дослідники розробляли теорію гібридної війни разом. У роботі “Conflict in the 21-st century. The rise of hybrid wars” Хоффман пише: «ми виявили, що в майбутньому ми зіткнемося не з декількома супротивниками, кожен з яких обиратиме якийсь один нетрадиційний чи інший спосіб протистояння, а з противниками, які одночасно поєднують усі способи протистояння, які виявляються у вигляді мультимодальних (змішаних) чи гібридних воєн.» [74] Гібридна війна – це поєднання смертоносності міждержавного конфлікту з фанатичністю тліючої нетрадиційної війни (irregular warfare). Поняття «гібридна» відноситься як до їх організації, так і до засобів, що використовуються в них. Гібридні війни, за Ф. Хоффманом, поєднують у собі низку різних режимів ведення війни, включаючи застосування традиційних, нестандартних/нетрадиційних тактик і недержавних (нерегулярних) воєнізованих формувань, організацію терористичних актів з використанням невиборчого насильства та примусу, і навіть кримінальних заворушень.

Військовий історик П. Мансуру. визначає гібридну війну як «конфлікт, який охоплює поєднання конвенційних військових сил і нерегулярних сил (партизан, повстанців та терористів), які можуть включати як державних, так і недержавних акторів, націлених на дотримання загальнополітичної цілі». [81]

Де факто, саме поєднання конвенційних (тих, що відповідають нормам) і нерегулярних методів ведення війни відрізняє гібридну війну від війни в загальному розумінні. Професор Д. Уізер зазначає, що в минулому «конвенційні та нерегулярні операції зазвичай проводилися одночасно, але окремо, не інтегровано». [91]

Інтерпретацію поняття гібридної війни зафіксовано і в щорічному лондонському виданні Міжнародного інституту стратегічних досліджень Military Balance 2015 року. «Гібридна війна – це використання військової кампанії, спрямованої на досягнення раптовості, захоплення ініціативи та отримання психологічної переваги, яка в подальшому використовується у

дипломатичному середовищі, масштабні та стрімкі приховування військових та розвідувальних дій у поєднанні з економічним тиском». [70]

Генеральний секретар НАТО (2009-2014 рр.) Андерс Фон Расмуссен гібридною війною називає «сполуку військових дій, прихованих операцій та агресивної програми дезінформації». [79]

Поняття гібридної війни – популярне та актуальне. Однак, його визначення та зміст надто широкі та невизначені. Констатуючи це, деякі вчені вважають, що ця концепція вигадана.

В. Золотухін і В. Логінова зазначають, що «у сучасному гібридному світі війна (протиборство) не може бути не гібридною. Вона ведеться не тільки на рівні сучасної техніки і технологій, а й пов'язана з осмисленням їх цінностей у різних культурах.» [22]

Ю. Першин стверджує, що «при найближчому розгляді цієї теорії (прим. теорії гібридної війни), розширеної її послідовниками до максимальних розмірів, стає очевидним, що нічого нового в теорії та понятті гібридної війни немає. Будь-яка війна внаслідок обов'язкових спроб застосування сторонами, що воюють, всіх наявних у їх розпорядженні сил, засобів і способів ведення бойових дій обов'язково є гібридною. Це властивість будь-якої війни.» [37]

З таким поглядом солідарні далеко не всі. Політолог П. Циганков вважає, що «переважною стала точка зору, автори якої вважають, що гібридні війни – це зовсім нове явище», вони «стають реальністю, яку важко заперечувати». [60]

Війна може стати гібридною у чотирьох випадках, зазначає П. Циганков. Якщо хоча б один із перерахованих факторів фігурує у веденні воєнного конфлікту, його вже можна назвати гібридним.

- різноманіття типів акторів, що еволюціонують в межах гетерогенної системи, у них різноманітні мотиви з переважанням економічних та культурних інтересів;
- мінлива конфігурація битв, що дає перевагу то одній, то іншій стороні;
- відмова противників від діалогу і повторюваний провал переговорів;

- слабкість чи відсутність інтеграційних інститутів. [60]

Згідно з Ф. Хоффманом, можна виокремити такі особливості гібридної війни: [74, с.17]

- поєднання різних режимів ведення війни (застосування традиційних, нестандартних/нетрадиційних тактик і недержавних (нерегулярних) воєнізованих формувань, організація терористичних актів з використанням насильства та примусу, і навіть кримінальних заворушень);
- розмивання межі між регулярними та нерегулярними підрозділами (у других – чітке оперативне та тактичне керування);
- цілеспрямоване сприяння продовженню конфлікту: супротивник провокує неадекватну реакцію сторони, що обороняється, намагається збільшити витрати її сил і засобів на забезпечення безпеки;
- намагання увесь час грати вирішальну роль у протистоянні: супротивник увесь час немов на крок попереду;
- нарощування сил, поки інша сторона відволікається на провокації супротивника (стягування військ, передислокація), в такому випадку важко визначити – це чергове залякування чи реальна підготовка супротивника до вирішального бою;
- підбурювання населення шляхом злочинної активності всередині певної держави (організація заворушень, мітингів, проведення псевдо голосувань і.т.п.);
- намагання виснажити, аби згодом знищити.

Тож, нові інформаційні потужності держав стали черговим поштовхом для активізації гібридних протистоянь. Роль інформації в сучасному суспільстві – важко переоцінити. Більшість людей на всьому земному шарі – так чи інакше працюють з інформацією, вона є об'єктом їхньої праці. Інформація – всюди. Вона створюється, поширюється, використовується, зберігається і обробляється у величезних розмірах. З'явилася справжня

індустрія інформації, мета якої- продукувати та поширювати інформаційні продукти. Це все набуло неосяжних масштабів завдяки науково-технічній революції. Адже новітні засоби зв'язку, збору та поширення інформації дозволяють споживати її просто усюди. Окрім корисних властивостей інформації і доступу людей до великої кількості знань, ми отримали ще й нове поле для маніпуляцій. Де масова комунікація – метод поширення впливів. Масова свідомість – регулюється, а громадську думку, немов пластилін, формує влада або опозиція. Тож, нова цивілізація отримала окрім привілеїв технологічності, ще й нові проблеми. Тепер впливові групи взялися вирішувати власні проблеми на інформаційному полі. Де людські думки – об'єкти впливу. Можна сказати, що на даному етапі розвитку інформаційних технологій інформація є одним із найголовніших ресурсів в стратегії кожної держави, як внутрішньої так і зовнішньої. Сучасна війна дедалі частіше маскується під мир, стає розмитою, не завжди явною. Але насправді вона така ж небезпечна, як і раніше. Більше того – стає більш зухвалою, провокаційною. У військовій справі країн гібридна війна поки що не отримала остаточного оформлення як самостійний вид протиборства. У той самий час тенденція до використання гібридних методів у конфліктах зберігається. Важливо пам'ятати, що феномен гібридної війни еволюціонує у двох напрямках. З погляду військових, гібридна війна залишається поняттям для аналізу особливостей сучасних військових конфліктів та пошуку оптимальних шляхів для адаптації оперативних дій до мінливих умов та способів протиборства. Другий напрямок еволюції, який заслуговує на окреме вивчення, пов'язаний з політичним дискурсом. Оскільки на військово-доктринальному рівні концепт гібридної війни остаточно не сформований, у політичній полеміці він нерідко використовується як засіб маніпуляції, тому що туди можна включити все, що завгодно.

## РОЗДІЛ 2.

### ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА СКЛАДОВА ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

Однією із аспектів гібридної війни є інформаційно-пропагандистська складова. У сучасних умовах, коли доступ до Інтернету є майже всюди, інформаційні операції набувають найширшого розмаху. Зростання ролі інформації у світі призвело до зростання можливостей інформаційних протиборств. Для політиків та військових стало очевидним, що сучасне суспільство перебуває у великій залежності від інформаційно-телекомунікаційних систем, і цей факт не можна не враховувати при розробці технологій впливу на свідомість людей шляхом маніпуляцій.

Визначення психологів та соціологів терміну «маніпуляція» - відрізняються. Кандидатка психологічних наук Є. Сидоренко визначає маніпуляцію як навмисне та приховане спонукання іншої людини до переживання певних станів, прийняття рішень та виконання дій, необхідних для досягнення ініціатором своїх власних цілей. [47, с.49]. Доктор психологічних наук Є. Доценко цей термін трактує інакше. Він зазначає, що «маніпуляція – це вид психологічного впливу, майстерне виконання якого веде до прихованого збудження в іншій людині намірів, що не збігаються з її актуальними бажаннями. [18, с.44]. Соціолог та публіцист С. Кара-Мурза точного визначення поняття не дає, проте значно розширює аудиторію впливу маніпулятора. Він пише: «За багатьма ознаками маніпуляція суспільною свідомістю нагадує війну невеликої, добре організованої та озброєної армії чужинців проти величезного мирного населення, яке до цієї війни не готове. [24, с.38]

Маніпуляції можна розділити за метою:

- зміни світоглядних основ суспільства: моральні, естетичні та інші цінності [24];

- провокування (підбурювання до) радикальних дій: мітингів, зборів, протестів. [36]

Мета маніпуляції будь-якого типу – викликати емоції у громадян (почуття провини, страх, захоплення, заздрість, ейфорію, довіру), внаслідок актуалізації яких люди змінюють свою поведінку згідно з бажаннями та метою маніпулятора.

Є. Доценко визначив три найважливіші ознаки маніпуляції: [18]

- ідея «прибрати до рук» (зробити людину залежною);
- збереження ілюзії самостійності рішень та дій;
- непомітне майстерне виконання прийомів впливу.

Маніпуляція – процес контрольований і детально підготовлений, особливо коли йдеться про неї, як частину великої операції, що направлена на деморалізацію супротивника, роздрібненість суспільства та підрив країни зсередини. Задля здійснення цілей, з інформацію супротивник проводить операції. Дослідник Є. Доценко виявив конкретні прийоми маніпуляції, що використовуються у повсякденній політичній практиці [18, с. 81]. Це може відбуватися шляхом змінення інформації ( відверта брехня або зміщення значення понять – семантичні особливості). Така «робота» над інформацією дає змогу формувати особливу реальність – ту, яка необхідна маніпулятору. До того ж, спотворюючи інформацію, стає можливим повністю контролювати новоспечене інформаційне середовище. Інформацію можна замовчувати та вибірково подавати людям. Це – також маніпулятивний метод. Картинка у людина стає не повною, а від цього вона вже дезорієнтована і не має повного цілісного бачення. Як подавати інформацію – також дуже важливо. Отримуючи повідомлення частково, людина не може якісно його використовувати. Сюди ж можна віднести і компонування інформації. Коли одна новина подається з іншою одномоментно. В Україні таку технологію використовують дуже часто, особливо, коли йде мова про ухвалення резонансних законопроектів. Обов’язково з’являється ще гучніша новина, яка перебиває значення першої події. Контекст, у якому подається інформація

також дуже важливий. Найвідоміший прийом - показ у найбільш (найменш) зручний для телеглядачів час. А ще компонування подій. Адже що було «до» і «після» інформаційного повідомлення також впливає на сприйняття. Зазвичай, інформація подається логічно, глядач до цього звик. І коли у таку систему вводять певне повідомлення, на психологічному рівні людина починає пов'язувати події. Ще один поширений маніпуляційний метод – підпорогова подача інформації. Пояснити цей прийом легко можна на прикладі радіо. Коли в дикторському тексті подається важливий матеріал, музичну тему на фоні – змінюють на таку, щоб людина звернула увагу на повідомлення. У телебаченні це роблять, до прикладу, за допомогою тем на червоному тлі. Так, коли людина вмикає телевізор і починає обирати телеканал, вона обов'язково залишиться на тому, де є таке кричуще повідомлення. І, зрештою, останній маніпуляційний прийом – перевантаження відомостями. Це можуть бути числа, імена, посади, терміни – будь-що, що має вигляд складної інформації. Коли людина бачить таке нагромадження даних, вона зазвичай на підсвідомому рівні ухвалює рішення, що ця інформація їй не потрібна. У таких повідомленнях можна сховати важливу інформацію, яку людина, скоріш за все, пропустить повз вуха.

Слід особливо наголосити, що в Україні лише 45% людей цікавляться політикою, а майже 19% взагалі аполітичні [54]. Тому маніпуляція є найбільш ефективною тоді, коли вона має не яскраво виражене політичне забарвлення та орієнтується на навмисне заземлені повсякденні інтереси мас. Цим і пояснюється успіх популістських методів впливу.

Прийоми маніпулювання особливо яскраво проявляються у політичній пропаганді. Слід зазначити, що пропаганда не завжди сприймається як негативне явище. В англomовному світі термін «пропаганда» набув негативного відтінку у зв'язку з Другою світовою війною та загальним неприйняттям діяльності геббельсівського міністерства пропаганди та освіти.

У 1928 році американський автор робіт про пропаганду Е. Бернейс, який став нині класиком, сформулював докладний опис плюсів пропаганди для

суспільної користі, освіти та емансипації жінок. Він дійшов такого висновку: «Лише при розумному використанні пропаганди наш уряд, що розглядається як постійний адміністративний орган народу, зможе підтримувати тісний зв'язок з громадськістю, який є необхідним в демократичному суспільстві».

[68]

У російськомовному світі, сприйняття терміну зазнало деяких змін у зв'язку з розпадом СРСР у 1991 році. [58] Після розпаду пропаганда стала засуджуватись і висміюватися, але лише в її комуністичному, політичному та ідеологічному значенні, відомому як «радянська пропаганда». Інші види пропаганди, такі як «пропаганда здорового способу життя», як і раніше, вважаються допустимими і виправданими. [82]

Організація «ARTICLE 19» мета якої – захист права на свободу вираження поглядів, зазначає, що у міжнародному праві немає узгодженого визначення терміну пропаганда.

Проте, у дослідників варіантів – дуже багато.

Згідно з У. Ліпманом, пропаганда – це «прагнення змінити картину, на яку реагують люди, підставити одну соціальну модель поведінки замість іншої.» [27]

Дослідник Е. Беднейс визначає пропаганду як «послідовні, неослабні зусилля зі створення або формування подій з метою впливу на ставлення суспільства до тієї чи іншої ініціативи, ідеї або групи. [68]

Науковець Т. Мельникова називає пропагандою «психологічний тиск, який спрямований на управління мотивацією поведінки людей, що має прихований характер і заснований на довірі людей, які сприймають ту чи іншу політичну інформацію. Успіх маніпуляції залежить від того, наскільки вона є непомітною для громадян; вони повинні вірити, що все, що відбувається, природне і неминуче.»

Також важливо розрізняти – на законодавчому та політичному рівнях – два види пропаганди у ЗМІ. Перший – пропаганда війни, а також національної, расової чи релігійної ненависті, що є підбурюванням до дискримінації,

ворожнечі або насильству, як визначено в міжнародному та національному праві. Це – протизаконно і, відповідно, потребує юридичних дій з відповідними заходами згідно з нормами міжнародного права з прав людини. Другий тип пропаганди поєднує у собі усі інші види пропаганди. Це може бути неналежна та засуджувана діяльність, що завдає шкоди професії журналіста, але не обов'язково потребує юридичних дій. [42]

У даному випадку ми розглядатимемо політичну пропаганду, яку можна пояснити, як політично вмотивовану інформаційно-психологічну дію на емоційно-вольову сферу масової свідомості, за допомогою якої впроваджуються політичні ідеї, погляди, настанови та формується політична поведінка.

Основною психологічною метою пропаганди є вплив на систему ідейних, суспільних та політичних установок людей, яку можна змінити шляхом формування нових установок або через посилення (ослаблення) існуючих.

Дослідники технологій маніпулювання суспільною свідомістю вважають політичну пропаганду найпотужнішим засобом психологічного впливу (навіть тиску) на суспільну свідомість та думку з метою формування певного політичного мислення.

Методів (прийомів) пропаганди – безліч. Давайте виокремимо ті, при реалізації яких, на нашу думку, громадяни – найбільш вразливі. Це, насамперед, ефект ореолу, принцип переваги первинної інформації, принцип розмаїття, перенесення несхвалення, використання медіаторів, повторення, констатація факту, створення загрози.

Ефект ореолу. Цей метод активно застосовується у політичних компаніях через те, що людина схильна мислити хибними аналогіями. Сформувалася думка, що «поряд – означає разом». Це може проявитися у видках, коли конкретна людина з'явилася поряд зі знаменитістю чи поважною людиною. Її статус в очах інших людей – автоматично підвищується. Метод може застосовуватись і в інших випадках. У громадян складається бачення, що якщо людина успішна в окремій галузі, вона впорається і з іншими сферами.

Принцип переваги первинної інформації. На підсвідомому рівні людина переконана, що перша інформація, яку вона почула – найбільш достовірна. Мовляв, її ще не встигли перекрутити та виправити, як комусь може бути вигідно. Людина готова сприймати інше інформаційне повідомлення після першого лише у тому випадку, якщо воно пояснює, доповнює, підтверджує перше повідомлення. Тож, той, хто першим формував інформаційне повідомлення отримує лідируючі позиції і отримує психологічну перевагу. [44]

Принцип розмаїття. Тут важливим аспектом є соціальне середовище, до якого зараховують людину. Якщо вона має позитивний імідж, а усі інші гірший, перша – отримує особливу симпатію.

Принцип перенесення несхвалення – близький по суті. Він також впливає на формування громадської думки. Такий прийом формує у населення негативне ставлення до події/новини/людини за допомогою демонстрації у ЗМІ тих груп осіб, які це підтримують, але викликають у електорату такі почуття, як огида, страх, ворожість. Таким чином, несхвалення переноситься і на подію/новину/людини. [30]

Використання медіаторів. Згідно з соціологічними дослідженнями, людина краще сприймає інформацію від «лідерів думок», ніж від засобів масової інформації. Цю теорію підтверджують і інші дослідження, згідно з якими. ЗМІ менш ефективні поширювачі інформації, ніж плітки та міфи. Люди більше довіряють авторитетним трансляторам думок та чуток. Бо особисті комунікації, які відбуваються у неофіційному середовищі людині здаються більш достовірними, ніж офіційні повідомлення ЗМІ. Лідерами думок є члени групи, які мають високий авторитет. Саме ці люди є дуже впливовими у питаннях формування ставлення людей до ситуації, що відображена у пропагандистському повідомленні. Саме тому влада зараз активно залучає блогерів – купує у них рекламу, кличуть на заходи, відкриття об'єктів тощо.

Повторення. Певно, найлегший, проте один з найдієвіших методів пропаганди – повторення. Людина вважає правдивим те, що вона пам'ятає,

незважаючи на те, що це може відбутися через невпинне транслявання одного й того меседжу.

Констатація факту. Те, що поки є лише бажанням, вже подається як те, що відбулося. Це зазвичай має форму новини чи соціологічних досліджень. Другий варіант – є найбільш поширеним. Таким чином у людини знижується критичність сприйняття. Аби це повідомлення точно надійшло до центральної аудиторії, зазвичай використовують лідерів думок, відомих журналістів, соціологів. Тому, зазвичай можна побачити соціологічні зрізи, які демонструють, скільки б людей могли б підтримати те чи інше рішення, якби голосування відбувалося просто зараз або чергове зведення, що високопосадовці втрачають рівень підтримки народом. [48].

Створення небезпеки. Цей прийом впливає на емоції масової аудиторії. Завдання – переконати, що існує реально загроза. Цей метод є ефективним, адже фахівці запевнюють, що люди, які бояться, зазвичай погоджуються на щось або схвалюють дії, які цим людям зовсім не вигідні [15]. Зазвичай це працює таким чином: формується видима загроза, важливість якої активно поширюються засобами масової інформації. Це викликає масовий страх. І така ситуація – це найсприятливіше середовище для політичних маніпуляцій. В цей час людина не звертає уваги на безліч інших процесів, які тривають у державі, або вужче бачить ситуацію, яка коїться у міжнародному середовищі. Ще – таким чином можна відволікати суспільство і від бездіяльності політичних лідерів, що може викликати негативні настрої в суспільстві. Інакше висловлюючись, переорієнтувати агресію –означає знешкодити її. Прикладом такої ситуації може бути міграційна криза, яка навмисне створена Росією та Білоруссю на кордоні з Польщею. У цей момент Росія продовжує військову активність біля кордону з Україною. Лякає чи справді готується до наступу – залишається лише прогнозувати.

Крім вищезгаданих методів пропаганди, також можна відзначити ще кілька прийомів, які найчастіше використовуються пропагандистами. Це інформаційна блокада, зворотний зв'язок, рейтингування, сенсаційність чи

терміновість, переписування історії, створення асоціацій, приклеювання ярликів, психологічний шок, підміна та ін. Суть усіх методів політичної пропаганди зводиться до впливу на масову свідомість та маніпуляцію політичним сприйняттям. Метою такого впливу є зміна чиєїсь політичної поведінки шляхом зміни його системи образів і стереотипів, що лежать в основі поведінки.

Дослідники сформувавши 4 основні концепції пропаганди.

Першу з них розробив американський політолог Г. Лассуел. Свою думку дослідник формує на основі двох вчень: вченні Юнга та біхевіоризму (науці про поведінку людини).

Вчені цього напрямку впевнені, що реакція на явища визначає поведінку, а емоції тут ні до чого. Місце суб'єктивного сприйняття у цьому випадку займає стимул – явище, під яким мається на увазі зовнішній вплив і словесна чи емоційна реакція нею має. Отже, поруч із вченням Юнга, цей підхід спирається, насамперед, на колективне несвідоме, а не на суб'єктивний досвід. Тож, Лассуел, зокрема у своїй роботі «Техніка пропаганди у світовій війні» [25] визначав, що пропаганда впливає на людину тільки через те, що її свідомість вразлива і схильна до панічних станів. Тож, успішна пропагандистська компанія має перш за все встановити контроль над емоціями людини, аби в подальшому маніпулювати ними. Тож, аби все вийшло, необхідно розробити систему символів, які здатні викликати у населення однакові емоції. Далі, вже несвідомо, людина реагує на ці символи, які стають основою пропагандистського маніпулювання. Ця ідея спирається на висновки К. Юнга. Дослідник писав про архетипи, яких, згідно з його теорією, може бути необмежена кількість. [61, с. 29 – 34] Тож, згодом система символів, яка має бути розроблена, аби поширювати пропаганду, має стати універсальною колективною моделлю. Їх може бути безліч. І виникають вони так само, як і архетипи, з несвідомого.

Другу концепцію пропаганди сформував американський письменник і журналіст У. Ліппман. Загально – вона схожа на концепцію Г. Лассуела.

Ліппман переконаний, що при розробці методів пропаганди найперше слід звертати увагу на колективне несвідоме сприйняття, ніж на суб'єктивне. Він пише: «особистості, які ми конструємо під чийось впливом, наказують нам, які з наших імпульсів мають бути задіяні у певних ситуаціях, наскільки вони мають бути задіяні та куди спрямовані. Для будь-якої типової ситуації існує характер, який контролює зовнішні прояви всієї нашої істоти.» [27, с. 91]. У своїй роботі «Громадська думка» дослідник зазначає, що через те, що можливості людського пізнання обмежені, особа має структурувати свої знання, тобто створити умовні категорії, куди в можна було розподілити знання про навколишнє середовище. Так і формуються, за думкою Ліппмана, стереотипи. Вони подібні до символів, про які говорив Лассуел. Ліппман вважає, що повністю захиститися від впливу пропаганди – неможливо, адже для цього треба перебудувати всю сучасну модель суспільства.

Третя концепція пропаганди сформульована американським філософом Д. Дьюї. Він заперечує думку попередніх дослідників і переконує – на першому місці стоїть суб'єктивне сприйняття. Таким чином, людина може захиститися від пропаганди завдяки освіті та критичному мисленню. Про це він, зокрема, пише у своїй роботі «Психологія та педагогіка мислення»: «Справжня свобода, якщо говорити стисло, інтелектуальна; вона ґрунтується на сформованій інтелектуальній могутності, на вмінні дивитися на речі з усіх сторін, розуміти, чи достатньо для вирішення завдання доказів, а якщо ні, то де і як їх шукати. Якщо вчинки людини – це не результат висновків, то вони імпульсивні, невірноважені, є примхою чи умовою моменту».[19]

Четверта концепція створена американськими філософами-теоретиками Е. Херманом та Н. Хомським. У своїй роботі «Модель пропаганди» [66] дослідники, на відміну від трьох інших теорій, звертають увагу на вивчення суб'єкту пропаганди. Вони визначають декілька важливих моментів, які впливають на зміст і сприйняття матеріалу (здебільшого мова йде про ЗМІ):

- власник;
- спонсор;

- джерело інформації;
- критика.

Згідно з думкою дослідників, первинними у визначенні впливу пропаганди на людину – є зміст текстів, які ширяться, а людська свідомість - питання вторинне.

Пропаганда, маніпуляція, інформаційний тиск – це все складові інформаційного впливу на суспільство, які є частиною гібридного протистояння. Певно, вперше потужний цілеспрямований інформаційний тиск з боку Російської Федерації Україна відчула у 2013-2014 роках. Тоді - Росія запустила широкомасштабну інформаційну війну. Такі впливи дослідники фіксували і значно раніше, проте вони не були такими масовими, агресивними, впливовими чи помітними, як зараз. Тож, коли насправді розпочала гібридна війна РФ проти України – вирахувати вкрай важко. Тут думки експертів розходяться.

Проте, українському досліднику Є. Магді вдалося виокремити передумови гібридної війни в Україні: [28]

- існування в Російській Федерації групи людей, мета якої - реалізувати власні імперські амбіції;
- Росія хоче бачити світ біполярним, замість багатопольярного простору;
- недостатня кількість реформ у системі економіки та політики в Україні, що дало можливість Росії реалізувати агресивні дії;
- усвідомлення загроз керівництвом РФ, у разі якщо Україна реалізує свій потенціал і наростить потужності;
- залежність значної частини Європейського Союзу від постачання російських енергоносіїв;
- намагання Росії продемонструвати країнам СНД, республікам Балтії та Польщі, шляхом підкорення України, що чинити опір немає сенсу.

В контексті інформаційного протистояння Росії проти України важливо звернути увагу на статтю начальника Генерального штабу Збройних сил Російської Федерації генерала Валерія Герасимова, яка вийшла у 2013 році під

назвою «Цінність науки у передбаченні». Там він розмірковує про гібридну війну і зазначає, що в гібридній війні «стираються відмінності між стратегічним, оперативним та тактичним рівнем, наступальними та оборонними діями. Застосування високоточної зброї набуває масового характеру. У військову справу активно впроваджуються озброєння на нових фізичних засадах та роботизовані системи. Широке поширення набувають асиметричні дії, що дозволяють нівелювати перевагу противника у збройній боротьбі. До них відносяться використання сил спеціальних операцій та внутрішньої опозиції для створення постійно діючого фронту на всій території держави, що протистоїть, а також інформаційний вплив, форми та способи якого постійно вдосконалюються» [7]

Науковці В. Сазонов [45], Г. Мьольдер, А. Саумец, К. Мюр провели низку досліджень, завдяки яким визначили особливості інформаційного впливу Російської Федерації на Україну. У своїй роботі «Інформаційні операції Росії проти Української Держави та Сил оборони» [85]. та «Інформаційні операції Росії проти Збройних Сил України та українські контрзаходи (2014-2015)» [84] вони припустили, коли ж насправді почався інформаційний тиск Росії на Україну та виокремили особливості російської пропаганди, методи, якими користувався Кремль під час Революції гідності та через які майданчики чинив інформаційний тиск.

Початком активного інформаційного впливу на Україну вони вважають 2005 рік, посилаючись на Є. Федченка - співзасновника сайту StopFake.org. «Протягом останнього десятиліття російська пропагандистська машина була структурована і ефективно реалізована, досягнувши кульмінації під час окупації Криму та війни на Сході України. Це почалося у 2005 році зі створенням «Russia Today» (згодом RT), і щороку до цієї глобальної мережі додається все більше «медіа». Майже щотижня інше пропагандистське агентство, «Sputnik International», відкриває нове бюро десь у світі, наймаючи кваліфікованих місцевих журналістів і випускаючи радіо- та мультимедійний контент майже 30 мовами. Згідно з їхнім веб-сайтом, «Sputnik вказує шлях до

багатополярного світу, який поважає національні інтереси, культуру, історію та традиції кожної країни». Це лише один із багатьох прикладів подвійної риторики ЗМІ. Насправді їх мета — впливати на глобальну громадську думку, спотворювати реальність і виступати в ролі рупора Кремля». [85].

Детальну класифікацію дослідники наводять в своїй іншій роботі під назвою «Russian Information Operations Against Ukrainian Armed Forces and Ukrainian Countermeasures (2014-2015)» [84]. Посилаючись на українських медіаекспертів, вони формулюють етапи розгортання інформаційної операції Росії проти України:

1. 1990–2013 рр. – підготовчий етап, дослідження інформаційної ситуації;
2. серпень–листопад 2013 р. – створення інформаційного плацдарму;
3. грудень 2013 – лютий 2014 – інформаційна агресія проти Криму та провокації на Донбасі;
4. березень–червень 2014 р. – застосування широкого інформаційного тиску.

Дослідники зазначають, що Росія – засвоїла урок поразки, яку вона потерпіла у Грузії у 2008 році. Тоді РФ недооцінила важливість інформаційного впливу і прогнала наративам Заходу. Тепер – все змінилося і вона більше уваги приділяє ролі інформації у світі високих технологій, стратегічних комунікацій та сучасній війні. У 2014 році інформаційна діяльність Росії проти України відіграла значну роль у її діях на території Східної України та в Криму. Тоді інформаційна діяльність використовувалася на всіх рівнях, починаючи з політичного (проти України, державних структур, політиків) до тактичного рівня, задля виправдання військових дій.

Головна мета російської пропаганди 2013-2014 років – сіяти паніку серед українців, провокувати недовіру між Україною та українською армією, деморалізувати воїнів та їхніх командирів.

В роботі «Інформаційна операція Росії проти Української Держави та Сил оборони: квітень-грудень 2014 року в Інтернет-новинах» [85] науковці

аналізують три російські видання – «Комсомольську правду» (КП), інформаційну агенцію «Регнум» і «ТВ Звезда».

Дослідження довело, що усі повідомлення, які формують негативне ставлення до України мають різні стилістичні форми та акценти розставлені не одноманітно. Це відображається, по-перше, в жанрі, які використовують видання. «Комсомольська правда» використовує найрізноманітніші публіцистичні жанри, «Звезда» поширює антиукраїнську пропаганду переважно у формі новин. Тобто, «Комсомольская правда» зосереджена на аналітиці та висновках, які і містять підтексти, «Звезда» ж працює меншими формами. Агенція «Регнум» здебільшого акцентує увагу на новинних матеріалах та заявах. Здебільшого це цитати різних політиків, інституцій та експертів, які використовуються для отримання додаткової довіри, спираючись на зовнішній авторитет видатних діячів. Це робилося і робиться задля того, аби вдалося задовольнити різну аудиторію з різними смаками та потреби медіаспоживачів.

Теми, які найбільше висвітлювали ці ЗМІ у 2013-2014 роках – також різні. Серед тем «Комсомольської правди» та «Звезды» на третьому місці перебували інформаційні повідомлення про українські збройні сили. Про незаконні збройні формування – інформації майже не було. «Регнум» уваги цій темі приділяла значно менше, проте найбільше зосереджувалася на політичних аспектах конфлікту, включаючи історії, які стосувалися українського уряду та втручання Заходу в Україну. Ці теми також з'являлися на телеканалі «Звезда», але меншою мірою. Цікаво, що в «Комсомольской правде» їх практично не було. Теми, що стосуються так званих Донецької та Луганської народних республік – були присутні лише в дуже незначній мірі у вигляді основних тем у всіх трьох ЗМІ. Це свідчить про те, що, повідомляючи про військові аспекти кризи, навіть якщо статті стосуються Східної України, основна увага приділялася конкретним подіям (битвам, стрілянині, насильству тощо), а не ширшим питанням, наприклад, юридичного визнання незаконних утворень.

Задля більш детального та конкретного аналізу дослідники розділили військові події в Україні 2013-2014 років на чотири етапи:

I – Провокація військового конфлікту – квітень 2014 р.

II – Ескалація військового конфлікту – травень-червень 2014 року.

III – Пряме втручання у військовий конфлікт, зміна ситуації  
– липень-вересень 2014р.

IV – Розпалювання військового конфлікту – вересень-грудень 2014 р

Зазначу, що перший етап суттєво відрізнявся від інших. Він характеризувався більш делікатним інформаційним впливом, прихованим тиском з боку Російської федерації. Далі – риторика змінилася і інформаційні повідомлення стали характеризуватися гучними фразами, які перешли в кліше російського телебачення, радіо та інтернет-джерел. Саме під час II та III етапів частка тем, пов'язаних з бойовою діяльністю та тероризмом, є найвищою у вищезгаданих ЗМІ Росії. Найширшими теми стають у фазі IV. Це ілюструє, як російські інформаційні кампанії проти України стають ширшими, масштабнішими.

«Комсомольська правда» (КП), «Регнум» і «ТВ Звезда» - лише мала частка пропагандистських каналів передачі інформації, які впливали на українських громадян. У інформаційній діяльності Росії для досягнення цілей в українському конфлікті часто використовуються такі канали зв'язку:

1. Російські національні телеканали (наприклад, «LifeNews», «Россия1», «Россия24», «Первый канал», «НТВ», «РЕН ТВ»). Хоча вони заборонені в Україні, їх можна дивитися через супутник.

2. Українські телеканали, які підтримували риторику Кремля.

3. Інтернет-ресурси, включно з традиційними онлайн-медіа («Комсомольська правда»), соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, Однокласники, Вконтакте, LiveJournal, Liveinternet, YouTube, RuTube. Російські соцмережі Однокласники та Вконтакте були заборонені в Україні лише в травні 2017.

4. Українські проросійські газети, наприклад, київські «Вести».

5. Інформаційні канали невизнаних республік («Новости Донецкой Республики» та інформаційна агенція «Новоросси́я»).

6. Російські радіохвилі, які вільно транслюються українською мовою (Радіо «Маяк»).

7. Гучномовці, які використовувалися для підриву духу українських воїнів.

8. Російські агенти та шпигуни — проросійські активісти на Донбасі. [85]

Важливо виокремити особливості впливу різних каналів зв'язку в інформаційній діяльності Росії проти України. та порівняти з сучасністю.

- російське телебачення;

До 2014 року. Поки не були заборонені в Україні, російські телеканали, такі як «Russia Today», «Первый Общественный», «Россия 1», «Россия 2», «НТВ» і «LifeNews» невпинно транслювали пропаганду. Проте важливо зазначити, що навіть зараз, коли ці телеканали – заборонені, на супутнику є можливість їх дивитися. Важливу роль саме цей канал зв'язку зіграв і тоді, коли на непідконтрольну Україні територію було припинено мовлення українських телеканалів, через те, РФ позбивала ТВ вишки на цій території.

- українське телебачення;

Слід зазначити, що і в Україні є і були телеканали з проросійською політикою. Дослідники виявили, що на таких каналах показували сюжети, що деморалізували військових і населення, лякали і плутали громадян, використовуючи спекулятивні теми та повідомлення.

- телерадіовежі;

Контроль телерадіовеж – важливий метод, яким Росія підтримувала свою інформаційну діяльність. Коли група бойовиків захоплювала місто чи селище, одне з перших завдань було зайняти місцеві радіо- та телевежі. Після цього українські телерадіоканали в цій місцевості були негайно вимкнені, а російські канали транслювалися.

- Інтернет;

Інтернет – впливовий інструмент пропаганди. Онлайн-медіа, соціальні мережі, портали – інформаційні вкидання на цих площадках також вливали на населення. Науковець Є. Федченко переконує, що в 2014 році було створено велику кількість сайтів і порталів, і російські ЗМІ почали регулярно посилатися на них. Ці новостворені портали та веб-сайти посилалися на престижні російські ЗМІ та агентства (наприклад, «ИТАР ТАСС», «РИА Новости», «Регнум», «ТВ Звезда», «Комсомольська правда»), щоб виглядати такими, що мають більший авторитет та надійність. Таким чином був створений особливий вид «екосистеми», де члени системи посилаються один на одного, таким чином примножуючи кількість повідомлень, новин та іншої інформації. Це було зроблено для того, щоб створити інформаційну бульбашку та ускладнити доступ до більш фактичних джерел новин. Наприклад, коли хтось шукав щось конкретне в Google, то відразу з'являлися великі обсяги посилань на певні типи повідомлень і новин.

- чутки та історії у соціальних мережах.

У 2014 році було створено низку груп, де люди повідомляли про ситуацію у їх місті, районі. Серед правдивих повідомлень могли просочуватись і плітки на кшталт «Ворожі сили наближаються» або «Наближаються російські танки». Такі «новини» поширювалися швидше через соціальні мережі, ніж через офіційний ланцюг командування. Це – могло впливати на емоційний стан українських військових і усього населення держави.

Можу сказати, що ситуація з засобами інформаційного впливу Росії на Україну через 7 років глобально не змінилася. Російські телеканали, як і раніше, можна дивитися в Україні через супутник. Українське телебачення – періодично виблискує проросійськими перлами. Проте, у цьому році Рада національної безпеки та оборони ухвалила рішення про застосування санкцій щодо каналів, які пов'язують з кумом Володимира Путіна народним депутатом України Віктором Медведчуком - це «112-Україна», «NewsOne», «ZIK». Обмеження запровадили на 5 років. Ліцензії у телеканалів забрали а доступ до радіочастотного ресурсу України заборонили. Зазначу, що українці

з таким рішенням влади погоджувалися не усі. Київській міжнародний інститут соціології «КМІС» провів телефонний аудит на підконтрольній Україні території. Коли у людей запитували – чи є заборона телеканалів «112», "ЗІК" і " NewsOne" – необхідним кроком для захисту держави чи це призводить до обмеження прав, 34,6% говорили, що це необхідно, у той час як 40,8%, - впевнені, що це помилка. Захід і Центр країни – переважно підтримував це рішення РНБО, Південь та Схід – ні.

<b>100 % у стовпчику</b>	<b>Україна в цілому</b>	<b>Захід</b>	<b>Центр</b>	<b>Південь</b>	<b>Схід</b>	<b>Донбас</b>
Заборона телеканалів "112", "ЗІК" і "НьюзВан" в Україні є необхідним кроком для захисту держави	34,6	41,5	41,4	25,2	26,4	13,0
Заборона телеканалів "112", "ЗІК" і "НьюзВан" в Україні є помилкою і призводить лише до обмеження прав громадян	40,8	29,9	35,3	48,1	51,9	67,0
Важко сказати / не знаю	22,4	25,4	21,8	25,5	20,3	15,2
Відмова відповідати	2,2	3,3	1,5	1,3	1,3	4,8

Коли респондентам ставили питання інакше: чи підтримують вони рішення РНБО про закриття каналів, 43% опитаних відповіли, що так, 40,3% - ні. По регіонах ситуація не змінилась. [11]

<b>100 % у стовпчику</b>	<b>Україна в цілому</b>	<b>Захід</b>	<b>Центр</b>	<b>Південь</b>	<b>Схід</b>	<b>Донбас</b>
Повністю підтримую	31,4	41,9	36,2	20,3	22,3	8,9
Скоріше підтримую	11,6	11,2	14,2	11,2	7,8	11,7
Скоріше не підтримую	12,6	10,5	10,7	16,2	16,8	10,7
Зовсім не підтримую	27,8	16,8	24,3	36,9	38,1	44,7
Важко сказати	15,2	17,8	12,7	13,7	14,7	24,0
Відмова	1,4	1,9	1,9	1,7	0,3	0,0

Можемо зробити висновок, що одностайної підтримки населенням цього рішення – не було. Чому українці проти закриття проросійських телеканалів? Бо повністю переконані, що вони є опозиційними і не шкодять їх власним інтересам. Риторика на таких телеканалах збігаються з риторикою російського ТБ, яке з легкістю можна подивитися на супутнику, що українці і роблять. Зазначу, що вільною ніша пропагандистського телевізійного контенту довго не залишалася. Аби обійти санкції, вже за два тижні після закриття телеканалів було створено ТОВ «Медіахолдинг «Новини», нібито засновниками якого було 100 людей – журналісти, ведучі, оператори та інші працівники закритих каналів. Про це стало відомо з повідомлення міністра культури та інформаційної політики Олександра Ткаченка. [50] Згодом нібито новий телеканал, але з попередніми наративами почав мовлення. Проте, не пройшло й години, як його відключили від супутника. Телеканал продовжував транслюватися на Ютуб, де проіснув ще 9 місяців. Потім – його нібито закрили і створили новий, який станом на листопад 2021 називається «UKR.Live», який можна дивитися на супутнику.

Телемережі на тимчасово окупованих територіях України – досі під контролем незаконних угруповань. Проте, можливість мовити на ці території влада таки знайшла. У березні 2020 року було створено державний телеканал «Дом». Згідно з дослідженнями, які провели перш ніж розпочати мовлення нового каналу, у 80% українців, які живуть в ТОТ є можливість дивитися цей телеканал. Він створений, аби «повернути політичне, культурне та суспільне життя України в порядок денний громадян, які проживають на тимчасово окупованих територіях, аби пробудити відчуття єдності, та провести деокупацію свідомості наших громадян». [13]

Російську пропаганду в соцмережі – повністю перемогти не вдалося. Та і певно, це неможливо. Інформаційний простір – занадто широкий, аби мати можливості глобально чистити його. Проте, російські соцмережі в Україні – заблоковані ще з 2017, хоч і продовжують бути основними соціальними мережами на тимчасово окупованих територіях. Зазначу, що наразі в Україні відбувається безліч форумів/зустрічей/аналітичні агенції, незалежні журналістські формування на міжнародні партнери періодично нагадують правила, як розрізняти фейки та пропаганду. [34, 83, 87, 62]

Проте, експерти переконують, що українці переоцінюють свою можливість розпізнавати фейки та дезінформацію, пропаганду, тому вони часто стають жертвами інформаційних пасток. Згідно з результатами дослідження КМІС "Довіра до ЗМІ, вплив російської пропаганди, медіаграмотність в Україні" 52% українців переконані, що завжди можуть відрізнити якісну інформацію від дезінформації. 26,5% респондентів не впевнені, що завжди можуть це зробити, а іноді – взагалі не розрізняють, і тільки 15% населення вважає за необхідне отримувати інформацію про те, як розпізнавати дезінформацію та фейки. "Навіть серед тих, хто каже, що вони не можуть ідентифікувати дезінформацію та фейки, не більше чверті вбачають для себе потребу в отриманні інформації, як можна їх ідентифікувати. Тобто є відчуття низького розуміння важливості цього питання. І це позначається на

тому, як інтерпретуються ті чи інші актуальні суспільні події", - наголошує заступник директора КМІС А. Грушицький. [14]

У інформаційних кампаніях Росії проти України московські пропагандисти ще з 2014 року використовують низку різноманітних міфів і наративів, які здебільшого пов'язані з Другою світовою війною, Степаном Бандерою та українськими націоналістами 1940-х років, але також посилаються на нацизм та насильство. Крім того, вони використовують зображення «славного» радянського періоду. Вона має на меті принизити українську владу та продемонструвати, що вона корумпована та є маріонеткою Заходу (США та ЄС).

Дослідники В. Сазонов, Г. Мьольдер, А. Саумец, К. Мюр виявили 3 основні наративи, які фігурували в пропагандистських повідомлення Росії у 2013-2014 роках: [85]

1. Друга світова війна.

Основна увага російської пропаганди, на думку науковців, була зосереджена на історико-культурних аспектах через територіальні претензії Росії. Часто використовувалися текстові конструкції типу «це завжди належало нам», «українці є частиною російського народу» і.т.п. Чому Росія все ще маніпулює спільним майбутнім з Україною у складі Радянського Союзу пояснив в інтерв'ю DW історик К. Шльогель. Так він відреагував на статтю Президента Росії Володимира Путіна про Другу світову війну, яку було опубліковано у 2020 році в американському виданні The National Interest. «Це пов'язано не з історією, а з сучасністю. Він використовує інтерпретацію історії в якості інструменту своєї сьогоденної політики. Це спроба представити Польщу, Україну та країни Балтії як реакційні, націоналістичні та у великій мірі антисемітських держав. Це спроба ізолювати ці країни, для яких важлива власна безпека та на території яких сталася значуща частина жахів війни. Якщо провести зв'язок з парадом 9 травня і 24 червня, це найбільше образливо для Червоної армії, яка воювала проти Гітлера, - використовувати її в протистоянні з Україною, з Польщею, які самі стали жертвами національно-

соціалістичної політики і теж воювали проти Гітлера. Очевидно, Путін розраховує на відгук у частини західної громадськості. Дослідники вважають цей наратив, пов'язаний зі злочинами нацистів, фашизму та Степана Бандери – одним з найдавніших.

## 2. Спекуляція історіями людей на тимчасово непідконтрольних Україні територіях.

Росія безперервно створювала образи про звірства "української хунти". На російських телеканалах регулярно виходили сюжети, які не були підкріплені жодними фактами, зокрема, про те, як українські військові розпинають дітей на площах, підлітки для них - мішені, а з дорослі – раби. Певно, найрезонансніший фейк того часу – історія про розп'ятого хлопчика у Слов'янську. У 2014 році "Первый канал" випустив в ефір сюжет, в якому українка Галина Пишняк розповідала, як маленького хлопчика у центрі міста українські військові прибили на дошку оголошень. А потім «взяли маму, прив'язали до танка непритомною і площею три кола провели». Згодом – інформацію спростували. Вибачення за фейковий сюжет – не було. Потім в ефірі «НТВ» з'явилися історії, як військові ЗСУ відправили підлітка розвідати територію біля блокпостів незаконних збройних формувань, далі – як українським силовикам пообіцяли за війну "на клаптик землі та два раби". Цей перелік російських фейків можна продовжувати і надалі.

## 3. Страх і паніка як інструменти.

Росія активно намагалася викликати паніку та страх української армії, транслюючи інформацію насичену сильними емоціями, погрозами та залякуваннями. Для генерування такої інформації було створено багато веб-сайтів. Заголовки зазвичай містили повідомлення про стягування російської техніки, наприклад «на Запорізькій трасі було помічено російські танки, які вже перетнули прикордонне місто Чернігів і за три години прибудуть до Києва» або «велика кількість бомбардувальників рухається на Київ». Олексій Мельник, директор програм зовнішньої політики та міжнародної безпеки, розповідав: «Ще один сильний меседж – створити паніку та жах щодо

мобілізації та інших питань, пов'язаних із комплектуванням армії. Мета таких повідомлень – підірвати моральний дух воїнів, їхніх родичів та суспільства загалом шляхом неодноразової демонстрації закривавлених і понівечених трупів, переляканих та деморалізованих полонених».

Ще один потужний наратив, який просувають російські пропагандисти – це існування західної змови проти Росії, росіян і російського світу. Росія міфологізувала протистояння Сходу і Заходу. Українська влада, а також різні зацікавлені міжнародні організації в риториці пропагандистської російської діяльності – маріонетки Заходу під керівництвом США та НАТО. Цей наратив Російська Федерація активно використовує і у 2021 році.

Проте, на відміну від засобів інформаційного впливу, наративи Росії та проросійських ЗМІ у більшості – змінилися. Адже їх адаптують до сучасних умов. Ми проаналізували 7 російських видань. Деякі з них є лише електронними ресурсами, інші – також мають радіохвилю або друковану версію. Зазначу, що усі ці ЗМІ належать до ТОП-10 найпопулярнішим російських видань. Тож, серед матеріалів «Радио Sputnik», «Russia Today», «РИА Новости», «Известия», «РБК», «Газета.ru» та «Комсомольская правда» були виокремлені інформаційні повідомлення, що доказують існування протиукраїнських наративів у риториці Російської федерації. Серед них є наративи, які поширює Росія ще з 2014 року:

1. Тема Другої світової війни, відновлення фашизму в Україні («Газета.ru» та «Комсомольская правда»).

2. Десуверенізація України: не спроможність України будувати власну державу. До речі, цьому наративу активно сприяють і українці, коли поширюють думки, що у владі лише зрадники та агенти Кремля («РИА новости», «Известия»).

3. В Україні потужна русофобія («Комсомольская правда»).

Серед більш нових наративів:

1. Україною маніпулює Захід. Вона не ухвалює самостійні рішення, а залежить від Європи та Сполучених Штатів Америки («Радио Sputnik», «РИА Новости», «Комсомольская правда»).

2. В Україні громадянська війна. Україна порушує перемир'я і таким чином сприяє конфлікту на Донбасі. («Газета.ru», «Комсомольская правда», «Russia Today», «РИА Новости»).

І адаптивні наративи, які з'являються з огляду на порядок денний світових подій:

1. Коронавірус було винайдено в американських лабораторіях: одна з них заходила в Україну. («Известия», «Комсомольська правда», «Газета.ru»).

2. Щеплення Pfizer та Moderna – чипізація людства. («Комсомольська правда», «Известия»).

3. Україна впливала на протести у Білорусі («РБК», «Известия»).

Можу сказати, провідні російські телеканали, такі як «Россия 1», «Первый канал», «НТВ», «Звезда» використовують ці наративи регулярно. Питання України – майже кожного дня обговорюються на російському телебаченні. Один день це можуть бути маніпулятивні обговорення щодо співпраці України з Заходом, наступного – про військові дії на Сході нашої держави.

Всі ці наративи про Україну Кремль стабільно просуває роками, використовуючи для цього всі наявні інструменти. Їх озвучують найвищі російські посадовці, вони ж лунають в ефірах російських телеканалів – як державних, так і приватних, як федеральних, так і регіональних, - їх же розповсюджують онлайн, через медіа та соціальні мережі, в тому числі залучаючи тролів та ботів.

Слід зазначити, вплив і соціальних мереж на розповсюдження дезінформації Росії проти України. Раніше – РФ використовувала нібито інформаційні сайти, на яких містилася недостовірна інформація. На такі сайти посилалися російські ЗМІ, а за ними – і міжнародна преса. Проте, згодом, стало очевидно, що дані, які розповсюджують такі сайти – фейки. І ця система

перестала працювати. Тоді російська пропаганда перемістилася у соціальні мережі. Telegram – наразі одна з популярніших. Там можна створювати канали, як це і роблять ЗМІ, як українські, так і закордонні (в тому числі і російські). В Telegram можна побачити сторінки і найвищого керівництва України. Наразі – це один з найшвидших шляхів розповсюдження інформації. Окрім офіційних джерел, соцмережа наповнена анонімними каналами, які поширюють інформацію значно швидше, ніж офіційні представництва. Тут треба принципи маніпулювання, а головне - принцип переваги первинної інформації. Людина схильна сприймати першу інформацію, яку вона отримала – як правдиву. Це відбувається на несвідомому рівні. Тож, анонімні Telegram-канали різко стали одними з найбільш впливових інформаційних джерел інформації, які також використовуються задля поширення дезінформації.

Дослідник Д. Теперік переконаний, що не усі люди вразливі до дезінформації. [17] Це залежить і від рівня освіти, психологічного стану та місця проживання людини. А ще – на це впливає досвід громадянина. Тож, досліднику вдалося виокремити групи людей, на яких найбільше впливає пропаганда.

1. Усі, хто був причетний або наразі є причетним до військового конфлікту - українські бійці, їх родини.

2. Добровольці та волонтери. Дослідник зазначає, що ця група легко піддається маніпуляціям, адже в них є багато розчарувань і очікувань, що не виправдалися, через керівництво України та громадян.

3. Релігійні співтовариства. Ця група легко стає ціллю маніпуляторів і завчай вона є об'єктом. Проте, такі об'єднання можуть бути і джерелами пропаганди, популяризуючи наративи РФ.

4. Вимушені переселенці.

5. Журналісти і усі, хто пов'язані із медіа. Ця група також часто є ціллю інформаційних атак, проте деколи, через недостатню професійність стають популяризаторами ворожих наративів.

6. Ідеологічно вмотивована молодь. Їх приналежність до «правих» чи «лівих» немає значення. Усі об'єднання, пов'язані загальною метою та критично налаштовані – є дуже вразливою групою.

7. Корумповані чиновники середньої ланки. Населенню здається, що вони не ухвалюють важливих рішень, і саме через це вони є об'єктом маніпуляцій.

Найбільше інформаційних спекуляцій – в темах, у яких суспільство не має єдиної узгодженої думки. Зазвичай, атака інформація провокує суперечки та посилює розбіжності. Серед них тем реінтеграції і примирення, електоральні процеси (вибори), мовна тема та тема історичної пам'яті.

Чому люди дезінформацію люди вбирають, немов губка? Пояснюється це простими психологічними процесами. Інформаційні прогалини люди схильні заповнювати узагальненнями та домислами. Тому тільки-но питання не має повноцінного інформаційного супроводження, тільки-но щодо окремого питання створено інформаційний вакуум, людина схильна шукати інформацію в джерелах, які можуть бути недостовірними чи протиукраїнськими. Друга причина – спогади завжди піддаються редагуванню. Наша пам'ять – вибіркова і все, що пов'язано з позитивними та негативними емоціями – це дуже широке поле для маніпуляцій. Це і використовує Москва, постійно торкаючись теми Другої Світової війни. Російська Федерація хоче стати монополістом у історичному дискурсі. Протистояти цьому можна лише, маючи скоординовану позицію з міжнародними партнерами. [17]

Важливо зазначити, що спекулятивні теми, пропагандистські наративи використовуються не тільки Кремлем. Українське телебачення, газети та радіо – також є джерелами подібних провокаційних матеріалів та обговорень. «Інтерньюз-Україна» разом з UkraineWorld.org провели розслідування і виявили такі атаповані російські наративи в українських ЗМІ [59]:

1. В Україні потужна русофобія.

«Русофобія перетворилася на ракову пухлину української влади. Поглинаючи ті сили, які могли б бути спрямовані на вирішення справді важливих питань, знищуючи громадянський мир та злагоду в країні, стаючи

інструментом насильства над свободою особистості, русофобія пожирає Україну, розповсюджуючись метастазами нетерпимості, насильства та конфліктів.» – з матеріалу інтернет-ресурсу «Перший Незалежний», пряма мова Віктора Медвечука, народного депутата України від «Опозиційної платформи – за життя».

## 2. В Україні процвітає фашизм.

«Україна сьогодні – колиска фашизму та нацизму в Європі. Але ми будемо боротися за кожного, ми будемо подавати апеляцію і будемо відстоювати справедливість та істину. Ми обов'язково переможемо» - передає пряму мову народного депутата України від «Опозиційної платформи – за життя» Іллі Киви інтернет-ресурс «NewsOne».

## 3. Україна – це недодержава.

"Україна, на жаль, була і є імпортозалежною країною, тому що ми залежні на 75-80% від інших країн світу. У тому числі і від Білорусі, і від Росії, і від багатьох інших. У нас не вистачає для власного споживання і забезпечення нормального життя наших громадян вугілля, електроенергії, а на сьогоднішній день не вистачає газу", – Віктор Медвечук, народний депутат України від «Опозиційної платформи – за життя», інтернет-ресурс «Перший Незалежний».

## 4. Україна – маріонетка Заходу.

«А якщо ми вже такий центр світу і захищаємо грудьми всю Європу, то нехай західні партнери дадуть нам 84 млрд євро, як вони дали Польщі, а не кредити, які ми змушені гасити.» – цитата Вадима Рабіновича, народного депутата України від «Опозиційної платформи – за життя», у матеріалі інтернет-ресурсу «NewsOne».

Говорячи про адаптацію російських наративів для українського телебачення, варто відзначити три ключові тенденції. По-перше, одного з ключових наративів про «громадянську війну» проросійське українське телебачення намагається уникати – і з юридичних міркувань, і враховуючі вподобання аудиторії.

Так, згідно з результатами опитування Центру Разумкова, 44% українців переконані, що на сході України триває військовий конфлікт між Україною та Росією, 19% вважають, що це сепаратистський заколот, який підтримує Росія і тільки 14% українців схильні до того, що на Донбасі триває протистояння між проукраїнськими і проросійськими громадянами України. [10] Очевидно, що питання російської агресії є надзвичайно болючим для українського суспільства, і все більша кількість українців звинувачують Росію в розв'язанні війни. В таких умовах риторика про «громадянську війну» була б неприйнятною та з високою вірогідністю викликала б несприйняття з боку аудиторії, знизивши загальний рівень довіри до ресурсів, що її транслюють відкрито.

Через це, говорячи про війну, проросійські ЗМІ насамперед покладаються на розмивання відповідальності за її початок, а не на відкрите звинувачення в ній українського уряду. Найпопулярніші прийоми – повідомлення про те, що війна продовжується, оскільки вигідна олігархам, або що війну розв'язали та продовжують через зацікавленість у ній Сполучених Штатів. Важливим елементом є регулярне звинувачення Києва у «саботажі» мирного процесу та відмові виконувати Мінські домовленості, оскільки продовження війни нібито вигідно «націоналістам».

Другим вагомим трендом адаптації є збереження пов'язаності наративів. Всі експортовані в український медіа-простір наративи підтримують та посилюють одне одного. «Фашизм» та «русофобія» нібито унеможливають закінчення війни на сході. Вони подаються як вигідні чинній владі, що є інституційно неспроможною і залежною від Заходу. Саме наратив про Україну як маріонетку Заходу, де під Заходом мається на увазі США та/або міжнародні інституції на кшталт МВФ, можна вважати таким, що агенти впливу Кремля просувають найбільш активно. В адаптованому вигляді він звучить як ідея «зовнішнього управління» Україною, і саме його превалювання є третьою ключовою тенденцією в адаптації російської дезінформації для місцевого глядача. Для проросійських сил він має стратегічну цінність, оскільки за

підтримки місцевого населення природним чином віддаляє Україну від західних партнерів та наближає її до Російської Федерації. Успіх цього нарративу полягає в тому, що він грає на патріотичних почуттях аудиторії, яка прагне зберегти незалежність та суверенітет України і може піддатись на маніпуляцію, відчуваючи загрозу цим фундаментальним цінностям. [59]

Важливо зазначити, що російська пропаганда шириться не тільки на територію України. Великі англомовні російські державні ЗМІ – «Russia Today», «TASS» та «Sputnik» щодня продукують десятки статей про Україну, які читають іноземці.

Аналітик О. Надельнюк провів дослідження, де зібрав дані за півтора року. [21] Згідно з його результатами, за цей період часу три російські інтернет-видання написали стільки ж інформаційних повідомлень про Україну, як і 14 американських та британських ЗМІ. Серед основних тем – війна на Донбасі, частка новин значно перебільшує західні ЗМІ, санкції, перемовини у «нормандському форматі», та Президент.

У цьому році Фонд Томсон Ройтерз (у співпраці з BBC Media Action) оприлюднило результати дослідження «Медіаспоживання та аналіз аудиторії в Україні». [90]

Згідно з ними, 84% людей вважають, що у політичних новинах багато фейків і пропаганди. 83% переконані, що і у політичних ток-шоу безліч фейків. Ставлять під сумнів новинарні повідомлення – 82% опитаних. 65% українців впевнені, що маніпулюють фактами запрошені експерти та коментатори, а 62% думають, що пропаганду поширюють ведучі та журналісти.

Те, що довіра українців до ЗМІ низька може сприяти ще швидшому поширенню дезінформації. Адже окрім тих телеканалів, які поширюють проросійські нарративи, в українському медіапросторі існують і інші – ті, які надають достовірну інформацію, де існує баланс думок. А поки, не отримавши потрібну інформацію, українці йдуть в Інтернет, якому довіряють більше і де поширити чутки – ще легше.

Отже, механізмів протидії інформаційній атаці з боку Російської Федерації у України – недостатньо. Громадяни – не впевнені в засобах масової інформації, переоцінюють свої можливості у питаннях виявлення дезінформації та пропаганди. Росія ці особливості українського суспільства, а також вразливості та навіть невпевненість громадян у деяких кроках вищого керівництва – вже врахувала. Існує безліч інтернет-ресурсів, Telegram-каналів, спільнот, які дуже швидко поширюють інформацію. В багатьох випадках навіть перед тим, як її встигають оприлюднити українські ЗМІ. Інформаційна діяльність Росії носить ситуативний характер і використовує широкий спектр інформаційних інструментів. До кожного випадку підходять індивідуально. Якщо розповідь недостатньо ефективна, її негайно переглядають або замінюють іншою розповіддю чи ідеєю, які, як очікується, принесуть кращі результати. Російська пропагандистська машина досить гнучка і швидко адаптується до нових ситуацій. Хоча багато пропагандистських операцій є спонтанними, вони явно впливають із існуючого стратегічного плану. Біологічний термін «мімікрія» добре описує природу російської пропаганди: це як хамелеон, який постійно змінюється і пристосовується. Це ускладнює боротьбу.

Російська дезінформація представляє собою систему, основним структурним елементом якої є наратив. Інтерпретація подій, яка формує необхідне ставлення до об'єкту такої розповіді, дозволяє вести системну роботу з аудиторією у довгостроковій перспективі. При всій важливості фейків, наративи базують радше не на них, а на вириванні з контексту та інших видах маніпуляцій, серед яких ймовірно найбільш вагому роль відіграє диспропорція позитиву та негативу. Хоча суть такої риторики як правило лишається незмінною, вона може модифікуватись в залежності від соціальних і політичних обставин, аби залишатись актуальною та переконливою.

Кремль стабільно просуває п'ять основних наративів про Україну як про недодержаву, русофобську й фашистську країну під контролем Заходу, в якій точиться громадянська війна. Ці наративи спрямовані на три аудиторії –

російську, міжнародну, та власне українську – серед яких остання має найбільше значення. Успішний експорт та вкорінення цих наративів серед української аудиторії дестабілізуватиме державу зсередини та дозволить Кремлю ефективно впливати на внутрішню політику з метою повернення України в зону свого впливу.

Зазначу, що це – лише частина гібридного протистояння, яке розгорнула Російська Федерація проти України. Серед складових цього протистояння можна бачити вплив як у інформаційному так і у кіберпросторі, економічній, політичній, соціальній, культурній сферах. Більше того, РФ розгорнула військове протистояння, анексуючи Крим та підтримуючи незаконні угруповання. Пропагандистський апарат, яким користується Росія – це брехня, шантаж, перекручування фактів, погрози, залякування, тримання під напругою, маскування.

Тож, спектр і арсенал прийомів і методів російських інформаційних операцій, які Кремль застосовує проти України, дуже великий і арсенал цей постійно поповнюється.

### РОЗДІЛ 3.

#### МЕТОДИ ТА МЕХАНІЗМИ ПРОТИДІЇ ІНФОРМАЦІЙНИМ ВПЛИВАМ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

Відколи Україна здобула незалежність у 1991 році, країна приділяла недостатньо уваги побудові системи забезпечення інформаційної безпеки – тобто системи активної протидії хибній пропаганді. Служби державної безпеки ігнорували навіть найочевидніші антиукраїнські висловлювання. В результаті, зіткнувшись з агресивною пропагандою, уряд виявився абсолютно неієздатним. Як мінімум сім міністерств та відомств розподіляли між собою державні функції, пов'язані з інформаційною безпекою. Координація між ними була відсутня, їх функції часто дублювалися, а ряд важливих завдань взагалі не були реалізовані. Державного органу з моніторингу ситуацій, метою якого мало б бути виявлення загроз, не існувало. Це унеможливило прийняття найпростіших рішень. До того, не було чітких механізмів для реалізації подібних рішень.

Україна звернула увагу на інформаційну сферу лише у 2014 році, коли зіткнулася з агресивною російською інформаційною кампанією у поєднанні з відкритою військовою агресією.

Європейські країни відреагували на таку загрозу – значно швидше, ніж Україна. Треба зазначити, що і до 2014 року країни Європейського Союзу та США мали відповідні закони, що врегульовували питання інформаційної безпеки. Проте, саме у 2014 році ця законодавча робота – активізувалася. Прямі обмеження чи заборона діяльності ЗМІ, як відповідь на агресивні наративи Російської Федерації – не є методами Європейського Союзу. Аби протидіяти інформаційним атакам Російської Федерації, у 2015 у ЄС створюють оперативну робочу групу зі стратегічних комунікацій - East StratCom Task Force. [71] Серед основних функцій новоствореного об'єднання формування та підтримування позитивного іміджу ЄС, протидія дезінформації, інформаційне супроводження позиції ЄС щодо Східного

партнерства, формування на контроль простору медіа в Європейському Союзі та країнах-партнерах, сприяння розвитку механізмів, які допоможуть швидко та ефективно реагувати на дезінформацію, яку поширюють інші країни. Також ця група має на меті інформаційно підтримувати та супроводжувати делегації Європейського Союзу в Україні, Молдові, Грузії, Білорусі, Вірменії та Азербайджані. Робоча група ЄС зі стратегічних комунікацій щотижня публікує огляд дезінформації, з яким може ознайомитися кожен охочий. Зазначу, що повідомлення на сайті доступні на 8 мовах, серед них і українська. Також на сайті розміщені аналітичні матеріали, розглянуто тисячі прикладів російської пропаганди. Оперативна група сформувала базу даних спекулятивних повідомлень, яку вони доповнюють щотижня. Окрім виявлення пропагандистських матеріалів, організація проводить великі аналітичні дослідження та проводить тренінги.

Європейська комісія у 2016 році ухвалила документ «Спільні принципи протидії гібридним загрозам — відповідь Європейського Союзу» (Joint Framework on countering hybrid threats a European Union response). [76] Там йдеться про те, що члени Європейського Союзу мають сформувати дієві механізми із залученням стратегічних комунікацій, аби протидіяти дезінформації. Серед іншого зазначається те, що необхідно захищати критичну інфраструктуру (до прикладу, телекомунікації та транспорт), адже в результаті гібридних атак економічні та соціальні порушення – є цілком агресора. Також у документі зазначено, що ЄС має тісно взаємодіяти з НАТО у сфері стратегічних комунікацій. Це дасть змогу організаціям ще краще та швидше відповідати на загрози. Важливим пунктом у документі є те, що провокації гібридного характеру слід очікувати і у соціальних мережах. До цього Європейський Союз також має бути готовим. Адже саме у соцмережах може відбуватися підбурювання до радикальних дій, аби надалі дестабілізувати суспільство. Тож, окрім традиційних ЗМІ, стратегічні комунікації також мають повністю застосовувати соціальні медіа.

Ще один документ резолюцію "Стратегічні комунікації Європейського Союзу як протидія пропаганді третіх сторін"(EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties) [72] було схвалено у 2016 році. Там зазначається, що стратегічні комунікації та інформаційна війна – не тільки зовнішній аспект Європейського Союзу, а й внутрішній. Офіційно визначається, що частинами гібридної війни є пропаганда та дезінформація. Також йдеться про те, що інформаційні повідомлення Європейського Союзу повинні мати наступальний характер, а не захисний. У документі зазначені особливості інформаційного впливу Російської Федерації з практичними прикладами, які зроблені на основі аналізу телеканалів («RussiaToday», "Спутник") та "Россотрудничества". Окрім внутрішньої роботи в межах Європейського союзу у резолюції містяться заклики до збільшення видатків, аби підтримувати свободу засобів масової інформації у сусідніх країнах. Також йдеться про проведення регулярного моніторингу інформації, для з'ясування джерел фінансування антиєвропейської пропаганди. У документі визначається, що поняття «пропаганда» та «критика» - є різними, проте межі між ними не зазначені. А ще йдеться про те, що за свободою висловлення думок може ховатися розвалювання ненависті або війни.

У 2017 країни НАТО та ЄС спільно створили Європейський центр протидії гібридним загрозам (The European Centre of Excellence for Countering Hybrid Threats). [89] Hybrid CoE — незалежна, мережева міжнародна організація, яка протидіє гібридним загрозам. Ключовим завданням Центру є нарощування можливостей держав-учасниць щодо запобігання та протидії гібридним загрозам. Це досягається шляхом обміну передовими практиками, тестування нових ідей і підходів, а також проведення навчальних курсів і вправ. Hybrid CoE також відіграє важливу роль як платформи між ЄС та НАТО, забезпечуючи форум для стратегічних дискусій та спільних тренувань і навчань.

На цьому Європейський Союз не зупинився, адже під час референдуму про членство Великобританії у ЄС та вибори до Європейського парламенту у 2019 році неодноразово виявляли інформаційні впливи Російської Федерації.

Тож, у 2019 році з'являється ще один документ - резолюція про дезінформацію і зовнішнє втручання у вибори до Європарламенту (European Parliament resolution on foreign electoral interference and disinformation in national and European democratic processes). [73] У документі зазначено, що іноземні держави впливають на стан справ у Європейському союзі, спонсоруєчи європейські політичні партії. Зокрема, йшлося і про Російську Федерацію, адже протягом виборів було зафіксовано 998 випадків поширення неправдивої інформації. У резолюції також приділяється увага питанню недостатньої кількості законодавчих ініціатив, аби запобігати гібридним загрозам.

Також у 2019 році Європейська комісія повідомила про створення «Плану дій щодо європейської демократії» (European Democracy Action Plan). [69] Це – перелік дій, які мають бути виконані до 2023 року. Серед них – 3 основні напрямки: сприяння вільним та чесним виборам, зміцнення свободи засобів масової інформації та протидія неправдивій інформації. У рамках сприяння вільних та чесних виборів Європейська комісія хоче впровадити нове законодавство про прозорість політичного контенту, який спонсоруєчи. Комісія також перегляне правила фінансування європейських політичних партій. Ще – має бути розроблений та впроваджений механізм, який дозволить швидко та ефективно обмінюватися інформацією щодо виборчого процесу.

Аби посилити незалежність ЗМІ, Європейська Комісія оновить рекомендації щодо безпеки журналістів. Планується збільшити фінансування проєктів правової та практичної допомоги представникам ЗМІ. Також Комісія має запровадити додаткові заходи для підтримки плюралізму ЗМІ, шляхом забезпечення прозорості щодо власників засобів масової інформації шляхом масштабного моніторингу.

Щоб посилити потужності у питанні протії дезінформації, Кодекс практики дезінформації (Code of Practice on Disinformation) буде переглянуто. Цей документ планують перебудувати, згідно з викликами сьогодення, включаючи Інтернет-середовище. Також відповідальність медіа та бенефіціарів інформаційних кампаній за поширення неправдивої інформації має бути збільшена.

Україна у взялася заповнювати законодавчі прогалини у питанні інформаційної безпеки тільки у 2014 році. Першим рішенням українська влада – обмежила трансляцію російського телебачення. Українські телеглядачі – були активними споживачами пропаганди та маніпуляції саме через це джерело інформації. Тільки-но це відбулося, ЗМІ Росії звинуватили Київ у порушенні свободи слова.

Коли Київ дав цьому відсіч, російські ЗМІ звинуватили його у порушенні свободи слова. Але звинувачення не відповідало реальності: дії української влади відповідали національним і міжнародним нормам, а законність цього рішення не викликала серйозних сумнівів. П'ять російських каналів було заборонено вже у березні 2014 р., після чого державний орган із регламентування ЗМІ почав уважно відстежувати вміст російських каналів. У 2019 році перелік заблокованих каналів налічував 74 російських мовника.

У березні 2014 року в Україні створюють Український кризовий медіа-центр. [55] Це – громадська організація, яку було створено, аби захистити суверенітет України та її національні інтереси в глобальному інформаційному просторі. Це сприяло наданню належної та своєчасної інформації про події в зоні конфлікту. Одним із завдань організації було допомогти українській військово-цивільній владі (армія, поліція тощо) стратегічно спілкуватися з громадянським суспільством. Також серед завдань організації було покращення іміджу Збройних сил України. Фахівці та експерти Українського кризового медіа-центру працювали в Міністерстві оборони та Генеральному штабі Збройних Сил України радниками.

Після цього розпочинають діяльність інші неурядові організації – «Інформаційний спротив», StopFake.org та інші. Вони почали боротьбу зі шкідливою дезінформацією та фейковими новинами, які поширювалися через російські ЗМІ та соціальні мережі.

За ініціативи Центру військово-політичних досліджень було створено прес-центру в АТО, що також сприяло швидкому та об'єктивному поширенню інформації.

Проте, як писав У. Ліппман «народ уразливий перед пропагандою, для його захисту потрібен якийсь механізм чи орган». [27]

Тож, українська влада вирішує внести зміни у структуру Кабінету міністрів України і у грудні 2014 року створює Міністерство інформаційної політики. [31] Яке мало на меті сприяння поширенню суспільно важливої інформації в Україні та за її межами, забезпечення функціонування державних інформаційних ресурсів та забезпечення здійснення реформ ЗМІ щодо поширення суспільно важливої інформації. Це рішення викликало сильний опір усередині України та здивування за кордоном. Як національні, так і закордонні аналітики заявляли, що воно стане інструментом державної цензури. Проте, ці страхи не виправдалися, адже відомство виявилось надто слабким, щоб чинити тиск, чи інший вплив на засоби масової інформації. Міністерство не наполягало на змінах у законодавстві, яке потребувало суттєвих поправок для покращення інформаційної безпеки. Щоправда, було розроблено проєкт Концепції інформаційної безпеки України. [41] Організація з безпеки та співробітництва в Європі піддала її жорсткій критиці, а українські експерти довели, що цей документ не може бути основою майбутньої політики у цій галузі. Також міністерство запустило низку патріотичних інформаційних кампаній, у тому числі онлайн-кампанії та зовнішні кампанії під назвою «Крим – це Україна» та «Захищаючи Україну». Але їх було замало для «забезпечення інформаційного суверенітету». Зазначу, що в 2019 році в рамках реформи децентралізації України міністерство інформаційної політики було перетворено в міністерство культури, молоді та спорту шляхом приєднання

Міністерства культури та Міністерства молоді та спорту. У 2020 відомство перейменували на Міністерство культури та інформаційної політики.

Наступним кроком стало обмеження частки російських фільмів на українських телеканалах, адже було зафіксовано, що подеколи їхня кількість становила 87% всього мовлення. Оскільки ці фільми (особливо ті, які зняли нещодавно) часто містили елементи кремлівської пропаганди, українські експерти визнали їх ще однією зброєю в інформаційній війні, що не припиняється. У березні 2015 р. було ухвалено закон, який забороняє телетрансляцію російських фільмів, які або були зняті після 1 січня 2014 р., або прославляють радянський режим або російський мілітаризм. Це рішення також викликало протести в Москві, але українці та європейська спільнота з розумінням поставилися до необхідності таких заходів. Наразі 75% контенту на загальнонаціональних телеканалах та на радіо має транслюватися українською мовою.

Всі ці обмеження торкнулися лише ефірного та кабельного мовлення – українці, як і раніше, мають доступ до російського телебачення та фільмів через супутникове мовлення та інтернет. Проте ефект від цього заходу очевидний. Станом на 2020 рік російське телебачення дивляться 6% українців, у 2014 цей показник сягав 20% населення [65].

Також у 2015 році створено телеканал державного іномовлення України «UATV». Аби інформувати людей по всьому світу про те, що відбувається в Україні та надавати достовірну інформацію про збройний конфлікт на Сході та про Крим. Канал було створено в протиположності мовникам Росії, які активно поширювали свої наративи.

У 2017 році ухвалено Доктрину Інформаційної безпеки України. [53] Цей документ визначає національні інтереси в інформаційній сфері, загрози їх реалізації, напрями та пріоритети державної політики в інформаційній сфері. Текст документу визначає національні інтереси країни, актуальні загрози національним інтересам та національній безпеці в інформаційній сфері. Міністерство інформаційної політики. Згідно з Доктриною, мало було

покладено проводити моніторинг загроз національній безпеці та визначати пріоритети роботи. Аналітики цей документ зустріли із засторогою. Вони зазначали, що подібний закон може стати інструментом внутрішньополітичної боротьби і тиску на інакодумство.

Зазначу, що подібний документ є і у Російської Федерації. Він датується груднем 2016 року. У тексті зазначено національні інтереси РФ у сфері національної безпеки. Також перераховано основні інформаційні загрози у світі. Сформовано стратегічні цілі у різних напрямках – економіка. Військова сфера, дипломатія, наука та освіта. Зазначу, що у військовій сфері інформаційна доктрина спрямована, зокрема, на нейтралізацію «інформаційно-психологічного впливу, у тому числі спрямованого на підрив історичних основ та патріотичних традицій, пов'язаних із захистом батьківщини». [16]

Вже не перший рік триває обговорення щодо «Закону про медіа». [40] Проект закону під куполом – з 2019 року. Відтоді – його не один раз редагували. Документ зазнав критики як медіаекспертів, так і журналістів, які закликали парламент відхили його. Тож, у травні 2020 року Верховна Рада направила документ на повторне перше читання. І за декілька місяців його повернули вже доопрацьованим. Але і цей варіант законопроекту – критикують. Станом на грудень 2021 року документ все ще доробляють. Проте, влада переконує – цей закон стане справді дієвим механізмом. На цьому, зокрема, наголошує голова комітету Верховної Ради з питань гуманітарної та інформаційної політики Микита Потураєв. Він переконує, що закон дасть змогу захистити медійний простір в цілому – не тільки від інформаційних замахів Російської Федерації, а й від культурних. Адже РФ у фільмах також просуває свої наративи. Високопосадовці переконують - це документ зрівняє в правах усі ЗМІ, які працюють в Україні - як українські, так і закордонні, як онлайн, так і традиційні медіа. Водночас, влада акцентує, що закон не регулюватиме діяльність блогерів, чи онлайн-медіа, які не зареєстровані як

ЗМІ. Тобто, Національна рада з телебачення і радіомовлення регулюватиме більше коло суб'єктів, водночас її вплив не збільшиться. [6]

Одним із інструментів боротьби з російською пропагандою українські політики називають державний телеканал "Дом", який почав мовлення у 2020 році. Це – єдиний російськомовний телеканал в Україні. Частка російської мови там складає 100%. Цей телеканал було створено для тимчасово окупованих територій Донецької та Луганської областей та анексованого Криму. Аби нарешті на тимчасово непідконтрольних територіях у людей з'явилася можливість бачити новини з України, які дають змогу принаймні порівнювати інтерпретації подій. «Дом» можна дивитися через антену, супутник, у Ютубі, по кабельному телебаченню. Серед методів розповсюдження є і IPTV/OTT мовлення.

У лютому 2021 року, згідно з рішенням Ради національної безпеки та оборони, яке ухвалив Президент України Володимир Зеленський, на 5 років обмежено діяльність телеканалів «112», «NewsOne» та «ZIK». Їх позбавили ліцензії. Ці телеканали неодноразово транслювали зустріч членів «Опозиційної партії – за життя» із представниками російської влади. Найчастіше Росію для цього відвідував голова політради партії Віктор Медведчук. Зазначу, що за два тижні після цього було створено новий телеканал, нібито власними якого були працівники санкційних телеканалів (99 людей, частка в кожного з них складала 1%). В ефірі він не транслювався й години. Його також заблокували. Відтоді «Перший незалежний» транслювався у Ютубі. З листопада 2021 року – під назвою UKR Live.

У березні 2021 року в Україні було створено Центр протидії дезінформації. Він є органом Ради національної безпеки та оборони. Центр охоплює такі напрямки: воєнний, зовнішня та внутрішня політика, економіка, інфраструктура, екологія, охорона здоров'я, соціальна сфера, науково-технологічний напрям та боротьбу зі злочинністю та корупцією. Проте, основне завдання Центру – протидіяти поширенню дезінформації в Інтернеті та фейків у медіа. Ця структура не зможе карати за порушення в

інформаційному середовищі, проте матиме змогу зможє вносити подання до Ради національної безпеки та оборони. У влади на Центр великі плани. Його планують зробити міжнародним хабом для обміну досвідом та аналітичними даними, методами протидії інформаційним загрозам з боку Російської Федерації.

Майже водночас було створено і Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки при Міністерстві культури та інформаційної політики України. На презентації Центру було повідомлено, що структура співпрацюватиме з "Укрінформом" та РНБО, а також з міжнародними центрами. Серед завдань центру – виявлення дезінформації, протидія інформаційним загрозам, популяризація проукраїнських наративів, а також активне залучення задля обміну досвідом міжнародних партнерів та громадські організації.

У поточному році РНБО опублікувала глосарій. [8] Адже Російська Федерація розповсюджує в українському та світовому інформаційному просторі маніпулятивні назви, терміни та словосполучення, за допомогою яких намагаються легітимізувати тимчасово окуповані території Донецької та Луганської областей та спробу анексії Криму. Таким чином вона намагається просувати пропагандистські стратегії. Документ містить рекомендації, як слід замінювати російські кліше.

Нову стратегію інформаційної безпеки готує чинна влада України. Документ має замінити Стратегію затверджену за часів п'ятого президента Петра Порошенка. Його вже ухвалила Рада національної безпеки та охорони. Документ буде введений у дію, тільки-но його підпише Президент. [52] Стратегія розрахована до 2025 року і є частиною Стратегії національної безпеки України. Мета Стратегії інформаційної безпеки – забезпечити захищений інформаційний простір в Україні, ефективно протидіяти незаконному контенту, створити ефективну стратегію стратегічних комунікацій та підвищити медіаграмотність населення. Серед цілей документу, окрім інформаційної реінтеграції та сприяння медіаграмотності,

забезпечення прав на свободу вираження та захист приватного життя, зазначено і протидію незаконному контенту та дезінформації. Згідно з документом, має бути створено систему, що дозволить ефективно протидіяти інформаційним операціям та атакам. Також вона буде спрямована і на раннє виявлення загроз, аби протидіяти Російській Федерації. Якщо детальніше, то покарання за поширення дезінформації має бути переглянуто. Також як і законодавство щодо як виявлення, фіксації, обмеження доступу та/або видалення з українського сегменту Інтернету інформації, розміщення якої заборонено законом.

Аби протистояти інформаційній пропаганді Російської Федерації вищезазначених кроків України – недостатньо. У боротьбі з російською дезінформацією, яка зараз цілеспрямовано впливає на Україну, інструкція полягає в тому, щоб протидіяти пропаганді іншими шляхами, ніж контрпропаганда. Тож, щоб протистояти інформаційними викликам Росії, слід будувати власну тактику та не захищатися, а наступати, формувати власний імідж та відповідати йому. Забороняючи, держава дає черговий привід розвивати наратив про утиски свободи слова і щодо того, що Україна потребує захисту від недоброчесної влади. Симетрична реакція приваблива, але вона має ефект бумеранга. Тож, боротися слід не впадаючи в контрпропаганду.

1. Концепт «гібридна війна має бути введений у юридичну дійсність ( відображено у нормативних актах). Наразі це можна зустріти лише у політичному дискурсі. У законодавстві України, зокрема, у Військовій доктрині, немає визначення поняття «гібридна війна». Зазначені тільки методи, якими Російська Федерація підтримує гібридне протистояння з Україною.

2. Слід чітко визначити та розмежувати терміни - дезінформація, пропаганда та публічна дипломатія, зокрема, для того, щоб боротися з широко поширеним релятивізмом твердження, що «все є пропагандою» і що всі ЗМІ практикують дезінформацію. Засуджувати можна не захист національних

інтересів – російські ЗМІ мають право відстоювати російську точку зору, і навіть точку зору режиму, – а навмисну фальсифікацію інформації.

3. Необхідно чітко усвідомити континуум між військовими діями та інформаційною війною. Україна – вразлива через те, що ми розділяємо усе частини. Маючи відносно вузьке визначення війни, важко реагувати на психологічні дії, які не підпадають під сформоване розуміння протистояння. Росіяни вже давно поєднали ці два поняття. І навіть відобразили це в доктрині. В Україні - точковий погляд на інформаційне поле. Говорячи про кібербезпеку, держава\громадянин зводить це до ризику кібератак на критично важливу інфраструктуру, замість розуміння, що це усі дії, що здійснюються у сфері ЗМІ. Росія – бачить цю ситуацію глобально, пов'язуючи кібероперації, політичне спілкування, дезінформацію, дестабілізацію виборів тощо.

4. Деолігархізація медіа-ринку. Український медіа-ринок, зважаючи на його олігархізацію, є вразливим до проникнення дезінформації. Це – одне з найбільш важливих і найбільш складних завдань, зважаючи на обсяг проблеми та її вкоріненість. В цьому контексті важливою є й підтримка суспільного мовлення. У короткостроковій перспективі необхідно оптимізувати роботу національного регулятора.

5. Законодавство про медіа слід оновити. Чинні закони здебільшого були розроблені та прийняті у 1990-их та 2000-их роках і не відповідають сучасним потребам ринку та викликам інформаційної доби. Окрім того, доречним було б ухвалити закони, що безпосередньо полегшило б протидію дезінформації. Такі концепції зазвичай критикують, через можливий наступ на свободу слова, проте це дасть змогу регулярно і якісно відстежувати неправдиву інформацію та чинити опір тим хто її поширює.

6. Актуалізувати мету роботи Центру протидії дезінформації та Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. Наразі ці два центри працюють в однаковому напрямку, мають однакові цілі та, згідно з їх планами, мають залучати одних і тих самих міжнародних партнерів. Тож, доцільно

розібратися в цих стриктурах, виокремити їх напрямки роботи та особливості. Адже програмі Центру стратегічних комунікацій на інформаційної безпеки, що працює при Міністерстві культури та інформації зазначено, що воно має співпрацювати і з РНБО також. Україні слід краще розуміти російську дезінформацію, посилюючи дослідження на цю тему в міністерствах, університетах, аналітичних центрах, медіа-організаціях тощо. Адже дати гідну відсіч можна за тієї умови, якщо добре знаєш кому протистоїш. Література про російський вплив вже розвивається, потребує продовження та поширення якомога ширше, у різноманітних форматах, від наукової книги до твітів.

7. Необхідно визначити межі суто урядової відповіді на інформаційні виклики Російської Федерації. Адже такі заяви зазвичай підозрюють в упередженості і також відносять їх до пропаганди. Тож, реакція на інформаційну загрозу має бути комплексною і також надходити від приватного сектору та громадянського суспільства. Тому слід краще сприяти ініціативам громадянського суспільства, неурядових організацій, які захищають журналістів у всьому світі, платформ перевірки фактів тощо.

8. Сформувати інноваційну технологічну базу та активно впроваджувати ці механізми в роботу Центрів, які працюють з метою виявлення дезінформації. Також слід заохочувати дослідження щодо автоматизації перевірки фактів та ідентифікації тролів. Це особливо має стосуватися соціальних мереж, насамперед Facebook і Telegram.

9. Центри протидії інформаційним загрозам в Україні слід забезпечити достатньою кількістю працівників та коштів. Краще поширювати результати досліджень у прайм-тайм на телебаченні. Висновки таких структур мають бути систематичні та сформульовані простою мовою, що дало б змогу людям легше розуміти текст, адже зазвичай такі Центри поширюють інформацію у науковому стилі, що ускладнює розуміння тексту. Також результати таких досліджень слід поширювати і у соціальних мережах у вигляді графіки ( так зараз робить Міністерство охорони здоров'я, щодня публікуючи інформацію про кількість захворілих та тих, хто одужав від коронавірусу). Це має бути

стисле, яскраве повідомлення з головними наративами інформаційної війни з чіткими прикладами, як, де і коли це повідомлення було зафіксоване.

10. Публічно визнати важливість теми. Українська громада має зрозуміти, що психологічний вплив, який щодня Росія спрямовує на Україну дійсно загрожує державності і провокує, а іноді поглиблює розбіжності між українцями.

11. Реакція на дезінформацію має бути пристосована до аудиторії, відповідати її потребам. Якщо російська пропаганда зафіксована на рівні кінематографічного виробництва відповідати слід в рамках розважальних телепередач, або у подальшому створенням власного продукту. Пропаганда поширюється не тільки шляхом російських політичних ток-шоу, які дивляться деякі українці. Це і розважальний контент, і соціальні мережі, і новини. Тож, Україна має реагувати на усіх рівнях і працювати з будь-якою аудиторією – від тих, хто воліє отримувати інформацію з репортажів до тих, хто любить кумедні ролики у соціальних мережах.

12. Викриваючи неправдиву інформацію, яку поширює Російська Федерація, слід не тільки виправити зміст повідомлення, а й висвітлити використаний метод дезінформації. Таким чином, систематичне висвітлення в просвітницькій формі засобів маніпуляції дасть змогу людям краще виявляти інформаційні загрози і ставити їх під сумнів.

13. Інтернет також має стати предметом аналізу та реагування. Це непопулярна думка, адже Інтернет хочеться бачити вільним простором. Але на прикладі України видно, що це є загроза національній безпеці, й вона йде з соцмереж. Анонімні Telegram-канали, де інформація поширюється швидше, ніж в офіційних джерелах мають контролюватися державними регуляторами, які мали б змогу аналізувати кількість і якість інформації про Україну. Використовувати новітні технології для автоматизації перевірки фактів та ідентифікації підбурювачів (тролів), що діють в інтернеті.

14. Медіаграмотність – має стати обов'язковим шкільним предметом. Слід навчати широку громадськість з раннього віку іміджевим та

аудіовізуальним медіа, критичному мисленню та раціональній аргументації. Дезінформація працює лише завдяки довірливості громадян. Людей можна навчити перевіряти достовірність інформації: розпізнавати маніпуляції та помилкові міркування.

15. Розбудова власної позитивної комунікації. Коректна й збудована на фактах позитивна наративізація про Україну виробляє інформаційний імунітет у цільовій аудиторії і робить її менш вразливою до деструктивних наративів Кремля. Такий проактивний підхід можна вважати більш ефективним, ніж реагування на інформаційні атаки, очікувати припинення яких у коротко- та навіть середньостроковій перспективі не варто.

16. Пропагувати хартію журналістської етики, яку було ухвалено у 2019 році на 30-му Всесвітньому конгресі IFJ. [75] Хартія базується на основних текстах міжнародного права, зокрема на Загальній декларації прав людини. Документ містить 16 статей плюс преамбулу та визначає обов'язки та права журналістів щодо етики. Це дозволить виключити зі сфер життєдіяльності суспільства дезінформаторів.

17. Не демонструвати русофобію. Таким чином держава\діяч\громадянин потрапляє в пастку, граючи ту роль, яку нам приписують росіяни. Демонізація Путіна чи Росії є контрпродуктивною, оскільки вона вписується в наратив Росія («стратегія виживання Путіна спирається на докази ворожості України та Заходу, щоб виправдати політику стримування»).

18. Слід перекладати та просувати статті незалежних російськомовних журналістів. Протидія «RT» і «Sputnik» буде ефективнішою, якщо показувати, що є і інші думки в державі. Однак існує ризик, що ця міжнародна реклама журналістів, які демонструють більшу свободу тону в Росії, в кінцевому підсумку загрожує їх безпеці.

19. Експериментальним і, можливо, непередбачуваним може бути запрошення таких опозиційних лідерів думок з Росії в Україну. Це може бути великий стіл з представниками українських ЗМІ, діячів та аналітиків

інформаційного середовища Заходу. Це дасть змогу почути методи та міфи російської дезінформації від першої особи.

20. Створити неурядову всеукраїнську організацію, яка займатиметься боротьбою з дезінформацією і яка, наприклад, за зразком того, що роблять «RSF», «Transparency International» та «Freedom House», створила б рейтинг ЗМІ. Такі аналізи існують в Україні, проте здебільшого, вони або організовані політиком чи людиною зі зв'язками. Щоб заслужити довіру, ця Організація не повинна бути пов'язана із ЗМІ, які вона оцінює, політиками, владою, при цьому не вважатися «антиросійською» чи «прозахідною».

21. Поєднати зусилля щодо боротьби з пропагандою з Європейським Союзом та НАТО. Ініціатива Президента щодо міжнародного хабу щодо протидії дезінформації – відповідає викликам сучасності. Залишилося реалізувати цей проєкт.

22. Протидіяти слід не лише дезінформації, а й її намірам та потенційним наслідкам. Тож, необхідно сприяти соціальній згуртованості населення, допомагати українцям формувати критичне мислення, просувати демократичні цінності, демонструвати, що в Україні є різні думки, проте ідеологічно вони мають підтримувати суверенітет та цілісність України. В боротьбі з дезінформацією, як і в боротьбі з тероризмом, є спокуса тимчасово порушити цінності, які, як стверджується, захищає держава задля ефективності. Проте, це лише підриває довіру до державних інституцій та влади.

Отже, аналізуючи методи якими Європейський Союз протидіє російській дезінформації, можна відзначити, що ЄС обрав шлях підтримки якісної журналістики, посилення законодавства, аби фінансування засобів масової інформації та політичних партій було прозорим та інше. Можливість примусового обмеження чи заборони діяльності окремих медіа в Європейському Союзі не розглядається, попри те, що неодноразово доведено їх негативний вплив та поширення неправдивої інформації. Союз не готовий до таких рішень, адже серед найголовніших засад об'єднання – дотримання

базових демократичних цінностей, зокрема, і свободи слова. Зазначу, що реакція Європейського Союзу на дезінформацію носить інертний характер. Дії з боку ЄС – недостатньо ефективні. Це підтверджує і той факт, що інформаційні атаки з боку Російської Федерації вже ще регулярні. І це також підтверджує Європейська Комісія. Особливо російський вплив виявляється в моменти найбільшої нестійкості – виборів, пандемії і т.п.

Певно, найбільш дієвий метод протидії інформаційним атакам є санкції щодо бенефіціарів таких інформаційних кампаній та ЗМІ. Приклад такого вирішення ситуації продемонстрували Сполучені Штати Америки. У 2021 році через вплив на виборчий процес у Америці під санкції потрапили низка людей, які пов'язані з Російською Федерацією. Проте, якщо це стосується медіа, Європейський Союз не схильний ухвалювати такі рішення, адже це неодмінно потягне за собою звинувачення у недотриманні принципів свободи слова.

Українська методика боротьби з дезінформацією відрізняється від європейської. Українська влада заборонила мовлення трьох інформаційних телеканалів, частка перегляду яких перевищувала інші інформаційні канали держави. Російські соціальні мережі в Україні заборонені ще з 2017 року. Діючий президент продовжив санкції у минулому році. Також в Україні суттєво зменшили кількість російськомовного контенту, частка мовлення українською мовою на телебаченні та на радіо не має бути нижчою за 75%. Також заборонені низка фільмів та серіалів російського виробництва. Окрім цього, триває робота на законодавчому рівні. Проте, підтримки громадян у цьому питанні – недостатньо. Законопроекти межують між обмежуваннями свободи слова та протидії інформаційним загрозам, тож медійне середовище негативно сприяє можливим утискам в роботі. Впливу може зазнати і Інтернет середовище. Проте, станом на 2021 рік, контроль над лідерами думок (блогерами) не передбачено. Окрім цього, в країні створено інституції по протидії дезінформації. Одна з яких працює при РНБО, друга – при Міністерстві культури та інформаційної політики. Наразі повідомляється, що

штаб зібрано не повністю. І єдиний результат діяльності, який можна побачити – звіти Центру протидії дезінформації. Ці дані оприлюднено на сайті Ради національної безпеки та оборони.

Протидії російській дезінформації буде більш ефективною, якщо інституції, які вже створені, розпочнуть просвітницьку діяльність, їх матеріали мають публікуватись на загал у простій формі маленьких зрізів інформації у вигляді яскравої графіки. Тема інформаційних загроз – має бути на порядку денному, висвітлюватися загальнонаціональними мовниками. Це питання має просуватись та висвітлюватися у прайм-тайм, одводитися до різних аудиторій різними методами та шляхами – від розважального контенту до великих аналітичних розслідувань, які стали б приводом обговорення у студіях інформаційних телеканалів. Окрім цього, слід зазначити, що українське законодавство не досконале у питаннях гібридних загроз, серед яких і інформаційні. У законодавстві України немає визначення поняття «гібридна війна», також немає чіткого розмежування між «дезінформацією», «пропагандою» та інше. Тож, громадяни плутають ці поняття, що дає підґрунтя спекулятивним заявам, що українські ЗМІ – пропагандистські. Також великою проблемою українського медійного ринку є олігархізація. Майже усі потужні мовники, інформаційні джерела належать їм. Що також спонукає до висновків про заангажованість ресурсів та підриває до них довіру. Не можна сказати, що це безпідставно, адже власники вбачають у своїх медіаресурсах площину для висловлення власної думки. Журналістські стандарти в українському медіа просторі стали нівелювати. Тож, існує велика необхідність нагадувати та популяризувати гідність праці журналіста. Окрім цього, потужним методом протидії дезінформації має стати суспільний мовник. А також незалежне інформаційне аналітичне угруповання, яке мало б на меті збирати приклади неправдивої інформації, висвітлювати методи інформаційної війни Російської Федерації проти України. Це дало б змогу реалізувати достовірний і правдивий ресурс, який би приваблював громадян і в подальшому мав би заслужити довіру та бути серйозним важелем впливу на

громадськість. Що також сприяло б інформаційній згуртованості суспільства та формуванню єдності розуміння проблеми.

## ВИСНОВКИ

Сучасність неможливо уявити без інформації. У ході роботи визначено, що інформація – є стратегічним ресурсом, яким активно маніпулюють великі актори світу. Також виокремлено відмінності між поняттями «масова свідомість» та «суспільна свідомість». Де друге – поняття більш широке і абстрактне, бо являє собою усі знання, що люди отримує в межах і завдяки суспільству. Тож, вона отримує досвід, цінності та інші соціальні характеристики, яке суспільство набуло протягом соціально-історичної революції. Масова свідомість – це феномен вужчої категорії. Це свідомість певного соціального носія, тобто маси. Він являє собою широку сукупність ідей, суджень, уявлень, ілюзій, почуттів, настроїв, які людина відчуває в конкретному середовищі.

Велика кількість інформації спровокувала спроби маніпуляції даними. Що в глобальному вигляді набуло вигляду справжньої війни, інформаційної війни. Це – новий тип протистояння, який можна трактувати як форму конфлікту, ціллю якого є інформаційний вплив на масову свідомість задля зміни поведінки людини у корисливих цілях та з метою нав'язування їм власних переконань. Інформаційна війна – є частиною гібридного протистояння.

З'ясовано, що передумовою формування феномену «гібридної війни» є технологізація основних сфер життя, що дає змогу удосконалити та адаптувати військові дії до можливостей сучасності. Гібридна війна – новітнє військове, економічне, інформаційне протистояння, з використанням традиційних та нестандартних тактик і недержавних (нерегулярних) воєнізованих формувань, організацію терористичних актів з використанням невиборчого насильства та примусу, і навіть кримінальних заворушень.

Виявлено особливості гібридного конфлікту та передумови такого типу наступу Російської Федерації на Україну. Згідно з якими, захоплення України – це амбіції окремих діячів Росії і бажання створити безпечну зону, адже РФ

прогнозує загрози у разі становлення України як сильної держави. Також Росія таким чином намагається залякати країни СНД.

Розглядаючи конкретно інформаційну складову гібридного протистояння України проти Росії, стало очевидним, що інформаційна війна, яку Кремль веде проти України є дуже агресивною та наполегливою. Інформаційна війна триває за різними стратегічними напрямками і рівнями. Але це лише невелика частина глобальної гібридної війни, яку веде Кремль. Війна охоплює не лише інформаційну сферу, а й кіберпростір, а також економічну, політичну та соціальну сфери, а також інші рівні. У випадку з Україною Москва також використовує агресивний військовий тиск, відкрити підтримку невизнаних збройних формувань на Донбасі та пряме військове втручання у випадку з Кримом.

Слід зазначити, що інформаційно-психологічні операції Росії проти України в 2014 та 2015 роках – це лише вершина айсбергу. Певно, пік застосування інформаційної зброї РФ проти України. Тоді усі ініціативи України піддавалися під сумнів російськими ЗМІ, які були у вільному доступі українців. Ступінь довіри до російських медіа, особливо на Сході України, був у пікових значеннях. Українські телеканали дивилися задля розважального контенту – серіалів, фільмів, шоу. Тож, окрім того, що інформаційна кампанія Російської Федерації була готова реагувати на будь-які кроки української влади, це відбувалося ще й паралельно з військовими операціями, що були об'єднані з інформаційним тиском. Якби, наприклад, Україна розпочала мобілізацію солдатів, Росія відповіла б серією агресивних інформаційних атак, щоб вплинути на мобілізованих чи потенційно мобілізованих осіб, їхні родини та друзів. Україна до таких дій Росії була не готова. Займатися інформацією безпекою влада почала тільки після 2014 року. Хоча, інформаційні наступи РФ почалися значно раніше, проте відверто ігнорувалися владою. Інформаційна підготовка населення до подій 2014 року розпочалася задовго до цього. Деякі дослідники називають датою відліку пропагандистської діяльності РФ – 2005 рік, інші – що це почалося на початку 2000. Існує думка, що цей вплив ніколи

і не припинявся і був спрямований на Україну тільки-но вона стала незалежною.

Москва діє дуже тактовно і намагається врахувати особливості кожної держави і нації, на яку вона спрямовує інформаційну зброю. Стратегія проти іншої країни (у нашому випадку України) зазвичай будується на заздалегідь спланованих і підготовлених інформаційних кампаніях, в яких відпрацьовуються всі можливі сценарії. Брехня, обман, перекручування, погрози та багато іншого є критичною зброєю пропагандистського арсеналу Російської Федерації. Російська пропагандистська машина досить гнучка і швидко адаптується до нових ситуацій. Хоча багато інформаційних операцій є спонтанними, вони явно впливають із існуючого стратегічного плану.

Існує близько 8 наративів, які Росія використовує регулярно. Деякі з них, до прикладу, тема Другої світової війни, фашизм в Україні та те, що в державі потужна русофобія режим використовує ще з 2014 року. Інші – новіші. Це, наприклад, наратив щодо громадянської війни в Україні та те, що держава є маріонеткою Заходу. Як я вже відзначала, інформаційна діяльність Російської Федерації, немов хамелеон, тож наративи ще й адаптують до сьогодення. Так з'явилося повідомлення, що Україна втручалася у вибори в Білорусі, що українців чіпують вакцинами Pfizer та Moderna та що коронавірус винайшли в американських лабораторіях, одна з яких знаходиться в Україні. Інформаційним провокаціям підіграють і деякі українські ЗМІ, адаптуючи російські наративи до українського медіаринку. Так з'явилися адаптовані версії наративу про Україну – недодержаву, квітухий фашизм та русофобію, проте вже на теренах українського телебачення та інших медіа.

Також, варто зазначити, що у 2014 році на тимчасово непідконтрольній території України було відключено українське телебачення. Що сприяло практично повному ізолюванню місцевого населення від новин з України. виправити це змогли тільки в минулому році, створивши телеканал «Дом», який є єдиним російськомовним телеканалом в Україні і розрахований та спрямований на те, аби інформувати українців, які тимчасово опинилися в

окупації. Проте, цим кроком наздогнати 6 років інформаційної кризи на ТОТ Донецької і Луганської областей та в Криму не вдасться.

Українська влада взялася реформувати законодавство щодо медіа та створювати Центри протидії дезінформації. Зазначу, що поки це лише чергові структури, які існують на папері. Вони поширюють аналітичні звіти, проте на загал вони особливо не виносяться. Набагато ефективнішими є громадські організації, які також займаються пошуком неправдивої інформації, застерігають громадян та проводять уроки медіаграмотності, яких в Україні, очевидно, недостатньо.

В ході дослідження виявлено, що цілісної моделі для протистояння інформаційним загрозам з боку Росії поки не має жодна країна світу. Європейський Союз створює інституції та коригує законодавство відповідно до сучасних викликів, намагається протидіяти російській пропаганді, зберігаючи наступальну позицію, а не оборонну. Аби посилювати власні спроможності ЄС координує роботу з НАТО і залучає до співробітництва країн-партнерів, серед яких і Україна.

Викормлено 22 пункти, реалізація яких дозволить Україні протистояти інформаційним нападам, а також сформувати позитивний імідж за кордоном та посилити обізнаність громадян щодо пропаганди та фейків. Перш за все, сформулювати на державному рівні власне бачення інформаційної діяльності. Серед завдань якої буде не лише протидія інформаційним нападам, а й формування освіченого суспільства, яке критично мислить та ставить під сумнів усі повідомлення – не зважаючи на місце їх оприлюднення (телебачення, друковані видання, інтернет-видання, соціальні мережі, Інтернет). Окрім викриття не правди, слід більше уваги приділяти саме методам створення та поширення такої інформації. Ці обговорення треба виносити на загал. Це також сприятиме обізнаності людей і дасть змогу наступного разу впізнати фейк саме за методом його формування. Важливим є і формування іміджу України за кордоном. Адже інформаційна пропагандистська машина діє не тільки на теренах нашої держави. Англомовні

ресурси про Україну – необхідність, адже завдяки ним стає можливим розповідати реальні факти про державу і спростовувати російську дезінформацію. Україні слід більше звернути увагу саме на формування власного здорового інформаційного конкурентного середовища. Де поширити об'єктивну інформацію буде нормою, а спекуляції – одразу будуть критикуватись громадськістю. Для цього необхідно вдосконалити громадський контроль за медіа, а краще – створити новий повноцінний незалежний ресурс, який складатиме рейтинги заангажованості ЗМІ, відслідковуватиме наративи та викриватиме журналістську халатність.

Тож, інформаційне протистояння програє лише на певному етапі. Попереду – безліч інформаційних викликів. Якщо Україні вдасться сформулювати сильну законодавчу базу, загальне стратегічне бачення, складовою якого будуть інформаційні операції, державні інституції запрацюють, а громадськість почне ефективніше контролювати інформаційні повідомлення, Україна зможе протистояти Російській Федерації у інформаційному середовищі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрусова Т., Гомонова Ю. Информационное оружие и информационные войны : наук. ст. Режим доступа до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnoe-oruzhie-i-informatsionnye-voyny/viewer> (дата звернення: 26.11.2021).
2. Бжезинский З. Между двумя веками: роль Америки в эру технотроники / З. Бжезинский. – Москва: Прогресс, 1972. – 294 с.
3. Виннер Н. Кибернетика и общество [Электронный ресурс] / Н. Виннер – Режим доступа до ресурсу: [https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Science/viner/index.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Science/viner/index.php) (дата звернення: 26.11.2021).
4. Вирен Г. Современные медиа. Приемы информационных войн. Учебное пособие / Г. Вирен. – Москва: Аспект Пресс, 2016. – 128 с.
5. Воронцова Л. История и современность информационного противоборства / Л. Воронцова, Д. Фролов. – Москва: Горячая линия - Телеком, 2006. – 192 с.
6. Всеукраїнський Форум «Україна 30. Культура. Медіа. Туризм». День 1, 2021. YouTube. Режим доступа до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=7dfB9JexcfU> (дата звернення: 26.11.2021).
7. Герасимов В. Ценность науки в предвидении: новые вызовы требуют переосмыслить формы и способы ведения боевых действий [Электронный ресурс] / В. Герасимов. – 2013. – Режим доступа до ресурсу: <https://vpk-news.ru/articles/14632> (дата звернення: 26.11.2021).
8. Глосарій назв, термінів та словосполучень, які рекомендовано використовувати у зв'язку з тимчасовою окупацією Російською Федерацією Автономної Республіки Крим, м. Севастополь і окремих районів Донецької та Луганської областей : від 20.10.2021 р. Режим доступа до ресурсу: <https://www.rnbo.gov.ua/files/2021/ГЛОСАРІЙ.pdf> (дата звернення: 26.11.2021).

9. Гриняев С. Интеллектуальное противодействие информационному оружию [Электронный ресурс] / С, Гриняев. – 1999. – Режим доступа до ресурсу: <http://csef.ru/media/articles/1035/1035.pdf> (дата звернення: 26.11.2021).

10. Громадська думка про ситуацію на Донбасі та шляхи відновлення суверенітету України над окупованими територіями (лютий 2020р. соціологія) [Електронний ресурс] // Центр Разумкова. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/gromadska-dumka-pro-sytuatsiiu-na-donbasi-ta-shliakhy-vidnovlennia-suverenitetu-ukrainy-nad-okupovanymy-terytoriiamy-liutyi-2020r> (дата звернення: 26.11.2021).

11. Грушецький А. Ставлення до заборони телеканалів «112», «ZIK» і «NEWSONE»: результати телефонного опитування, проведеного 5-7 лютого 2021 року: звіт [Електронний ресурс] / А. Грушецький // Київський міжнародних інститут соціології. – 2021. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1006&page=1> (дата звернення: 26.11.2021).

12. Грушин Б. Массовое сознание: опыт определения и проблемы исследования. ПОЛИТИЗДАТ, 1987. 368 с.

13. «Деокупація свідомості»: в Україні презентували телеканал для тимчасово окупованих територій [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://uatv.ua/deokupatsiya-svidomosti-v-ukrayini-prezentuvaly-telekanal-dlya-tymchasovo-okupovanyh-terytorij-video/> (дата звернення: 26.11.2021).

14. Детектор медіа. Джерела інформації, медіаграмотність і російська пропаганда: результати всеукраїнського опитування громадської думки. Київ, 2019. 80 с. Режим доступа до ресурсу: [https://detector.media/doc/images/news/archive/2016/164308/DM-KMIS\\_Report\\_05\\_2019\\_web.pdf](https://detector.media/doc/images/news/archive/2016/164308/DM-KMIS_Report_05_2019_web.pdf) (дата звернення: 26.11.2021).

15. Дидушин В. В какой степени сегодня информация СМИ может считаться достоверной? [Електронний ресурс] / В, Дидушин. – 2007. – Режим

доступу до ресурсу: <https://www.psychology-online.net/articles/doc-808.html>  
(дата звернення: 26.11.2021).

16. Доктрина інформаційної безпеки Російської Федерації. Міністерство іноземних справ Російської Федерації. Режим доступу до ресурсу: [https://www.mid.ru/foreign\\_policy/official\\_documents/-/asset\\_publisher/CptICkV6BZ29/content/id/2563163](https://www.mid.ru/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptICkV6BZ29/content/id/2563163) (дата звернення: 26.11.2021).

17. Донецький ін-т інформації. Дискусія «Дезінформація у когнітивному просторі українського суспільства: які наративи поширюються та як їх відкривати», 2020. Facebook. Режим доступу до ресурсу: <https://www.facebook.com/diidnua/videos/1752480808232825> (дата звернення: 26.11.2021).

18. Доценко Е. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита : монографія. Москва : Издательство МГУ, 1997. 344 с. Режим доступу до ресурсу: [https://stavroskrest.ru/sites/default/files/files/books/psihologia\\_manipulacii.pdf](https://stavroskrest.ru/sites/default/files/files/books/psihologia_manipulacii.pdf)  
(дата звернення: 26.11.2021).

19. Дьюи Д. Психология и педагогика мышления. Москва : Совершенство, 1997. 208 с. Режим доступу до ресурсу: [https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Pedagog/mysl/index.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pedagog/mysl/index.php) (дата звернення: 26.11.2021).

20. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда / Э. Дюркгейм. – Москва: Канон+РООИ "Реабилитация", 1996. – 432 с.

21. Забути про Україну: що писали про нашу державу західні ЗМІ та рупори розпропаганди [Електронний ресурс] // Європейська правда. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2018/05/15/7081716/> (дата звернення: 26.11.2021).

22. Золотухин В., Логинова Г. К вопросу о природе и сущности гибридной войны в современном мире: философско-культурологический аспект: наук. ст.

Режим доступа до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-prirode-i-suschnosti-gibridnoy-voyny-v-sovremennom-mire-filosofsko-kulturologicheskiiy-aspekt/viewer> (дата звернення: 26.11.2021).

23. Каландаров К. Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов [Электронный ресурс] / К. Каландаров – Режим доступа до ресурсу: <https://bookap.info/psywar/kalandarov/#o> (дата звернення: 26.11.2021).

24. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием / С. Кара-Мурза. – Москва: Алгоритм, 2000. – 864 с.

25. Ласвелл Г. Техника пропаганды в мировой войне / Г. Ласвелл. – Москва: Государственное издательство, 1929. – 199 с. Режим доступа до ресурсу: [https://cardkit.ru/sites/default/files/page/files/tehnika\\_propagandi\\_v\\_mirovoy\\_voyni\\_file.pdf](https://cardkit.ru/sites/default/files/page/files/tehnika_propagandi_v_mirovoy_voyni_file.pdf) (дата звернення: 26.11.2021).

26. Лебон Г. Психология народов и масс. Санкт-Петербург: Питер, 2015. 224 с.

27. Липпман У. Общественное мнение [Электронный ресурс] / У. Липпман – Режим доступа до ресурсу: [https://mcocos.ru/static/books/Walter\\_Lippman.pdf](https://mcocos.ru/static/books/Walter_Lippman.pdf) (дата звернення: 26.11.2021).

28. Магда Є. Виклики гібридної війни: інформаційні вимір [Електронний ресурс] / Є. Магда // Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. – 2014. – Режим доступа до ресурсу: [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=FILA=&2\\_S21STR=Nzizvru\\_2014\\_5\\_29](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=FILA=&2_S21STR=Nzizvru_2014_5_29) (дата звернення: 26.11.2021).

29. Майерс Д. Социальная психология [Электронный ресурс] / Д. Майерс – Режим доступа до ресурсу: [https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Psihol/mayers/index.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/mayers/index.php) (дата звернення: 26.11.2021).

30. Малишевский Н. Технология и организация выборов / Н. Малишевский. – Минск: Харвест, 2003. – 256 с.

31. Міністерство інформаційної політики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://mip.gov.ua/content/pro-ministerstvo.html> (дата звернення: 26.11.2021).

32. Мосс М. Общества Обмен Личность. Труды по социальной антропологии / пер. з фр. А. Гофман. Москва : Книжный дом Москва, 2011. Режим доступу до ресурсу: [http://static.iea.ras.ru/books/Ethnographic\\_library/Marsel\\_Moss\\_Obschestva\\_Obm\\_en\\_Lichnost\\_Trudy\\_po\\_sotsialnoy\\_antropologii.pdf](http://static.iea.ras.ru/books/Ethnographic_library/Marsel_Moss_Obschestva_Obm_en_Lichnost_Trudy_po_sotsialnoy_antropologii.pdf) (дата звернення: 26.11.2021).

33. Ольшанский Д. Психология масс. Санкт - Петербург: Питер, 2002. 368 с. Режим доступу до ресурсу: [https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Psihol/olshansk/01.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/olshansk/01.php) (дата звернення: 26.11.2021).

34. Опришко Л., Сафаров А., Чуранова О. Правила світу інформації: як українським медіа наблизитися до європейських стандартів: навч. посіб. для журналістів. Київ : «К.І.С.», 2019. 112 с. Режим доступу до ресурсу: <https://rm.coe.int/fm-informationrules-2019-web-final/168098e10f>

35. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / пер. А. Гелескула. Режим доступу до ресурсу: [https://pstgu.ru/download/1180624504.vosstanie\\_mass.pdf](https://pstgu.ru/download/1180624504.vosstanie_mass.pdf) (дата звернення: 26.11.2021).

36. Панкратов В. Манипуляции в общении и их нейтрализация [Електронний ресурс] / В. Панкратов // Издательство Института Психотерапии. – 2000. – Режим доступу до ресурсу: <http://nkozlov.ru/book/psychology-d4579.html>.

37. Першин Ю.Ю. — Записки о «гибридной войне» // Вопросы безопасности. – 2016. – № 4. – С. 63 - 85. DOI: 10.7256/2409-7543.2016.4.19510 Режим доступу до ресурсу: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=19510](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=19510) (дата звернення: 26.11.2021).

38. Пильцер П. Безграничное богатство. Теория и практика «экономической алхимии» [Електронний ресурс] / П. Пильцер – Режим

доступу до ресурсу: [http://iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/page\\_1401.html](http://iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/page_1401.html) (дата звернення: 26.11.2021).

39. Почепцов Г. Информационные войны / Г. Почепцов., 2000. – 576 с.

40. Проект Закону про медіа № 2693-д. Офіційний портал Верховної Ради України. Режим доступу до ресурсу: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=69353](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=69353) (дата звернення: 26.11.2021).

41. Проект (неофіційний текст) Концепції інформаційної безпеки України [Електронний ресурс] // Liga 360. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://ips.ligazakon.net/document/NT1607> (дата звернення: 26.11.2021).

42. Пропаганда и свобода массовой информации [Електронний ресурс] // Бюро Представителя по вопросам свободы СМИ ОБСЕ. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.osce.org/files/f/documents/d/6/219726.pdf>.

43. Психология толп. Москва : КСП+, 1998. 416 с. Режим доступу до ресурсу: <http://kyiv-heritage-guide.com/sites/default/files/ТАРД%20-%20Мнение%20и%20толпа.pdf> (дата звернення: 26.11.2021).

44. Репко С. Война и пропаганда (XV-XX вв.): моногр. / С. Репко. – Москва: Новости, 1999. – 436 с. Режим доступу до ресурсу: <http://csef.ru/media/articles/6581/9cff9246d2b56a0ff05d97a21a90dc4d.pdf>

45. Сазонов В. Роль информационных операций Кремля в гибридной войне против Украины / В. Сазонов // Українське суспільство в умовах війни: виклики сьогодення та перспективи миротворення / В. Сазонов. – Маріуполь: ДонДУУ, 2017. – С. 239–243. Режим доступу до ресурсу: <http://eportfolio.kubg.edu.ua/data/conference/2198/document.pdf> (дата звернення: 26.11.2021).

46. Сигеле С. Преступная толпа. Опыт коллективной психологии [Електронний ресурс] / С. Сигеле – Режим доступу до ресурсу: <https://www.rulit.me/books/prestupnaya-tolpa-opyt-kollektivnoj-psiologii-read-14590-1.html> (дата звернення: 26.11.2021).

47. Сидоренко Е. Тренинг влияния и противостояния власти: авторская концепция / Е. Сидоренко. – Санкт - Петербург: Речь, 2004. – 256 с.
48. Сороченко В. Энциклопедия методов пропаганды [Электронный ресурс] / В. Сороченко – Режим доступа до ресурсу: [https://royallib.com/read/sorochenko\\_viktor/entsiklopediya\\_metodov\\_propagandi.html#0](https://royallib.com/read/sorochenko_viktor/entsiklopediya_metodov_propagandi.html#0).
49. Соснин В. Как стать хозяином положения: анатомия эффективного общения [Электронный ресурс] / В. Соснин, П. Лунев // Академия. – 1996. – Режим доступа до ресурсу: [https://www.phantastike.com/practic\\_psychology/kak\\_stat\\_hozyainom\\_polojeniya/html/](https://www.phantastike.com/practic_psychology/kak_stat_hozyainom_polojeniya/html/)
50. Ткаченко О. [Заборонена «Трійка Медведчука», що називала себе «Медіахолдинг «Новини» натягнула нову маску.]. Режим доступа до ресурсу: <https://t.me/otkachenkokyiv/541> (дата звернення: 26.11.2021).
51. Тоффлер Э. Третья волна / пер. з англ. А. Мирер. 2004.
52. Указ Президента України про рішення Ради національної безпеки і оборони України «Про Стратегію інформаційної безпеки». Законопроект. Режим доступа до ресурсу: <https://mkip.gov.ua/files/pdf/45698712365.pdf> (дата звернення: 26.11.2021).
53. Указ Президента України №47/2017 про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України» Режим доступа до ресурсу: <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> (дата звернення: 26.11.2021).
54. Україна: 30 років на європейському шляху / Ю.Якименко [та ін.]; Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, — К.: Заповіт, 2021, — 392 с.
55. Український кризовий медіа-центр [Електронний ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://uacrisis.org/ru/pro-nas> (дата звернення: 26.11.2021).

56. Український центр економічних і політичних досліджень ім. Олександра Разумкова. Україна: 30 років на європейському шляху : дослідження. Київ : Заповід, 2021. 392 с. Режим доступу до ресурсу: <https://razumkov.org.ua/uploads/2021-nezalezhnist-30.pdf> (дата звернення: 26.11.2021).

57. Уледов А. Духовная жизнь общества. Методологические проблемы исследования. Москва: Мысль, 1980.

58. Філософський словник. Київ: УРЕ, 1973. 599 с.

59. Цехановська О. Динаміка російських нарративів про Україну та їх експорт в український медіа-простір: звіт [Електронний ресурс] / О. Цехановська, Л. Цибульська // Український кризовий медіа-центр. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://drive.google.com/file/d/15S3n--3ZgyPTHanoCLBUq9XuUN4BebtN/view> (дата звернення: 26.11.2021).

60. Цыганков П. «Гибридная война»: политический дискурс и международная практика: науч. ст. [Електронний ресурс] / П, Цыганков. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/gibridnaya-voyna-politicheskiy-diskurs-i-mezhdunarodnaya-praktika/viewer>.

61. Человек и его символы / [К. Юнг, Д. Хендерсон, А. Яффе та ін.].. – 199 с.

62. Чернецька С. Як розпізнати пропаганду в ЗМІ: брошура [Електронний ресурс] / С. Чернецька. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://go.detector.media/yak-rozpiznati-propagandu-v-zmi-broshura/> (дата звернення: 26.11.2021).

63. Шаравов И. Информационное оружие и информационна война в современных условиях / И, Шаравов. – Москва: Безопасность, 1999.

64. Эко У. Полный назад! «Горячие войны» и популизм в СМИ / пер. з італ. Е. Костюкович. Москва: Эксмо, 2007. 592 с.

65. Як змінились уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019р. та початку пандемії COVID-19 (серпень 2020р.): дослідження [Електронний ресурс] // Центр Разумкова. – 2020. –

Режим доступу до ресурсу: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminylys-upodobannia-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r> (дата звернення: 26.11.2021).

66. A Propaganda Model [Електронний ресурс] // Excerpted from Manufacturing Consent. – 1988. – Режим доступу до ресурсу: <https://chomsky.info/consent01/> (дата звернення: 26.11.2021).

67. Attack by Stratagem. // Sun Tzu on the Art of War / – England: Allandale Online Publishing, 2000. – С. 8–11. Режим доступу до ресурсу: [https://sites.ualberta.ca/~enoch/Readings/The\\_Art\\_Of\\_War.pdf](https://sites.ualberta.ca/~enoch/Readings/The_Art_Of_War.pdf) (дата звернення: 26.11.2021).

68. Bernays E. Propaganda / E. Bernays. – New York: Horace Liveright, 1928. – 150 с. Режим доступу до ресурсу: [https://www.voltairenet.org/IMG/pdf/Bernays\\_Propaganda\\_in\\_english\\_.pdf](https://www.voltairenet.org/IMG/pdf/Bernays_Propaganda_in_english_.pdf) (дата звернення: 26.11.2021).

69. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European economic and social Committee and the Committee of the regions on the European democracy action plan [Електронний ресурс] // European Commission. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2020%3A790%3AFIN&qid=1607079662423> (дата звернення: 26.11.2021).

70. Complex crises call for adaptable and durable capabilities. // The military balance. The annual assessment of global military capabilities and defense economics /, 2015. – С. 2–7.

71. East StratCom Task Force [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://euvsdisinfo.eu/uk/category/blog-uk/.\(EUvsDisinfo\)](https://euvsdisinfo.eu/uk/category/blog-uk/.(EUvsDisinfo)) (дата звернення: 26.11.2021).

72. European Parliament resolution of 23 November 2016 on EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties (2016/2030(INI)) [Електронний ресурс] // European Commission. – 2018. –

Режим доступа до ресурсу: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016IP0441> (дата звернення: 26.11.2021).

73. European Parliament resolution on foreign electoral interference and disinformation in national and European democratic processes [Електронний ресурс] // European Parliament. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/B-9-2019-0108\\_EN.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/B-9-2019-0108_EN.html) (дата звернення: 26.11.2021).

74. Hoffman F. Conflict in the 21st century: the rise of hybrid wars / F. Hoffman. – Virginia: Potomac institute for Policy Studies, 2007. – 72 с. Режим доступа до ресурсу: [https://www.potomac institute.org/images/stories/publications/potomac\\_hybridwar\\_0108.pdf](https://www.potomac institute.org/images/stories/publications/potomac_hybridwar_0108.pdf) (дата звернення: 26.11.2021).

75. IFJ Global Charter of Ethics for Journalists [Електронний ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists.html> (дата звернення: 26.11.2021).

76. Joint Framework on countering hybrid threats a European Union response [Електронний ресурс] // European Commission. – 2016. – Режим доступа до ресурсу: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016JC0018> (дата звернення: 26.11.2021).

77. Kroker A. Data Trash: The Theory of the Virtual Class [Електронний ресурс] / A. Kroker, M. Weinstein – Режим доступа до ресурсу: <https://www.thing.net/~rdom/ucsd/posthuman/DATATRASH.pdf> (дата звернення: 26.11.2021).

78. Kroker A. Life in the wires: screens in the wires [Електронний ресурс] / A. Kroker, M. Kroker – Режим доступа до ресурсу: [https://dspace.library.uvic.ca/bitstream/handle/1828/7115/Kroker\\_Arthur\\_LifeInTheWires\\_2004.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://dspace.library.uvic.ca/bitstream/handle/1828/7115/Kroker_Arthur_LifeInTheWires_2004.pdf?sequence=4&isAllowed=y) (дата звернення: 26.11.2021).

79. Landler M. NATO Chief Warns of Duplicity by Putin on Ukraine [Електронний ресурс] / M. Landler, M. Gordon // The New York Times. – 2014. – Режим доступа до ресурсу:

<https://www.nytimes.com/2014/07/09/world/europe/nato-chief-warns-of-duplicity-by-putin-on-ukraine.html> (дата звернення: 26.11.2021).

80. Masuda Y. The Information Society as Post-industrial Society / Y. Masuda. – Washington: World Future Society, 1981. – 165 с. Режим доступу до ресурсу: [https://books.google.com.ua/books?id=yнкmIxF1G3AC&printsec=copyright&hl=ru&source=gbs\\_pub\\_info\\_r#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=yнкmIxF1G3AC&printsec=copyright&hl=ru&source=gbs_pub_info_r#v=onepage&q&f=false) (дата звернення: 26.11.2021).

81. Murray W. Hybrid Warfare in History / W. Murray, P. Mansoor // Hybrid warfare : fighting complex opponents from the ancient world to the present / W. MURRAY, P. MANSOOR. – New York: Cambridge university press, 2012. – С. 2–10.

82. Richter A. The Relationship between Freedom of Expression and the Ban on Propaganda for War / A. Richter // European Yearbook on Human Rights / A. Richter.. – С. 489–505. Режим доступу до ресурсу: <https://www.osce.org/files/f/documents/c/3/168351.pdf> (дата звернення: 26.11.2021).

83. Robins-Early N. How To Recognize A Fake News Story [Електронний ресурс] / N. Robins-Early // The Huffington Post. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.huffpost.com/entry/fake-news-guide-facebook\\_n\\_5831c6aae4b058ce7aaba169?ir=Media&utm\\_hp\\_ref=media](https://www.huffpost.com/entry/fake-news-guide-facebook_n_5831c6aae4b058ce7aaba169?ir=Media&utm_hp_ref=media) (дата звернення: 26.11.2021).

84. Russian information operations against Ukrainian Armed forces and Ukrainian countermeasures (2014–2015) / V.Sazonov, H. Mölder, K. Müür, A. Saumets. – Tartu: Eesti Ülikoolide Kirjastus, 2017. – 136 с. Режим доступу до ресурсу: [https://www.kvak.ee/files/2019/06/ENDC\\_occasional\\_6\\_trykki.pdf](https://www.kvak.ee/files/2019/06/ENDC_occasional_6_trykki.pdf) (дата звернення: 26.11.2021).

85. Sazonov V. Russian Information Warfare against Ukraine I: Online News and Social Media Analysis / V. Sazonov, K. Müür, H. Mölder // Russian information campaign against Ukraine state and defence force: combined analysis / V. Sazonov, K. Müür, H. Mölder. – Tartu: Estonian National Defence College, 2016. – (Prepared by the NATO Strategic Communication Centre of Excellence). – С. 66–116. Режим

доступу до ресурсу: [https://www.ksk.edu.ee/wp-content/uploads/2017/02/Report\\_infoops\\_08.02.2017.pdf](https://www.ksk.edu.ee/wp-content/uploads/2017/02/Report_infoops_08.02.2017.pdf) (дата звернення: 26.11.2021).

86. Smith D. Deleuze, Technology, and Thought: abstract / D. Smith., 2018. – 18 с.

87. StopFake - українською. Просвітницьке відео: "Перевірйй — голову не втрачай!" [Електронний ресурс] / StopFake - українською // YouTube. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=M8tAbZJety8> (дата звернення: 26.11.2021).

88. Szafranski R. A Theory of Information Warfare: Preparing for 2020 [Електронний ресурс] / R. Szafranski – Режим доступу до ресурсу: <https://nsarchive.gwu.edu/document/17602-col-richard-szafranski-theory-information> (дата звернення: 26.11.2021).

89. The European Centre of Excellence for Countering Hybrid Threats (Hybrid CoE) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.hybridcoe.fi/> (дата звернення: 26.11.2021).

90. The Thomson Reuters Foundation. Україна: дослідження споживання та сприйняття медіаконтенту / The Thomson Reuters Foundation., 2021. – 27 с. Режим доступу до ресурсу: [https://epim.trust.org/application/velocity/\\_newgen/assets/TRFUkraineReport\\_UKRAINE.pdf](https://epim.trust.org/application/velocity/_newgen/assets/TRFUkraineReport_UKRAINE.pdf) (дата звернення: 26.11.2021).

91. Wither J. Making Sense of Hybrid Warfare: JOURNAL ARTICLE [Електронний ресурс] / J. Wither // Connection: the Quarterly Journal. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.jstor.org/stable/26326441?seq=1#metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/26326441?seq=1#metadata_info_tab_contents) (дата звернення: 26.11.2021).