

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

**ПРОПАГАНДА ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ
РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ**

Кваліфікаційна робота
зі спеціальності 052 – Політологія
освітнього рівня «Бакалавр»

студентки
IV курсу ОР «Бакалавр»
денної форми навчання
Марії ЛАЗОРЕНКО

Науковий керівник
кандидат політичних наук, доцент
Олена ПОЛОВКО

Допущено до захисту:

Завідувач кафедри _____

Київ – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИ.....	5
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ ПРОТИ УКРАЇНИ	14
РОЗДІЛ 3. СУТНІСТЬ КОНТРПРОПАГАНДИ ЯК СКЛАДОВОЇ ПРОТИДІЇ РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДИ В УКРАЇНІ	39
ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. 21 століття можна охарактеризувати як інформаційну або навіть дезінформаційну епоху. Адже інформація оточує нас звідусіль, її так багато, як не було ніколи раніше, але окрім очікуваних переваг ми отримали ще дещо. Дезінформація, ботоферми, таргетована політична реклама, глибинні фейки та безкінечні психологічні атаки – все це є зброєю в руках пропагандистів. Ми маємо великий доступ до інформації, але таке відчуття, що факти втратили свою силу. Постправда – це слово, яке чудово характеризує наш час, адже факти наразі впливають на суспільну думку набагато менше, ніж емоції чи особисті переконання.

Воєнна агресія, окупація території, інформаційна війна, пропаганда, дезінформація – це ті виклики, з якими зіштовхнулись Україна у 2014 році. Відмова Януковича підписувати Угоду про асоціацію з Європейським Союзом та побиття студентів на Майдані поклали початок Революції Гідності, яка хоч і асоціюється в нас з страшними втратами, визначила демократичний курс держави. Подальша ж воєнна агресія на Сході України стала підтвердженням того, що РФ веде війну проти України одразу на декількох фронтах: воєнному та інформаційному. Звичайно російська пропаганда працювала на території України і до воєнної агресії, більше того, вона є однією з причин можливості окупації Криму та частини Донецької і Луганської областей. Але саме з початком воєнних дій на території України вона стала одним із основних засобів ведення інформаційної війни, а отже, захоплення несвідомих умів українських громадян.

Пропаганда – це один з основних засобів ведення війни та захоплення чужих територій Російською Федерацією. Саме вона допомагає просувати ідею «русского мира» та захоплювати не лише території, але й політичну свідомість російськомовних громадян, які все ще ментально перебувають в СРСР. Так відбувалось в Молдові 1992 р., в Грузії у 1992 р. та 2008 р., так само сталося і з Україною у 2014 році. Саме тому дослідження цієї теми є актуальним у 2021 році, на 8 році війни. Адже для того, щоб не дати

розповсюджуватись російській пропаганді надалі, а також ефективно з нею боротись, треба розуміти що це, за якими механізмами вона працює і найголовніше – знати як їй протидіяти.

Об'єктом дослідження виступає інформаційна війна Російської Федерації проти України.

Предмет дослідження – пропаганда як інструмент інформаційної війни Російської Федерації проти України.

Метою даної кваліфікаційної роботи є комплексне розкриття сутності пропаганди як інструменту інформаційної війни Російської Федерації проти України.

Мета дослідження конкретизується у наступних завданнях:

- З'ясувати теоретичні засади дослідження пропаганди;
- Розкрити особливості російської пропаганди як інструменту інформаційної війни проти України;
- Виявити сутність контрпропаганди як складової протидії російській пропаганді в Україні.

Методологія дослідження. В процесі написання даної кваліфікаційної роботи були застосовані системний, історичний, порівняльний методи дослідження, а також контент-аналіз. Системний метод дав змогу оцінити пропаганду як цілісне і комплексне явище. Історичний метод використано при розгляді подій, які передували воєнній агресії, в їх хронологічній послідовності. Порівняльний метод дав можливість виокремити спільні риси російської пропаганди в інформаційній війні проти України, Молдови та Грузії. Метод контент-аналізу проявив себе у вивченні змісту матеріалів російських інтернет-ресурсів.

Структура роботи. Кваліфікаційна бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел, що містить 93 найменування. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи 70 сторінок.

1 РОЗДІЛ. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Теоретичні розробки у сфері дослідження пропаганди здійснювали Г. Почепцов, М. Кравчук, Н. Яковлева, П. Померанцев, С. Московічі, С. Кара-Мурза, В. Сороченко, О. Соловійов, М. Кисельов, А. Цуладзе, Г. Лассвел, Ж. Еллюль, Е. Аронсон, Е. Пратканіс, К. Пол, М. Метьюз, праці яких використано у дипломній роботі. В свою чергу, проблемою інформаційних воєн займались Г. Почепцов, С. Расторгуєв, Р. Чирва.

Слово «пропаганда» походить від латинського «propaganda» і означає «те, що має бути поширене» [37, с. 544].

Використання пропаганди бере початок ще задовго до виникнення самого поняття, але ставлення до неї змінювалось час від часу і найчастіше воно зумовлювалось історичними обставинами. Зважаючи на те, що це поняття ввів в обіг Григорій XV, коли заснував Конгрегацію пропаганди віри як комісію кардиналів, які мали нести відповідальність за іноземні місії церкви та поширювати католицизм, то «слово «пропаганда» мало позитивне значення у католицькій традиції та негативне – у протестантських країнах». [46, с. 28].

Доцільно тут згадати і СРСР, де «партійно-державна пропаганда мала ідеологічний характер, але частково сприяла поширенню соціальних знань, тому була певною формою освіти дорослого населення» [61, с. 100].

Термін «пропаганда» отримав широке поширення на початку ХХ століття, коли його стали застосовувати для опису тактики переконання, що використовувалася в ході Першої світової війни, і методів, якими пізніше користувалися тоталітарні режими. Пропаганда була спочатку визначена як поширення упереджених ідей і думок, часто за допомогою брехні і обману. Однак у міру того як вчені почали вивчати тему більш детально, багато хто усвідомив, що пропаганда не є винятковим надбанням «злочинних» і тоталітарних режимів і часто складається не лише з розумних шахрайських прийомів. З тих пір існує багато визначень цього терміну.

Радянські вчені часто підкреслювали істинний характер власної пропаганди і у визначенні цього терміну робили акцент на переконанні і поясненні людям дійсності. Яскравим прикладом може слугувати тлумачення пропаганди Е. П. Прохоровим і П. В. Поздняковим як «цілеспрямоване поширення відомостей, думок, поглядів, теорій, що пояснюють закономірності, характерні риси та явища суспільного життя» [54, с. 13.] Радянський теоретик П. С. Гуревич писав: «пропаганда – історично обумовлена форма політичної та ідеологічної діяльності, котра використовується різними класами, партіями і державами для цілеспрямованого розповсюдження своїх ідей, поглядів і цінностей з метою здійснення впливу на світоглядні уявлення, соціальне орієнтування і поведінку індивідів та соціальних груп» [10, с. 100].

В свою чергу, західні і американські вчені акцентували увагу на маніпулятивній складовій цього явища. Наприклад, Д. Креч і Р. Крачфільд стверджують, що «пропаганда – це специфічна форма стимулювання, яка в разі успіху призводить до навіювання» [83, с. 214]. Подібний тип визначення пропаганди дає інший американський соціальний психолог, К. Янг, який зазначає, що пропаганда є «частиною більш широкого процесу створення легенд і міфів» [93, с. 345]. Аналогічно висловлюється англійський теоретик Л. Фрезер, який стверджує що «пропаганда – це мистецтво примусу людей робити те, чого б вони не робили, якби мали всі відповідні до ситуації данні» [79, с.1].

Один з основоположників сучасної політології Гарольд Ласвел у своїй роботі «Теорія політичної пропаганди» також стисло дає визначення пропаганди: «Пропаганда – це управління колективними настановами через маніпуляцію значущими символами» [85, с. 25].

Український політолог і правознавець В. П. Горбатенко трактує пропаганду як «діяльність, що передбачає системне поширення, поглиблене роз'яснення соціально-політичних, економічних, правових поглядів, ідей, теорій і забезпечує формування в суспільстві певних настроїв, закріплення у

свідомості громадян тих чи інших цінностей, орієнтацій, уявлень з метою максимального розширення кола прибічників відповідної ціннісної системи». [37, с. 544].

Н. І. Яковлєва в своїй дисертації «Пропаганда як складова політичної комунікації» розглядає пропаганду як «комунікативну діяльність, орієнтовану на закріплення у свідомості або трансформацію певних установок, переконань, стереотипів цільової аудиторії за допомогою інформаційних та/або маніпулятивних прийомів, технік, методів з метою досягнення поставлених політичних цілей і завдань». [72].

В свою чергу, робочим визначенням пропаганди в даній дипломній роботі буде дефініція, яку дає Енциклопедичний словник Брітаніка, де зазначається, що «пропаганда – це поширення інформації – фактів, аргументів, чуток, напівправди чи брехні – для впливу на публічну думку. Вона є більш систематичними зусиллями маніпулювання переконаннями, відносинами або діями інших людей за допомогою символів». [92, с. 85]. Ми зупинились на цій дефініції через авторитетність джерела, а також об'єктивний зміст поняття, де зазначається про його маніпулятивну складову.

Для того щоб сформулювати цілісне уявлення про феномен пропаганди, необхідно розглядати його не ізольовано, а комплексно, тобто варто розкрити зміст понять, які пов'язані з пропагандою, а саме: ідеологія, агітація, маніпуляція, інформація і проаналізувати їх взаємозв'язок. А також розмежувати поняття «пропаганда» і «дезінформація», щоб уникнути подальшої плутанини трактувань та дати визначення поняттю «інформаційна війна».

Отож, ідеологія – це система концептуально оформлених поглядів, уявлень, ідей, переконань, цінностей та установок, що виражають інтереси, світогляд та ідеали різних соціальних груп, класів, націй, політичних партій та в яких усвідомлюються і оцінюються відношення людей до дійсності і один до одного, соціальні проблеми і конфлікти, а також містяться цілі соціальної

діяльності, спрямованої на закріплення або зміну існуючих суспільних відносин [37, с. 226].

Агітація – діяльність, яка має на меті вплив на свідомість і настрої широких мас, націлена на мобілізацію людей до практичної реалізації цілей ідеології певної соціальної групи. Агітація реалізується шляхом поширення певних ідей і лозунгів за допомогою наступних засобів: радіо, театр, телебачення, кіно, преса, виступи, образотворче мистецтво (плакати, карикатури тощо), література, музика.

З огляду на розуміння суті пропаганди, агітації та ідеології можна зробити наступні висновки, що характеризують їх взаємодію:

1. Агітація є складовою загального пропагандистського процесу. Вона спрямована закликати до активних дій, тому виконує короткострокові та тактичні завдання, тимчасом як пропаганда має на меті докорінну зміну світобачення людей та орієнтована на досягнення стратегічних цілей.

2. Пропаганда і агітація є необхідними засобами досягнення цілей, носієм яких є ідеологія.

3. Ідеологія, пропаганда і агітація – це ланки єдиного процесу, орієнтованого на практичну реалізацію цілей певних соціальних груп.

Цікавим є те, що якщо у XIX столітті пропаганда виконувала роль поширювача ідеології, то у XX – вже ідеологія починає зводитись навколо дій, розроблених пропагандою. Так сталося, тому що пропаганда перестала підпорядковуватись ідеології і більше не ставить основною метою її поширення.

Слова «пропаганда» та «маніпуляція» часто вживаються як синоніми, але це не зовсім правильно, адже пропаганда – це спосіб маніпуляції. Але маніпуляція – це лише одна зі складових пропаганди.

Маніпуляція як складова частина пропаганди докладно досліджена фахівцями. Е. Аронсон і Е. Р. Пратканіс у книзі «Епоха пропаганди: Механізми переконання, повсякденне використання та зловживання», а також В. Безсонова в роботі «Пропаганда і маніпуляція як інструменти духовного

поневолення» багато уваги приділяють саме цій стороні пропаганди. В контексті пропаганди під маніпуляцією розуміється «мистецтво приховано керувати поведінкою індивіда або суспільства за допомогою цілеспрямованого впливу на психологію, свідомість і інстинкти» [46, с. 30]. Насправді пропагандисти достатньо часто звертаються до маніпуляцій, тому ці слова іноді розглядають як синонімічні.

Важливим поняттям в контексті пропаганди є «інформація». Адже у сучасному світі вона є дуже цінним ресурсом. Можна говорити, що інформація є «сировиною» для пропагандистських повідомлень, базою, яка набуває різноманітних інтерпретацій у процесі переконуючого впливу.

В свою чергу, щодо співвідношення понять «пропаганда» і «дезінформація» дослідники мають різні підходи. Деякі вживають ці поняття як синонімічні, інші ж стараються їх розмежувати. Наприклад, Г. Почепцов пише про те, що «дезінформація є більш сучасним винаходом, ніж пропаганда», хоча й не зазначає конкретних відмінностей між ними. [45, с. 8]

У звіті Government Communication Service Великої Британії запропоновано таку дефініцію «дезінформація – це навмисне створення та поширення неправдивої та/або маніпулятивної інформації, яка має на меті ввести в оману аудиторію, заподіяти шкоди або ж заради політичної, особистої чи фінансової вигоди». [89, с. 4]

Найбільш коректним в контексті даної кваліфікаційної роботи є визначення з аналітичної доповіді «Фейки як інструмент впливу на вибори», підготовленої науковцями з Центру безпекових досліджень Національного інституту стратегічних досліджень, які стверджують, що «дезінформація – це публічне поширення неправдивої інформації, що не була перевірена або в результаті перевірки виявилася неправдивою та має або може мати негативні наслідки для реалізації конституційних прав громадян та/або загрожувати національній безпеці». [15, с. 18]

Отож, можна зазначити, що дезінформація є важливою складовою пропаганди, але окрім неї, пропаганда також може використовувати справжні

факти і правдиві аргументи, хоча метою завжди буде маніпулювання переконаннями і системне поширення ідей та поглядів з метою максимального розширення кількості прибічників відповідної ціннісної системи.

Варто також зупинитись на понятті «інформаційна війна». Расторгуєв С. П. стверджує, що інформаційна війна – це «наявність боротьби між державами за допомогою інформаційної зброї, тобто це відкриті та приховані цілеспрямовані інформаційні впливи систем (держав) одна на одну, з метою отримання переваги в матеріальній сфері, де інформаційні впливи – це впливи за допомогою таких засобів, використання яких дозволяє досягати задуманих цілей» [55, с. 455-456]. Українська дослідниця Чирва Р. вважає, що головним завданням інформаційних воєн є «маніпулювання масами, дезорієнтація та дезінформація громадян, залякування супротивника своєю могутністю» [68, с. 9]. Інформаційна війна здійснюється за допомогою розповсюдження спеціально відібраної та підготовленої інформації, яка необхідним чином впливає на населення, владу та армію опонента. Головна її особливість – це неперервність і можливість проведення навіть у мирний час. Таким чином, метою будь-якої інформаційної війни є послаблення моральних та матеріальних сил противника та посилення власних, а обов'язковою складовою – заходи пропагандистського впливу, що спрямовані на маніпулювання масами.

Пропаганда має свої функції. О. Соловйов називає основними наступні:

- практична активізація свідомості, переведення знань і уявлень політичного актора в сферу поведінкової мотивації;
- управління інтерпретаціями подій на основі переконання реципієнта в правомірності поглядів і позицій комунікатора. Пропагандисту важливо перебудувати сприйняття реципієнта, щоб створити для себе перевагу, а не лише проінформувати його. В публічній політиці пропаганда нав'язує масовій аудиторії певні зразки мислення, оцінювання та діагностики подій, щоб забезпечити ідеологічний контроль та уніфікацію політичного мислення громадян.

- контроль за свідомістю, що перетворює пропаганду в певний інструмент більш загального, політичного контролю, який допомагає залучати прихильників тих чи інших ідей і підтримки їх підлеглого положення;
- боротьба з ідейними противниками;
- нейтралізація ворожих дій. В цьому випадку структура і зміст пропагандистського впливу спеціально будується таким чином, щоб придушити політичні позиції опонентів, знизити мобілізуючий вплив їх програм, мети, цінностей. [36, с. 106].

Характер виконання вищезгаданих функцій залежить від особливостей суб'єкта пропаганди та зовнішніх умов. У певних країнах або у відповідні політичні періоди деякі функції можуть взагалі не здійснюватися.

Зважаючи на емоції, які у людей пробуджує пропаганда, російський соціолог А. Цуладзе розрізняє позитивну і негативну пропаганду.

Позитивна пропаганда, яку дослідник також називає конструктивною, доносить до споживача ідеї та переконання в зрозумілій формі. Її мета – це сприяння соціальній злагоді, гармонії, вихованню людей відповідно до загальноновизнаних цінностей. Основними функціями позитивної пропаганди є інформаційна, освітня та роз'яснювальна. Вона спрямована на забезпечення інтересів аудиторії, якій адресована, а не обмеженій кількості пропагандистів. Цей тип пропаганди не терпить брехні і приховування правдивої інформації, а також не має перед собою маніпулятивних цілей.

В свою чергу, негативна (деструктивна) пропаганда працює за принципом «мета виправдовує засоби». Її метою є розпалювання соціальної ворожнечі, поглиблення соціальних конфліктів та загострення протиріч у суспільстві. Саме це дозволяє роз'єднати людей, зробити їх лояльними до ідей пропагандиста. В цьому контексті часто використовують технологію створення «образу ворога», яка дає можливість об'єднати суспільство навколо пропагандиста та нав'язати вигідні йому ідеї, переконання та стереотипи. Основна функція негативної пропаганди – це створення вигаданої реальності, з перевернутою системою цінностей, переконань, поглядів, яка буде вигідна

пропагандисту. Цей вид пропаганди користується низькою критичністю мислення мас і тим, що вони легко підпадають під чужий вплив для того, щоб маніпулювати ними в інтересах вузької групи осіб. [67, с. 101]

Варто зауважити, що інтерпретація позитивної і негативної пропаганди російським соціологом Цуладзе А. не зовсім обґрунтована, так як в дійсності позитивна пропаганда відрізняється від негативної тільки тим, що вона не використовує пряму брехню, але також активно, як і негативна, маніпулює масами і приховує деякі факти. У той же час, технологія створення «образу ворога» може виконувати позитивну функцію, якщо вона використовується для об'єднання широких мас задля захисту своєї Вітчизни від зовнішньої агресії.

Ласуел Г. класифікував пропаганду за критерієм ідентифікованості джерела:

«Біла» пропаганда. Джерело інформації є відкритим, зазвичай це заяви уряду, президента, парламенту, офіційних осіб.

«Сіра» пропаганда. Пропагандист для розповсюдження повідомлень використовує сторонні джерела, наприклад, неурядові ЗМІ чи громадські організації.

«Чорна» пропаганда. Джерело є несправжнім, тобто інформація поширюється від третьої особи. Зазвичай використовується для дискредитації супротивників. Ворогу приписуються висловлювання або оцінки, протилежні думці його цільової аудиторії, електорату. [85]

Французький філософ і соціолог Жак Еллюль виокремлював вертикальну та горизонтальну пропаганду, а також раціональну та ірраціональну. Вертикальна пропаганда має «верхівку» та поширюється зверху вниз через ЗМІ. Горизонтальна ж пропаганда реалізується в колективі, тут немає принципу «зверху вниз», адже всі учасники є рівними. [82]

В свою чергу ірраціональна пропаганда спрямована на емоційний тиск на індивіда: його почуття та емоції, а раціональна пропаганда ґрунтується на конкретних фактах, діаграмах, відео- чи фотодоказах і спрямована на

переконання. Зазвичай будь-яка пропаганда поєднує в собі і раціональну і ірраціональну.

Підсумовуючи, ставлення до пропаганди було і залишається різним, наприклад, в католицькій традиції – позитивне, у протестантів – негативне. Широке поширення пропаганда набуває під час Першої світової війни, де її трактують як тактику переконання. Західні науковці роблять акцент на її маніпулятивній складовій, а радянські – на переконанні та поясненні людям дійсності.

Для цілісного уявлення необхідно розуміти зміст понять, пов'язаних з пропагандою, а саме ідеології, агітації, маніпулювання, інформації, дезінформації та інформаційної війни.

Пропаганда має ряд функцій: переведення знань і уявлень політичного актора в сферу поведінкової мотивації; управління інтерпретаціями подій на основі переконання реципієнта в правомірності поглядів і позицій комунікатора, контроль за свідомістю, боротьба з ідейними противниками; нейтралізація ворожих дій.

Існує величезна кількість класифікацій пропаганди, наприклад, позитивна і негативна; «біла», «сіра» і «чорна», вертикальна і горизонтальна, раціональна та ірраціональна.

РОЗДІЛ 2. ЗМІСТ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЮ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ ПРОТИ УКРАЇНИ

Перед тим як перейти до викладу основного матеріалу, необхідно зробити ретроспективу та пояснити передумови виникнення тих подій, які призвели до воєнної агресії.

Події кінця 2013 – початку 2014 рр, а саме революція Гідності, анексія Криму і війна на Донбасі стали драматичними для України. Саме в цей час більшість українців усвідомили, що Російська Федерація – це точно не друг і не брат для України, а ворог, який довго був в режимі очікування. Адже насправді події 2013-2014 рр. стали лише каталізатором, а інформаційна війна проти України почалась за довго до того, як ми почули перші постріли.

Відносини України та Росії мають довгу та суперечливу історію. Їх провідним змістом було і залишається бажання Росії (в різних її формах: Російської імперії, ССРСР, РФ) перешкодити становленню української державності та асимілювати українців.

Російська еліта розглядає факт набуття Україною незалежності в 1991 році як непорозуміння, яке потрібно виправити. За визначенням Володимира Путіна розпад ССРСР і незалежність України – це «найбільша геополітична катастрофа ХХ століття». Горбулін В. в своєму аналітичному матеріалі «Крим. Війна: передумови російської агресії» стверджує, що більшість російських громадян підтримують точку зору Путіна. Більше того, «в січні 2016 р. згідно з результатами соціологічних опитувань 64% росіян підтримують агресію проти України». [9]

Від самого початку української незалежності РФ потроху почала вкидати в інформаційний простір наративи про те, що надважливою задачею для них є відновлення контролю над Києвом – «матір'ю городів руських», прабатьківщини східнослов'янського православ'я. 26 серпня 1991 р (тобто вже через 2 дні після прийняття українським парламентом Акту проголошення незалежності України) прес-секретар Єльцина Воцанов П. обнародував офіційну позицію Кремля щодо того, що «Росія залишає за собою право

порушити питання про перегляд кордонів із союзними республіками». Більше того, як зазначає В. Горбулін: «28 серпня 1991 р. віце-президент РФ О. Руцької на чолі офіційної делегації РРФСР прибув до Києва з метою примусити керівництво України відмовитися від щойно проголошеної незалежності, також погрожуючи переглядом кордонів у разі відокремлення України від Росії». [9]

Після цього протягом 1992-1993 років Російська Федерація оформила свої територіальні претензії до України у вигляді офіційних рішень вищих державних органів РФ, таких як постанови: «Про правову оцінку рішень вищих органів державної влади РРФСР щодо зміни статусу Криму, прийнятих у 1954 році» 1992 р., «Про статус міста Севастополя» 1993 р. і т. д.

Після того, як до влади прийшов Володимир Путін, російсько-українські відносини лише загострилися. Їх можна описати як аб'юзивні і токсичні, адже час від часу ставались кризи, які провокувала Росія з метою мати все більший вплив на нашу державу, коли ж кризи вирішувались, то починалось коротке затишшя, а потім все повторювалось знову. Прикладами таких криз є:

- конфлікт 2003 р. спричинений спорудженням Росією дамби в Керченській протоці до Тузли та щодо приналежності цього острова;
- у 2004 р. вперше розіграно карту «східноукраїнського сепаратизму», коли Луганська обласна рада проголосувала за створення Південно-східної республіки. Після того у місті Северодонецьк на з'їзді депутатів всіх рівнів з 17 регіонів України, в якому брала участь делегація з РФ (яку очолював тодішній мер Москви Лужков), обговорювалось створення Південно-східної федеративної держави зі столицею у Харкові [9];
- «газові війни» 2005-2006 рр, 2008-2009 рр, 2013-2014 рр. щодо умов постачання природного газу з Росії в Україну та його транзиту в Європу. Під час першої «газової війни» у 2005 році Російська Федерація намагалась дискредитувати Україну перед Заходом і виставити її як нечесного транзитера газу. Росія хотіла просунути ідею щодо необхідності будівництва альтернативних газопроводів. По суті питання

газу завжди було одним із основних засобів для політичного тиску на Україну;

- «сирна війна» 2012 року, яка була викликана заявою санітарного лікаря РФ Онищенко Г. щодо низької якості українських сирів і заборонаю їх імпорту на деякий час. Ця ситуація також була використана як інструмент економічного тиску.
- торгівельно-експортна блокада України Російською Федерацією у серпні 2013 року, коли митна служба Росії внесла всіх українських імпортерів до списку «ризикованих», що призвело до повної блокади українських товарів.

Це лише декілька прикладів, яких насправді за час незалежності було безліч. Варто зазначити, що основним засобом, який допомагав втілити у життя всі ці провокації була налагоджена машина кремлівської пропаганди.

Російська пропаганда є наслідницею радянської пропаганди, але також використовує досвід інших авторитарних та тоталітарних режимів. Наприклад, можна чітко прослідкувати дотримання принципів пропаганди Йозефа Геббельса російськими пропагандистами, а саме:

- пропаганда має бути спланованою та керуватись з однієї інстанції;
- чорну пропаганду слід використовувати у тому випадку, коли біла є неможливою або не дає необхідного ефекту;
- пропаганда має характеризувати події та людей відмітними фразами або гаслами;
- для кращого сприйняття пропаганда повинна викликати цікавість у аудиторії та передаватись через привабливе увазі середовище комунікацій.

Почепцов Г. зазначає, що «російські інформаційні операції базуються на рефлексивному управлінні супротивником, в основі якого лежить управління сприйняттям». [45, 144 с.] Вони підштовхують людей інтерпретувати реальність на основі зміненого сприйняття. Сталінська пропаганда, яку можна вважати передтечією актуальної російської, робила те

саме: заставляла людей бачити не те, що було насправді, а те, що могло би бути. В СРСР тиражувалась лише інформація, яка була дозволеною. Носії недозволеної «некорисної» для режиму інформації були піддані репресіям у 1937 році, щоб вся пам'ять була не із життя, а із книг, газет, підручників. Для Сталінської пропаганди було неважливо чи існував факт насправді, адже історію можна переписати. Ідеологія, мистецтво, наука, медіа, література та освіта були зброєю в руках режиму. Почепцов Г. стверджує, що «радянська історія оперує віртуальностями, а не реальностями. Це і панфіловці, і Павлік Морозов, і Зоя Космодем'янська. Тобто пропаганда була настільки сильною, що вона вимила всю реальність, а всі головні персонажі історії не мають під собою доказової бази. Це стосується всієї радянської історії: як сталінської, так і постсталінської». [45, 145 с.] Більше того, путінський режим подібний до сталінського тим, що основним курсом є консолідація суспільства під гаслом воєнної загрози. «Захід» та США – це вороги, які намагаються розвалити Росію, так само як вони зробили це з СРСР.

Отож, кремлівська пропаганда на території України поширювалась протягом всього періоду Незалежності, а після Революції Гідності вона лише набрала більше обертів. Українська науковиця Чирва Р. впевнена, що інформаційна війна почалась задовго до майдану, адже «Кремль вважав, що доля України – це виключно Митний Союз та інтеграція до Росії. Деякі навіть відверто натякали, що губернія у складі Росії – це перспектива для України, а інакше буде беззаконня, розруха, кінець незалежності та крах держави». [68, с. 8]

Міністр оборони Росії Сергій Шойгу у 2015 році назвав ЗМІ Російської Федерації «ще одним видом Збройних сил» і з цим твердженням важко не погодитись [40]. Навіть экс-заступник голови уряду Російської Федерації та экс-міністр друку та інформації Михайло Полторанін підкреслював у коментарі для Голосу Америки про те, що в Росії зараз немає справжньої журналістики. Адже олігархи об'єдналися з Кремлем і стали перекупувати журналістів, перетворивши їх в людей, які повинні обслуговувати господарів.

Він зазначає, що «керівники федеральних телеканалів перетворились на держчиновників, якими командує Кремль саме тому вони подають інформацію таким чином, що наче в Україні править «мафія», від якої походить все зло. А люди з російської глибинки слухають це з відкритими ротами, і у них волосся на голові стає дибки. Наприклад, коли Перший канал видає репортаж про хлопчика, якого нібито «розіп'яли» (на Донбасі)» [2].

Держдепартамент США у 2020 році опублікував спеціальну доповідь «Основи дезінформації і пропаганди Росії», в якій систематизував російську «дезінформаційну і пропагандистську екосистему». Більше того, в анотації до доповіді Російську Федерацію називають «головною загрозою» з точки зору зарубіжної пропаганди, а на Кремль автори документи покладають «пряму відповідальність за культивування системи пропаганди та дезінформації». Взагалі ця доповідь підготовлена Центром глобальної взаємодії (GEC) американського зовнішньополітичного відомства, а її автори виділяють п'ять основних «опор російської пропаганди»:

- офіційні урядові комунікації (заяви Кремля або міністерств, офіційні урядові акаунти в соцмережах);
- глобальне мовлення, що фінансується державою (державні ЗМІ, націлені на російську та зарубіжну аудиторії, іноземні ЗМІ, які фінансуються РФ та міжнародні соціо-культурні установи);
- культивация проксі-ресурсів (проросійські інтернет-ресурси, які мають глобальне охоплення, місцеві ЗМІ, які орієнтовані на конкретну мову, свідомі та несвідомі розповсюджувачі російської пропаганди).
- використання соціальних мереж в якості зброї (проникнення в дискусії всередині іноземної країни, постійні кампанії по підриву довіри до інститутів влади інших держав, розпалювання протестів та громадських заворушень).
- дезінформація в кіберпросторі (хакерські атаки і викиди неправдивої інформації, захоплення і клонування сайтів, створення сайтів-фальшивок, перешкоджання роботі офіційних джерел та ЗМІ).

В доповіді детально описуються схеми взаємодії цих типів пропаганди для збільшення кількості «шкідливого контенту» та створення «ілюзії довіри». Як приклади дезінформації наводяться заголовки російських ЗМІ [80].

Можна стверджувати, що Російська Федерація в контексті інформаційної війни проти України здійснює пропагандистський вплив на 4 цільові групи:

- серед населення, яке проживає в зоні конфлікту, тобто на непідконтрольній Україні частині Донбасу та в окупованому Криму;
- серед населення, яке проживає на території підконтрольній Україні;
- серед громадян Російської Федерації;
- серед міжнародного співтовариства.

В свою чергу, основними джерелами розповсюдження кремлівської пропаганди в Україні виступають:

- Російські телеканали та їх сайти: «Первый канал», «Россия-1», «НТВ», «Россия-24», «РТР-Планета», «Спас», «РЕН ТВ», «Russia today»;
- Російські інтернет-медіа: «Риа новости», «РБК», «Коммерсантъ», «Московский комсомолец», «Vesti.ru», «Это Москвы», «Lenta.ru», «Комсомольская правда», «Русская весна», «Интерфакс», «Ведомости»;
- Російські та проросійські телеграм канали, а також групи у «Вконтакте» та «Facebook»;
- Українські телеканали з умовного «холдингу Медведчука» та їх сайти: «112 Україна», «NewsOne», «Zik»; телеканал «НАШ», який належить проросійському політику Мураєву; телеканал «Інтер», який належить українському олігарху Р. Ахметову;
- Проросійські сайти «Страна.ua», «Вести», «Голос.ua», «Эхо Киева», «Politeka»;
- Проросійські інтернет-ресурси з глобальним охопленням: «Global Research», «News Front», «Геополитика.ру», «Sputnik», «Фонд стратегической культуры», «Новое восточное обозрение», «Катехон», «SouthFront»;

- Проросійські блогери та інфлюенсери: Шарій, Портнов і т.д.

Варто виділити основні наративи та меседжі кремлівської пропаганди.

Їх було поділено на 4 блоки для легшої систематизації.

- ті, які присвячені Революції Гідності;
- ті, які присвячені подіям в Криму та подальшій окупації;
- ті, які присвячені подіям на Донбасі та початку воєнних дій;
- ті, які присвячені Україні в проміжку 2015-2021 рр.

Як джерело для аналізу повідомлень та виокремлення основних наративів щодо Революції Гідності, подій в Криму та на Донбасі, а також меседжей про Україну 2015-2021 рр. було взято сайт RT (Russia Today), адже цей інтернет-ресурс є одним із основних постачальників новин для росіян та російськомовних людей за кордоном. Більше того, це ЗМІ веде мовлення англійською, французькою, німецькою, іспанською та на деяких мовах країн Східної Європи, а також має бюджет більше 300 млн. доларів в рік.

Отож, проаналізувавши новинну стрічку RT за листопад 2013 року – лютий 2014 року на предмет згадок про Майдан, можна прийти до висновку, що основними меседжами щодо Революції Гідності були наступні:

- Україна після Майдану розвалиться, адже там прийшли до влади фашисти і бандерівці;
- Майдан організувала Америка, а фінансувався він Держдепартаментом США;
- Майдан був державним переворотом;
- Майдан організували проти Донбасу і «донецького» президента Януковича, тому українці, які виходили на протести ненавидять жителів Донбасу;
- Нова українська влада є нелегітимною, адже опозиція просто захопила владу;
- Майдан був першопричиною втрати Криму та Донбасу. Україна сама в цьому винна;

- Україні не потрібна Угода про асоціацію, адже ЄС змусить Україну приймати мігрантів, витіснить українську продукцію та знищуватиме виробництво.

Наступною темою для аналізу російських новин була окупація українського півострова. Окупація Криму – це перший акт воєнної агресії після Революції Гідності. Головними кремлівськими меседжами та наративами задля легітимації анексії Криму були:

- Більшість жителів півострова бажали приєднання Криму до Росії ще з перших днів української незалежності;
- Крим – це споконвічно російська земля;
- Підтримка населення збройного захоплення Росією півострова виражається високою явкою на «референдумі» та майже одноголосним голосуванням;
- Доля Криму була вирішена демократичним шляхом – на вільному, легітимному референдумі;
- Голосування кримських татар на референдумі було таким самим, як і всього півострову;
- У населення Криму є право на самовизначення, а це означає, що вони можуть не питати дозволу для того, що відокремитись;
- У 1992 році Крим проголосив свою «незалежність», а отже весь час після того він був окупований Україною;
- В Україні інтереси російськомовних ні в що не ставились.
- Населення Криму саме звернулось до Володимира Путіна з проханням їх захистити;
- Історична роль російського флоту в Севастополі;
- НАТО збирається влаштувати військову базу в Криму;
- Кримські татари хочуть віддати Крим під егіду Туреччини, тому лише Росія може допомогти населенню Криму та захистити «співвітчизників».

Взагалі аналіз інформаційного супроводу окупації Криму в російських та кримських медіа змушує звернути особливу увагу на риторику президента Путіна. У ній яскраво простежується еволюція змістовного наповнення заяв, за якими ховалися справжні наміри. Спочатку Путін (прес-конференція 19 грудня 2013 року) заявляв, що не збирається вводити війська в Крим і приєднати його до Росії. 4 березня на прес-конференції відповідаючи на питання журналістів він сказав, що росіян в Криму немає, «це місцеві сили самооборони», а «схожість форми нічого не значить, адже на пострадянському просторі багато форм схожі на російську».

Поступово його висловлювання коригуються аж до відвертого зізнання про особисте рішення щодо приєднання Криму з обов'язковою ремаркою про те, що російські війська таки були введені в Крим «з благими намірами». 17 листопада 2014 р. в інтерв'ю німецькому журналісту з телеканалу ARD, російський президент сказав, що військові РФ з перших днів брали участь в анексії Криму, більше того, він акцентував на тому, що «ми ніколи не приховували, що наші збройні сили блокували Збройні сили України в Криму». За його словами, робили вони це для того, що забезпечити вільне волевиявлення кримчан на референдумі. Нарешті, в березні 2015 року в пропагандистському фільмі «Крим. Шлях на Батьківщину» Путін В. відверто визнає, що в лютому 2014 року прийняв рішення про «проведення спеціальної операції по поверненню Криму до складу Росії».

Риторика російського президента нагадує ситуацію з книгу Оруелла «1984», де Міністерство Правди, яке фальсифікувало історичні факти і переписувало реальні події, знищувало старі газети та книги для того, щоб населення нічого не помітило. Але у 21 сторіччі не можливо просто знищити всі згадки про якісь слова чи дії. Саме тому можна зазначити, що президент РФ маніпулював масовою свідомістю людей та перекручував факти в свою користь для легалізації анексії Кримського півострова.

Після окупації Криму наступною важливою темою для російської пропаганди були події на Донбасі і початок війни. Варто зазначити, що на

Сході України ще до початку війни готували ґрунт для насадження кремлівських наративів, а за останні 7 років взагалі перетворили непідконтрольні території України на полігон, де російські військові, політтехнологи та спецслужби ставили експеримент над місцевим населенням випробовуючи на них різні варіанти програмування суспільної свідомості. Як зазначають в аналітичній доповіді «Війна на Донбасі: реалії і перспективи врегулювання» в узагальненому вигляді окупаційна ідеологія РФ щодо Донбасу містить три складові:

- Апеляцію до регіональної ідентичності «Донбасу» як особливого регіону, але при тому акцентується увага на його міцних зв'язках з Росією.
- «Пролетарсько-шахтарський» дискурс, який використовує гасла про «соціальну справедливість» та міфи про «чудове радянське життя у єдиній родині народів». В свою чергу, незалежність України подається як історичне непорозуміння та помилка, яку необхідно виправити, а місцевий сепаратизм як історична закономірність і справедливість.
- Мілітаристська радянська риторика, тобто апелювання до спільної перемоги проти нацистів у Великій Вітчизняній війні і чудового керівника Сталіна. Крім того, в «республіках додаються елементи «славної новітньої історії» – «боротьби за незалежність ДНР та ЛНР» [4].

Водночас основними меседжами російської пропаганди щодо подій на Донбасі та подальших воєнних дій були наступні:

- Утиски російськомовних на Півдні та Сході України;
- Націоналісти захопили владу в Києві;
- В Україні громадянська війна, Росія тут ні до чого;
- Російські миротворці;
- Російськомовне населення сходу України повстало на захист свого життя і своєї мови від київської хунти;
- Україна – полігон для випробувань зброї НАТО;

- Українська економіка не виживе без торгівельних зв'язків із Росією;
- Після «Євромайдану» Україна стала полігоном для націоналізму та радикальних рухів;
- Необхідність створення конфедерації народних республік Сходу та Півдня України, так званої «Новоросії»;
- Використання щодо російських воєнних та колабораціоністів таких слів як «народное ополчение», «антифашистский фронт», «армия Новоросії».

Після активних воєнних дій з боку РФ, тобто окупації Криму і початку війни на Донбасі кількість маніпулятивних згадок про Україну в російських новинах лише збільшилась. Найпопулярнішими меседжами та наративами протягом 2015-2021 рр. були наступні:

- В Україні триває громадянська війна, тому українська сторона має говорити не з Росією, а з ватажками ЛНР та ДНР;
- Україна порушує Мінські домовленості;
- Україна покинула громадян, які проживають на Донбасі, а Росія їм допомагає;
- В Україні економічна криза, процвітає хаос та безладдя;
- Для подолання конфлікту Україні необхідна федералізація та закріплення у законодавстві позаблокового статусу;
- Україна винна в катастрофі рейса МН17, а Росія тут ні до чого;
- Відбувається послаблення світової підтримки України, а санкції з Росії скоро знімуть;
- Дискредитація української армії;
- Міф про перемогу: «Спасибо деду за победу», «можем повторить»;
- Критика української влади.

Водночас важливо розуміти, що центральним ядром російської пропаганди є зовнішньополітична доктрина «русского мира», саме з її допомогою розверталась збройна агресія проти України.

Українські дослідники Якубова Л., Головка В. та Примаченко Я. в своїй аналітичній доповіді «Русский мир на Донбасі та в Криму: історичні витoki, політична технологія, інструмент агресії» розглядають поняття «русский мир» у вузькому та широкому значенні. У широкому значенні «русский мир» – це «системна технологія, підпорядкована стратегії російської зовнішньої політики, що передбачає:

- реінтеграцію пострадянського простору до сфери політичного та економічного домінування Росії;
- підвищення впливу РФ на суспільно-політичну ситуацію в державах близького та далекого зарубіжжя, у яких проживають великі російськомовні громади;
- системну дестабілізацію західної цивілізації;
- демонтаж існуючої геополітичної конфігурації, створення нових геополітичних союзів на засадах протистояння поширенню лібералізму та демократії, де концепт русского мира пропонується як новітня ідеологічна основа цивілізаційних воєн майбутнього».[74, с. 20]

В свою чергу, у вузькому значенні «русский мир – це ідеологічний науковоподібний продукт (ідеологема), покликаний обґрунтувати унікальність Росії, русскої цивілізації, росіян та надати ваги їхнім претензіям на лідерство далеко за межами сучасних кордонів Російської Федерації». [74, с. 20]

Отож, у широкому значенні «русский мир» розглядають як політичну технологію, а у вузькому – як ідеологему. Взагалі можна говорити, що основа «русского мира» - це імперські та радянські наративи.

Розмови про ідею «русского мира» йшли ще з 1990-х років, але лиш в 2000-х ідея «русского мира» стає все більш популярною, а вже у 2006 році Володимир Путін в своїй промові зазначає, що «наступний рік проголошений роком російської мови, яка є універсальною основою Російської держави і – ширше – русского мира. Русский мир може і повинен об'єднати усіх тих, кому дороге російське слово і російська культура, де б вони не жили, у Росії чи за її межами,

і до якої б етнічної групи не належали» [28]. Ці слова стали знаковими і по суті з того моменту утвердилась універсальна формула, яка є наразі загальнопоширеною: російська культура = російська держава = російський етнос = російська мова. Як зазначають автори аналітичної доповіді «Русский мир на Донбасі та в Криму: історичні витoki, політична технологія, інструмент агресії»: «в такому вигляді з 2007 року концепт русского мира стає ідеологічною підвалиною путінського режиму і наріжним каменем зовнішньої політики Російської Федерації на пострадянському просторі та, ширше, у сфері впливу занепаłego СРСР» [74, с. 80].

У 2007 році президент РФ у своєму щорічному посланні до Федеральних зборів заявив про те, що російська мова є мовою «історичного братства народів» та міжнародного спілкування, вона є «живим простором багатомільйонного Русского мира, який є значно ширшим, ніж сама Росія». В тому ж році був створений Фонд «Русский мир», основними завданнями якого було проголошено просування російської мови, підтримка російськомовних закордонних ЗМІ, взаємодія з РПЦ та іншими конфесіями задля просування російської мови та культури [16].

Особливий сенс доктрина русского мира набуває з окупацією Криму та початком війни на Донбасі у 2014 році. 7 березня 2014 року прес-секретар Путіна Песков підкреслив, що «Росія – це країна, на якій ґрунтується русский мир, а Путін є гарантом безпеки русского мира» [35].

Наразі концепція русского мира найчастіше використовується саме в контексті державної політики щодо співвітчизників та російськомовних за кордоном. Починаючи з 2000-х офіційна пропаганда все частіше почала спекулювати на темі «захисту російськомовного населення у ближньому зарубіжжі» особливо після «кольорових революцій» у Грузії та Україні. Наступним етапом трансформації ідеї русского мира та захисту російськомовного населення була воєнна агресія щодо Грузії у 2008 році та щодо України у 2014 році. З того часу наявність російськомовного населення дорівнювало приналежності країни до русского мира. По суті русский мир

використовували з метою об'єднання російського народу навколо Путіна та підтримки його зовнішньополітичного курсу на збирання споконвічно російських земель.

Взагалі багато російських політологів, істориків, дослідників присвячують свої праці «русскому миру». Ксенофонов В. в своїй роботі «Русский мир и глобализация» пише про те, що «русский мир об'єднує три братні народи: російський, український та білоруський», а також робить акцент на важливості православ'я як духовного коріння русского мира. [35, с. 173].

Російський історик Нарочницька Н. вважає, що русский мир не обмежується лише росіянами в світовій історії, «русский мир – це зв'язок у часі і просторі, в житті і свідомості тих, хто поєднаний відчуттям співпричетності до всієї багатовікової історії Росії...». [32, с. 55].

Отже, більшість російських дослідників сходяться на думці, що основними підвалинами русского мира є російська мова, російська культура, спільна конфесія – православ'я, спільна історія. Тобто русский мир поєднує в собі культуру, релігію та політику.

Від початку 2014 року ідеологема русского мира була на передньому плані збройного протистояння Російської Федерації. Саме з її допомогою російські пропагандисти намагались знищити в політичному та ідейному плані український суверенітет, підмінити в свідомості людей українство на ідею триєдності русского мира, яка передбачає знищення української державності та поглинання України русским миром.

На жаль, «ментальні громадяни» СРСР не зникли після розпаду Радянського Союзу. Ще досі в пострадянських країнах залишилось багато людей, які ідентифікують себе з неіснуючою державою, а РФ із задоволенням цим користується. І саме ідеологема русского мира використовується для провідного напрямку зовнішньої політики РФ – возз'єднання пострадянського простору. З цією метою останні 30 років Російська Федерація використовує економічну слабкість пострадянських країн, їх залежність від економіки Росії,

незавершеність реформ, які спрямовані на демократизацію, нестабільність, недостатньо розвинуту політичну культуру та внутрішні конфлікти.

Якщо проаналізувати поведінку Росії в Придністров'ї, Абхазії, Південній Осетії, на Донбасі та в Криму, то стає зрозуміло, що РФ використовує один і той самий наратив щодо «захисту прав російськомовних або співвітчизників закордоном» та «миротворчу місію Росії у громадянських конфліктах братніх народів».

Звичайно з роками методи пропагандистської діяльності модернізуються, але зміст залишається незмінним. Наприклад, в Придністров'ї росіяни використовували метод нагнітання страху щодо можливої «румунізації» та «терору» збоку Кишинєва. Аналогічним прийомом вони скористались і в Криму апелюючи до того, що кримські татари хочуть приєднати Крим до Туреччини, а київська влада – це нацисти, які ненавидять кримчан та жителів східної України.

Ще однією схожістю є те, що російські пропагандисти намагались показати, що справжньою причиною конфлікту в Придністров'ї та на Донбасі стали зовнішньополітичний курс влади та мовне питання. Влада Молдови заявляла про те, що хоче зблизитись з Румунією, а українська влада – з Євросоюзом. І наче саме через це громадяни, які були не згодні з «новим» курсом хотіли «від'єднатись» і створити свою «республіку». Хоча насправді, якщо РФ хоче захопити якусь територію чи почати черговий воєнний конфлікт, то привід для цього вона завжди знайде: або вигідає або ж суттєво перебільшить якісь проблеми регіону. Тому як тільки країна, яка належить до сфери інтересів РФ намагається рушити на Захід, то конфлікт, в тому числі воєнний є просто неминучим.

Улюблений наратив Російської Федерації – це те, що російська держава – це «визволитель і миротворець». Можна сказати, що РФ діє за формулою Джорджа Оруела: «мир – це війна», тому в регіонах, в яких задіяні російські «миротворці» рано чи пізно й справді починається війна.

Окрім змістовної частини російської пропаганди, тобто меседжів, наративів та доктрини «русского мира» важливо розглянути також і форму, тобто пропагандистські методи, прийоми і технології.

Сороченко В. у своїй праці «Енциклопедія методів пропаганди» виділяє більше 30 методів, деякі з них будуть проаналізовані в контексті кремлівської пропаганди проти України [62].

Технологія інформаційної блокади – це створення інформаційного вакууму і надання одної точки зору. Це дозволяє забезпечити єдину інтерпретацію подій. Наприклад, в Криму використовували цю технологію по відношенню до українських ЗМІ та телеканалів і таким чином не давали можливості кримчанам почути альтернативну версію.

Основними заходами було позбавлення місцевих теле- та радіокомпаній ліцензій мовлення, стеження, погрози та розправи над журналістами. Що стосується контекстуального блокування, то блокуючий контроль інформаційного простору з боку російських ЗМІ включав:

- контроль назв подій і фактів (окупацію називали «поверненням Криму», прибираючи таким чином агресивність дій РФ)
- контроль візуальної картинки (відсутність у ЗМІ фото та відео жителів Криму, які незадоволені окупацією)
- контроль єдності інтерпретації подій (представлена лише суб'єктивна позиція кореспондентів, журналістів та жителів півострова, які виступають за «приєднання» Криму до Росії)

Використання медіаторів або авторитетів. Це люди, які є лідерами думок: політики, актори, співаки, блогери, представники релігійних конфесій, спортсмени. Дуже часто для поширення російського впливу використовувалась культурна та релігійна сфери. Багато російських виконавців приїжджали в Крим після окупації та в так звані «ЛНР» та «ДНР», наприклад, Філіп Кіркоров, Ольга Бузова, Валерія, Сергій Лазарєв, Лоліта Мілявська. Важливу роль зіграли також УПЦ МП та РПЦ, адже саме вони просували серед своїх прихожан доктрину «русского мира» та міфи про

«братерські народи», дискредитували Україну та Революцію Гідності, маніпулювали інформацією і говорили про «братовбивчу громадянську війну», намагались легітимізувати збройну агресію РФ називаючи це захистом «канонічного православ'я» та «священною війною».

Надзвичайно ефективним прийомом є ефект першості або нанесення випереджувального удару. Ще Геббельс говорив про те, що хто розповість інформацію першим, той і буде правий. У 1925 році американський психолог Лундт сформулював «закон передування», відповідно до якого будь-яке перше повідомлення про ті чи інші факти або ж події справляє сильніший вплив на аудиторію, ніж наступні, адже вони або підтримують або ж спростовують сказане раніше. Російські ЗМІ були й справді дуже оперативними і намагались миттєво давати фідбек щодо подій. Завдяки цьому вони успішно формували бажане уявлення про те, що відбувається.

Ефект присутності включає в себе трюки, які мають імітувати реальність. Ілюзія достовірності справляє надзвичайно сильний емоційний вплив і створює відчуття справжності подій. Дія цього ефекту часто використовувалась кремлівськими ЗМІ під час «репортажів з місця подій», що допомагало їм спотворювати реальність за допомогою заздалегідь змонтованих сюжетів з правильними «акцентами».

Переписування історії – це метод, який є дієвим в тривалій перспективі для того, щоб сформувані необхідний для пропагандиста світогляд. З метою підкорення та асимілювання українського народу Кремль хотів знищити історичну пам'ять, шляхом вкладання в мізки жителів Криму та Донбасу необхідних меседжей. ЗМІ, телеканали, кінематограф, книги, лекції відомих людей – все це мало допомогти замінити реальний історичний досвід на штучний, «зрежисований». Особливо ефективним є кінематограф, адже кіно як спосіб пропаганди дуже легко може нав'язувати необхідні істини, показувати чорно-білу картину світу, створювати ілюзію справедливості, моральності дій деяких суб'єктів і навпаки. При цьому у випадку з фільмами пропагандистський вплив здійснюється приховано, на емоційному рівні.

Наприклад, «Крым. Путь на Родину», «Наш Крым», «Крым наш! Навсегда!» – всі ці картини оспівують «приєднання» Криму та намагаються легалізувати в свідомості людей анексію Криму. Навіть в російській мелодрамі 2019 р. «Крым», яка наче не повинна мати політичного спрямування, все одно дуже нативно розставлені акценти і показані «хороші росіяни» і «фашисти українці».

Більше того, з метою переписування історії на непідконтрольній території Донбасу від початку війни намагаються адаптувати шкільні навчальні матеріали під свої потреби. Автори доповіді «Війна на Донбасі: Реалії та перспективи врегулювання» зазначають, що предмет «Історія України» замінили на «Историю отечества», в якій у маніпулятивній формі історія регіону поєднується з історією Росії. Велику частину матеріалів займає «період промислового розвитку Донбасу в 19 столітті, міф про створення «Донецько-Криворізької республіки», «Вітчизняній війні» та військовим діям. Важливою особливістю є також культивування трудових постатей Донбасу, таких як «шахтарський рекордсмен» Олексій Стаханов та інші. Вчителів зобов'язали викладати виключно російською, а вивчення української скоротили до мінімуму. У програмі навіть з'явився предмет під назвою «уроки громадянськості Донбасу», де темами уроків є наступні: «Донбас – як частина Русского мира», «Моя Батьківщина – Донецька Народна Республіка», «Державні символи ДНР». По суті цей курс має на меті вкорінення поглядів російської пропаганди. [4, с. 62]

Технологія анонімного авторитету є досить популярною серед російських ЗМІ. Вони часто цитують експертів, міжнародні організації, дані звітів, але ім'я чи назву джерела не зазначають: «дослідники вважають», «експерти зазначили», «німецький політик сказав», «джерело з найближчого оточення Зеленського повідомило».

Результативним прийомом є фейкові соціологічні опитування, які використовуються задля формування громадської думки, а не її відображення. Є декілька варіантів цих опитувань:

- опитування взагалі не проводилось, просто намалювали потрібні результати;
- опитування проводилось, але питання сформульовані таким чином, щоб спрямувати людину до «правильної» відповіді;
- опитування проводилось, але результати сфальсифікували.

Метод «буденна розповідь» має на меті сховати важливу інформацію, адаптувати аудиторію до негативної інформації та девальвувати значимість якоїсь події. Наприклад, цей прийом використовувався російськими ЗМІ при висвітлюванні подій на Майдані. Коли Беркут намагався силою розігнати студентів, жорстоко бив жінок, людей похилого віку та молодь, пропагандисти розповідали про це мимохідь, без емоцій, як про чергову акцію протесту. Цей прийом допомагає ЗМІ створити ілюзію, що подія є незначною, не вартою уваги.

Важливим прийомом кремлівської пропаганди є безперервне повторення одних і тих самих тверджень, які поступово формують картину світу, де немає альтернативної думки, більше того, випрацьовується звичка, коли інформація сприймається не раціонально, а емоційно. Геббельс писав, що маси примітивні, тому найбільш ефективною є та пропаганда, яка має прості меседжі, які щоразу повторюються. Наприклад, «крим наш», «крим – це споконвічно російська територія», «майданівці фашисти», «бандерівці» і т.д.

Ще однією маніпулятивною технікою російських ЗМІ був емоційний резонанс. Для того, щоб аудиторія менш критично і раціонально ставилась до новини, необхідно щоб ця новина була емоційно забарвлена. Якраз для підсилення емоційної дієвості повідомлення пропагандисти часто додавали вигадані подробиці, які мали краще запам'ятатися. Гарним прикладом є робота Кисельова та Соловйова, які весь час в своїх програмах розповідають вигадані новини про Україну, не надаючи ніяких доказів і граючи лише на емоційній складовій повідомлення, яка безвідмовно впливає на глядача.

Ефективним прийомом є відволікання уваги. Для пропагандиста важливим аспектом є придушення спротиву аудиторії до навіювання, тому для

більшої ефективності, будь-яка пропаганда має бути сумішшю розважального, інформаційного та переконуючого компонентів. Російська пропаганда часто маскувала свої наративи в розважальному контенті: кіно, телепередачах, шоу, концертах виконавців, які зі сцени виголошували потрібні меседжі (наприклад, Кіркоров на своєму концерті в Москві у 2021 році вивісив плакат «Крим – Росія – Севастополь» і зазначив, що Крим – це одне з його найулюбленіших місць в Росії) та навіть радіопрограм для таксистів, де часто повторювався міф про «Крым наш». Ще одним варіантом використання цього прийому є навмисне створення скандалів, фейкових ситуацій, навіть терористичних актів під час важливих подій в країні, щоб відволікти від них увагу людей.

Метод «констатація факту» зводиться до того, що ЗМІ подають якусь неперевірену або навмисно спотворену інформацію як доконаний факт, який не потребує доказів. Наприклад, «в Україні безлад і хаос», «Росія без Путіна розпадеться», «фільм Навального «Палац Путіна» - це диверсія збоку США, яка направлена на розгойдування ситуації в Росії».

Техніка класифікації полягає у систематичному повторенні однакових визначень і фраз. Класифікатори – це слова-приправи для будь-якого інформаційного повідомлення, які допомагають пропагандистам нав'язувати аудиторії необхідні меседжі. Класифікатори можуть описувати правильну та конструктивну позицію мовця: «великий слов'янський народ», «Росія – миротворець», «захист прав російськомовних» або ж неправильну, неконструктивну позицію противника: «державний переворот», «українські фашисти захопили владу», «пригнічення російськомовних». Класифікатори, які переважають в російських ЗМІ відображають реальний напрямок інформаційної політики Кремля.

Поширеною в російських медіа є техніка «свідки подій». Для того, щоб сюжет виглядав більш достовірно і аудиторія йому вірила, репортери беруть коментарі у випадкових людей. Особливо сильний ефект формують діти, які плачуть, люди похилого вік, жінки, які кричать. Показовим є відомий фейк про

розп'ятого хлопчика в Слов'янську. Галина Пишняк в сюжеті для «Першого каналу» розповіла про події, які нібито відбулись одразу після того, як українські військові відновили контроль над Слов'янськом: «На площі зібрали жінок, тому що мужиків більше немає. Жінки, дівчатка, люди похилого віку. І це називається показова страта. Взяли дитини трьох років, хлопчика маленького, в трусиках, в футболці, як Ісуса, на дошку оголошень прибили. Один прибивав, двоє тримали. І це все на маминих очах... А потім, після того як півтори години дитина мучалась і померла, взяли маму, прив'язали до танка без свідомості і по площі три кола провели. А одне коло площі – це кілометр». У 2014 році багато росіян і жителів Донбасу і справді повірили у це.

Метод перспективи передбачає надання слова лише одній стороні конфлікту, тобто створення однобокої перспективи. Починаючи з 2013 року, тобто після початку Революції Гідності, майже всі повідомлення про Україну в російських ЗМІ мали негативний контекст, в той час як щодо «зелених чоловічків», «ополченців» та російських «миротворців» негативу не було взагалі, більше того, їх намагались героїзувати в очах громадськості.

Важливим для російської пропаганди є метод створення політичних міфів, запропонований Г. Лассвелом. Він полягає у створенні та постійному повторенні гасел, понять та оцінок, які створюють навколо якоїсь проблеми стандартизовані політичні формули. Кінцевою метою цього методу є нав'язування необхідних меседжей та створення стереотипів у аудиторії. Чи є ці «політичні міфи» правдивими зазвичай пропагандистів не цікавить. Показовим прикладом таких міфів кремлівської пропаганди є наступні:

- Українці, росіяни та білоруси – це один народ;
- Росія – старший брат, а Україна – молодший;
- Київ завжди розмовляв російською;
- Росіян на Донбасі немає, українці воюють з власним народом.

Ефективним методом пропагандистського впливу на аудиторію в соціальних мережах є ботоферми або фабрики тролів. Як зазначають журналісти зі «Слідства.Інфо», які у 2019 році знімали фільм-розслідування

«Я – бот» присвячений цій темі, «ботоферми – це компанії, які масово створюють несправжніх користувачів соцмереж і від їхнього імені пишуть тисячі коментарів» [71]. За останні 7 років війни, ця тема дуже часто висвітлюється в ЗМІ в контексті розкриття і блокування СБУ мереж ботоферм. Наприклад, 19 березня 2021 року кіберфахівці Служби безпеки припинили роботу ботоферми, яка фінансувалась з Росії та працювала з 5 тис. фейкових акаунтів, з яких вони поширювали дезінформацію про Україну [59].

Взагалі бот – це фейковий акаунт у соц.мережі, а тролі і ботоводи – це люди, які залишають коментарі в соцмережах під фейковими акаунтами і отримують за це гроші. Ботів використовують для того, щоб сформувати про когось або щось негативне чи позитивне враження. Створення ілюзії того, що якусь ідею, пост і т. д. підтримує більшість, допомагає впливати на підсвідомість людей та формувати суспільну думку з цього питання. Адже для нашого мозку незгода з думкою більшості сприймається як помилка. Варто також зазначити, що боти більш ефективні, коли необхідно сформувати негативне уявлення про щось або когось, тобто дискредитувати та очорнити.

Найвідомішою фермою тролів є Агенція інтернет досліджень (IRA) зі штаб-квартирою у Санкт-Петербурзі. У 2013 році російські журналісти викрили спеціально обладнаний офіс ботоферми в Ольгіні (район Санкт-Петербурга). Після цього назви «тролі з Ольгіна», «ольгінські тролі» та «кремлеботи» стали алегоричним ім'ям для всіх структур, які розповсюджують російську пропаганду таким чином. Журналісти видання «Новая газета» зазначали, що зазвичай в Агенції інтернет досліджень технічні завдання для ботів беруть з контенту телеканалу Russia Today, адже їх меседжі співпадають з актуальними кремлівськими наративами. Більше того, саме на адресу вищезгаданої «Агенції» Міністерство Юстиції США у 2018 році висунуло обвинувачення у втручанні у вибори 2016 року та змові проти США, а також наклало санкції.

Але насправді ботоферм, які працюють на РФ є величезна кількість. Наприклад, у березні 2019 р СБУ розкрила ферму ботів «Сапфір». За словами

керівника підрозділу військової контррозвідки СБУ Сергія Левченка, «Сапфір» був створений російською військовою розвідкою у Луганську. Там навіть працювало 15 членів «народної міліції» ЛНР. Основне завдання Сапфіра полягало у підготовці та проведенні інформаційно-психологічних операцій. Ця «ферма» створила більше 12000 фальшивих розповідей. Найбільш привертає увагу фейкове повідомлення про те, що Міністерство оборони України «зупинило всі додаткові виплати українським військовослужбовцям». Окрім цього, їх боти активно закликали до антиурядових протестів під постами у Фейсбуці. Кінцевою метою мережі ботоферм було зменшення довіри громадськості до державних установ шляхом розповсюдження в мережі неправдивої та відверто перебільшеної інформації про економічну та соціальну ситуацію в Україні [90].

Кристофер Пол та Меріам Метьюз в своїй праці «Російська модель пропаганди «Вогненна брехня»» зазначають, що характерними рисами російської моделі пропаганди є:

- Великий об'єм та багатоканальність;
- Швидкість, непереривність та часте повторення;
- Відсутність висвітлення об'єктивної реальності;
- Відсутність логіки та послідовності [77].

Важливо розуміти, що основною причиною неабиякої успішності російської пропаганди є величезне фінансування. Неможливо точно визначити скільки саме Російська Федерація витрачає на інформаційні війни, але навіть цифри, які можна знайти у відкритих джерелах вражають. Наприклад, лише «на підтримку» ЗМІ у 2020 році було витрачено 91,9 млрд рублів. І важливим є те, що цифри з кожним роком ростуть, адже у 2016 році на це було витрачено 61 млрд рублів з бюджету. Найкраще фінансуються телеканали «Россия-1», «Россия-24», «РТР-Планета», «Russia Today», які є основними розповсюджувачами кремлівських наративів.

Підсумовуючи, інформаційна війна проти України почалась задовго до Майдану та воєнної агресії. Російська еліта та Кремль розглядали набуття

Україною незалежності як історичну помилку, яку вони скоро виправлять. Після приходу до влади Путіна В. відносини держав лише погіршилися, адже Росія час від часу ініціювала різного роду кризи для того, щоб мати засіб політичного тиску на Україну.

РФ в контексті інформаційної війни проти України здійснює пропагандистський вплив на 4 цільові групи: серед населення, яке проживає в зоні конфлікту, тобто на непідконтрольній Україні частині Донбасу та в окупованому Криму; серед населення, яке проживає на території підконтрольній Україні; серед громадян Російської Федерації та серед міжнародного співтовариства.

Основними джерелами поширення російської пропаганди в Україні є російські телеканали та їх сайти, російські інтернет-медіа та телеграм канали, українські телеканали проросійського спрямування, проросійські сайти та інтернет-ресурси з глобальними охопленням.

В роботі було виокремлено основні наративи та меседжі кремлівської пропаганди та поділено їх на 4 блоки: ті, які присвячені Революції Гідності; ті, які присвячені подіям в Криму та подальшій окупації; ті, які присвячені подіям на Донбасі та початку воєнних дій; ті, які присвячені Україні в проміжку 2015-2021 рр. Основним джерелом для аналізу повідомлень був обраний сайт Russia Today, так як він є одним із найпопулярніших в Росії.

Центральним ядром російської пропаганди є зовнішньополітична доктрина «русского мира», яка є ідеологічною основою та інструментом російської експансії. Основними ж підвалинами «русского мира» є російська мова, російська культура, спільна конфесія – православ'я та спільна історія.

Основними методами, прийомами та технологіями є наступні: технологія інформаційної блокади, використання медіаторів або авторитетів, ефект першості або нанесення випереджувального удару, ефект присутності, переписування історії, технологія анонімного авторитету, прийом фейкових соціологічних опитувань, метод «буденна розповідь», прийом безперервного повторення одних і тих самих тверджень, техніка емоційного резонансу,

прийом «відволікання уваги», метод «констатація факту», техніка класифікації, техніка «свідки подій», метод перспективи, створення політичних міфів, ботоферми або фабрики тролів.

Особливістю російської пропаганди є великий об'єм, багатоканальність, швидкість, неперервність, часте повторення однакових меседжів, відсутність висвітлення об'єктивної реальності, логіки та послідовності, а також величезне фінансування.

3 РОЗДІЛ. СПЕЦИФІКА КОНТРПРОПАГАНДИ ЯК СКЛАДОВОЇ ПРОТИДІЇ РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДИ В УКРАЇНІ

Для одержання перемоги в інформаційній війні недостатньо лише розуміти яким чином здійснюються пропагандистські атаки РФ, але й необхідно знати як від них захиститись і які технології можна використати для протидії. Узагальнено всі ці методи та техніки можна назвати словом «контпропаганда». Існує багато визначень цього поняття, адже різні дослідники підсвічують різні аспекти цього явища. Але всі вони сходяться у тому, що основною метою є нейтралізація небажаних ідей противника, тобто контпропаганда – це узагальнена назва технік, прийомів і методів запобігання пропагандистським діям.

Колишній директор Бюро з протидії радянській дезінформації визначив контрпропаганду як «ретельно підготовлені відповіді на фальшиву пропаганду з метою спростування дезінформації та підриву авторитету пропагандиста» [91]. В його визначенні акцентується увага спочатку на протидії пропаганді, а потім на підриві довіри до пропагандистів.

В свою чергу, Гарольд Лассвел писав в контексті контрпропаганди лише про необхідність нейтралізації небажаних ідей.

Доктор політичних наук Павлов Д. зазначає про «нерозривність контрпропаганди з процесом пропаганди», адже часто технології контрпропаганди є ідентичними до пропагандистських, але їх метою є захист та зачистка інформаційного простору. По суті, відповідно до його визначення, «будь-яка пропаганда у відповідь на іншу пропаганду може розглядатись як контрпропаганда» [34].

Зі свого боку Кисельов М. В. пише про те, що пропаганда та контрпропаганда можуть виступати як єдиним засобом політичної комунікації, так і двома різними. У випадку, якщо працює перший варіант, то

контрпропаганда відбиває контраргументи ворога та підсилює психологічний вплив на суспільство [23].

Баровська А. виділяє наступні функції контрпропаганди:

- випереджувальна, яка полягає у формуванні в аудиторії ідеологічного імунітету до пропагандистських впливів опонента;
- викривальна, що має на меті виведення на чисту воду стереотипів, ідей, наративів та прийомів пропагандиста [19].

Британський професор Ніколас Калл в своїй праці «Контрпропаганда: випадки громадської дипломатії в США та не тільки» виокремив 2 основних підходи до розуміння контрпропаганди:

1. Тактична контрпропаганда – це набір повідомлень або заходи спрямовані на розвінчування конкретного меседжа противника. Прикладом може слугувати український інтернет-проект StopFake, який займається фактчекінгом та викриттям неправдивої інформації про Україну.
2. Стратегічна контрпропаганда – це комунікаційна політика, яка розроблена у відповідь на пропагандистську діяльність супротивника. В цьому випадку можуть використовуватись цензура, закриття сайтів, телеканалів. Наприклад, 1930-х роках британський уряд розпочав трансляції BBC іноземними мовами для того, щоб зупинити поширення тоталітарної пропаганди на Близькому Сході та в Латинській Америці [88].

Можна зазначити, що перший підхід до розуміння контрпропаганди говорить про точкову боротьбу, в свою чергу другий – скоріше про комплексну. Результативнішою є пропаганда, яка не розвінчує окремо кожен наратив чи брехливий факт (тобто тактична), а та, яка оголошує брехнею весь потік інформації від цього джерела, тобто перманентно дискредитує його (стратегічна пропаганда).

Кисельов класифікує контрпропаганду на наступальну та оборонну. У першому варіанті він робить акцент на боротьбі з противником на його ж території, а в другому – на протидії підривній пропаганді супротивника [23].

Павлов Д. М. класифікує контрпропагандистські технології за їх функціональною спрямованістю на:

- Превентивні технології спрямовані на розвінчування пропаганди супротивника, інформуванні та просвіті населення. Ця технологія передбачає створення програм, лекцій, написання статей на тему фактчекінгу, медіаграмотності, впровадження курсів по прокачуванню критичного мислення у школах та університетах. Кінцевою метою в цьому випадку є мисляче громадянське суспільство, яке здатне самостійно викривати маніпуляції та провокації пропагандистів.
- Протидіючі технології полягають у нейтралізації пропаганди. Ефективними методами є тролінг та висміювання змісту повідомлення або аудиторії, на яку повідомлення спрямоване (наприклад, «ватники», «любителі ОПЗЖ»), а також спростування пропаганди противника та обмежувальні заходи.
- Наступальні технології передбачають наступні заходи: зниження авторитету пропагандиста та довіри до нього, кепкування над наративами супротивника та доведення до абсурду його слів (прикладом може слугувати програма «Вечір з Яніною Соколовою», в якій щотижня ведуча розбирає та висміює російські пропагандистські програми та в сатиричній формі показує підґрунтя, мотиви та маніпуляції Кремля).

Важливою відмінною якістю ефективною контрпропаганди від пропаганди є її правдивість. Правдивою та чесною контрпропаганда має бути не лише з моральних, але й з практичних міркувань. Під час «холодної війни», США сприймали як «розповідача правди», в той час як Радянський союз мав репутацію «брехуна і маніпулятора» саме через те, що американські ЗМІ висвітлювали інформацію об'єктивно та спирались на факти, а неправдиві заяви СРСР лише дискредитували їх подальші повідомлення. Цей приклад

показує, що правда є більш ефективною, адже рано чи пізно будь-яка брехня розкриється, а її джерело буде дискредитовано. Тому використання дезінформації та різних маніпуляцій в контрпропаганді може призвести до зменшення довіри, погіршення репутації та здатності ефективно протидіяти пропагандистським повідомленням у майбутньому.

Наступним вагомим аспектом є чіткість та прозорість формулювання контрпропагандистських меседжей, адже прості конкретні формулювання і загальнозрозумілі слова краще донесуть ідею та швидше поширяться на широку аудиторію, а отже результативніше протидіють пропаганді.

Важливою рисою ефективної контрпропаганди є її адаптивність та швидкість. Контрпропаганда є по своїй суті реактивною, тому її варто швидко застосовувати, щоб більш ефективно протистояти пропагандистському повідомленню. Адже якщо його не спростувати одразу, то швидше за все, воно зацементується у свідомості населення та стане основою їх дій та переконань. Результати експериментів у 1960-х роках засвідчили існування ефекту «підтверджувального упередження». Це така тенденція, коли люди віддають перевагу інформації, яка підтверджує їх власні переконання або гіпотези. Отож, якщо група людей піддавалась довгий час пропагандистському впливу і вже звикла до цих ідей чи переконань, то буде неймовірно важко протистояти пропаганді. Адже ці люди будуть шукати та інтерпретувати інформацію таким чином, щоб вона підтверджувала їх переконання, а до контрпропагандистських повідомлень ставитись вороже і з недовірою. Саме тому для контрпропаганди дуже важливо застосовуватись на початку пропагандистської кампанії, щоб запобігти упередженості населення в результаті пропаганди та надати альтернативну точку зору, так як інформація, яка подається першою, важко піддається змінам.

Ну і останньою ознакою ефективної контрпропаганди є знання цільової аудиторії. Контрпропагандистські повідомлення (так само як і пропагандистські) мають бути відповідним чином адаптовані під цільову

аудиторію, адже кращий ефект буде мати те повідомлення, яке базується на існуючих настроях, стереотипах та переконаннях конкретної аудиторії.

Загалом переважна більшість російських дослідників, які присвятили свої праці темі контрпропаганди пишуть про методи, які дуже нагадують ті, які були описані у 2 розділі щодо пропаганди. Наприклад Кисельов М. зазначає про наступні методи: негативна інтерпретація, семантичне маніпулювання, інсинуація, відволікаюча пропаганда, посилена видача інформації, яка є неправдивою, розповсюдження чуток, проекція негативного образу, метод приклеювання штампів, відволікання уваги і т. д. На мій погляд, це може бути коректно лише у випадку розуміння контрпропаганди та пропаганди як єдиного засобу політичної комунікації, де контрпропаганда виконує лише допоміжну роль відбиваючи контраргументи опонента та підсилюючи психологічний ефект пропаганди на аудиторію. В тому разі, якщо ми сприймаємо контрпропаганду як окремий засіб політичної комунікації, який протидіє пропаганді, тобто нейтралізує небажані ідеї супротивника, то використання тих самих маніпулятивних методів та технік по суті дискредитує та ставить її у один ряд з пропагандою, проти якої вона бореться. Красномовними в цьому контексті є результати дослідження, що проводились на замовлення ГО «Телекритика» у 2014 році щодо необхідності об'єктивного висвітлення у ЗМІ ситуації в Україні, Абсолютна більшість громадян України (82%), переконані у тому, що варто надавати максимально достовірну інформацію, не ігноруючи навіть проблеми, помилки у діях української влади та військових [5].

Отже, методи, техніки, прийоми, які варто взяти до уваги задля протидії російській пропаганді – це прийом компенсації, обмежуючі заходи, техніка «попередження», метод зниження авторитету, прийом поширення викритої пропаганди, метод спростування.

Прийом компенсації – це доволі ефективний спосіб нейтралізації невігідних повідомлень. Негативні повідомлення опонента мають бути врівноважені інформацією щодо успіхів на нашому боці або ж щодо схожих

проблем в нього. Хорошим матеріалом для написання таких повідомлень є опозиційні ЗМІ ворожої країни, тобто у нашому випадку це «Дощ», Meduza, «Новая газета», хоча варто зауважити, що ці мас-медіа також обмежені у своїй роботі та темах, які вони торкаються. Їм дозволено дозовано давати об'єктивну інформацію, але напряду критикувати політику влади – ні, особливо щодо питань пов'язаних з Україною.

Технологія «обмежуючі заходи» спрямована на ізолювання ворожої пропаганди з інформаційного простору цільової аудиторії. Вона передбачає закриття телеканалів, блокування веб-сайтів і т.д. Прикладом використання цієї технології є запровадження санкцій проти 3 телеканалів «112 Україна», NewsOne, Zik, які належать соратнику Медведчука Тарасу Козаку. Санкції щодо каналів передбачали анулювання ліцензій та заборону на користування радіочастотним ресурсом України. А також блокування інтернет-провайдерів доступу до ВКонтакті, Однокласники, «Mail.ru», «Яндекс» у 2017 році унаслідок запровадження санкцій «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)».

Техніка попередження має на меті випередити пропаганду і пояснити аудиторії ситуацію ще до того як пропагандист її використає. Зрозуміло, що фабрикація фактів займає набагато менше часу, ніж їх перевірка, але єдиний спосіб нівелювати пропагандистські повідомлення – це надати аудиторії одразу правдиву інформацію.

Метод зниження авторитету включає в себе оприлюднення негативної інформації (компромату) щодо пропагандиста, розвінчування дезінформації.

Приєм поширення викритої пропаганди. Ефективна пропаганда завжди направлена на певну цільову аудиторію, але в момент, коли повідомлення потрапляє до аудиторії, якій воно не було призначено, може статись зворотна реакція. Адже деякі аудиторії є більш свідомими, критично мислячими та мають доступ до більшої кількості інформації, тому якщо до них потрапляють «чужі» повідомлення, то вони можуть легше розвінчати брехню та дезінформацію в них. Наприклад, у 1980-х роках, під час холодної війни, США

поділилось з європейськими країнами прикладами радянської дезінформації, яка була спрямована на «третій світ». Звичайно європейці змогли усвідомити всю абсурдність інформації, яка була у повідомленнях і ця ситуація нанесла суттєву шкоду репутації ССРСР, яка в той час потребувала підтримки Заходу. Або ж гарним прикладом є фейкові новини про «розіп'ятого хлопчика в Слов'янську» та «протестувальників, які їли дітей на майдані». В ці історії можливо й могли повірити деякі росіяни, які вже зовсім зазомбовані російським телебаченням, але для європейської публіки, це ще більше знизило авторитет російських ЗМІ.

Варто розуміти, що багато традиційних методів боротьби з пропагандою є малоефективними, як наприклад пряме чи опосередковане спростування. Звичайно необхідно розвінчувати і заперечувати неправдиву інформацію, але спростування і представлення правдивих фактів після пролунавшої до того дезінформації, як правило, особливих результатів немає. Адже люди схильні довіряти інформації, яку вони почули першою. На додаток, якщо вже пройшло багато часу, то аудиторії буде важко згадати що з почутого/побаченого правда, а що ні. Але Кристофер Пол та Меріам Метьюз в своїй праці «Російська модель пропаганди «Вогненна брехня»» зазначають, що відповідно до результатів дослідження, ефективність спростувань та створення нових версій подій підвищується під впливом 3 факторів:

- Попередження при першочерговому розповсюдженні дезінформації;
- Повторення спростувань та нової версії;
- виправлення, які допомагають створити альтернативні версії подій, та заповнити прогалини, коли вже усунуті вигадані факти.

Автори вважають, що ефективнішим способом боротьби буде не спростовувати окремі випадки пропаганди, а показувати як саме російські пропагандисти намагаються маніпулювати аудиторією. «Не варто розраховувати, що танки пропаганди можуть бути знищені одиничними пострілами з гвинтівки» [77].

У боротьбі з російською пропагандою Україна має також брати до уваги успішний досвід контрпропаганди інших держав для того, щоб результативніше з нею справлялись. Важливим кейсом у цьому контексті були дії Грузії на інформаційному фронті у 2008 р. під час п'ятиденної війни з Росією. Окрім воєнної операції, РФ здійснила кібератаку, а саме було спотворено веб-сторінки, заблоковано сайт парламенту, МЗС, міністерства оборони та інші сайти уряду республіки. Атаки виявились дуже масовими та організованими і торкнулись навіть сайтів провідних грузинських ЗМІ. В результаті цих нападів громадяни на деякий час втратили доступ до веб-сайтів, які мають відношення до комунікацій, фінансів та уряду. Окрім того, Росія проводила інформаційно-психологічні операції і активно залучала свою пропагандистську машину. Як зазначають Аріель Коен та Роберт Гамільтон в роботі «Російська армія і війна в Грузії: уроки і наслідки», Росія зосередила увагу на тому, щоб донести світовій спільноті наступні ключові посили/меседжі:

- Грузія – агресор;
- За «грузинською агресією» стояв її націоналістичний та жорсткий уряд;
- Росія виконувала на території Грузії «миротворчу місію» [76].

Також часто використовували такі емоційні терміни як «чистки в Південній Осетії», «геноцид».

В свою чергу, майже відразу після початку війни уряд Грузії припинив трансляцію російських телеканалів та заблокував доступ до російських сайтів. Також вони створили медіа-центр, де журналісти могли отримувати інформацію щодо військових дій та переміщення військ. Окрім того, для іноземних журналістів проводились брифінги, а протягом декількох годин від початку війни грузинський уряд почав надсилати щогодинні електронні листи до іноземних журналістів. Грузія швидко сконцентрувала великий пул волонтерів та працівників ЗМІ, які збирали інформацію і розповсюджували на наступний день у формі інформаційного бюлетеня уряду, який називався

«Georgia Update». Окрім всього іншого, в бюлетень входила інформація щодо міжнародного висвітлення війни в ЗМІ, щоб показати підтримку Заходу.

Основною ціллю Кремля під час цієї інформаційної війни була дискредитація та ізоляція грузинської влади в очах інших країн, а також деморалізація грузинської армії. Але цієї мети вони не досягли, адже хоча Росія і одержала воєнну перемогу, але Грузія завоювала серця і уми світового співтовариства. Незабаром після закінчення воєнних дій, тогочасний прем'єр-міністр Росії Володимир Путін «привітав» організаторів того, що він назвав «західною пропагандистською машиною» і по факту визнав поразку РФ в інформаційній війні [69].

Іншим прикладом є литовський підхід до протидії російській пропаганді, який передбачає активне попередження загрози на державному рівні. У «Білій книзі», де описується оборонна політика Литви, запропоновані три напрямки дій:

- спостереження і аналіз інформаційного простору з виділенням тем, які стали цілями атак;
- просвітницька діяльність серед громадян;
- співпраця з інститутами ЄС, НАТО і їх членами [81].

Прикладом використання превентивних технологій контрпропаганди стало створення у вересні 2018 році англomовної платформи Debunk.eu, куди громадяни могли надсилати матеріали, пов'язані з російською дезінформацією. По задуму організаторів, ініціатива була спрямована на просвіту та навички фактчекінгу населення.

Можна зазначити, що Литва у боротьбі з російською пропагандою використовує весь спектр контрпропагандистських технологій. У 2019 році був прийнятий Закон «Про публічну інформацію». На його підставі діє Комісія по радіо та телебаченню, яка має право забороняти трансляції каналів та обмежувати доступ до інтернет-ресурсів, засобів масової інформації, які «закликають до порушення суверенітету Литовської Республіки – змін її конституційного ладу, посягань на її незалежність або порушення

територіальної цілісності, поширюють дезінформацію, пропаганду війни, підбурюють до війни, спотворюють історичну пам'ять Республіки Литви, поширюють недовіру та незадоволення Литовською державою та її інституціями», а також «посилюють культурні поділи, намагаються послабити національну ідентичність громадян та їх рішучість захищати свою державу або іншим чином намагаються вплинути на національну безпеку країни та виборчі процеси» [87]. Внаслідок цього Закону стало можливим заборонити трансляції російських каналів, ЗМІ, обмежувати доступ до інтернет-ресурсів.

Ще одним методом боротьби з кремлівською пропагандою в Литві є внесення імен пропагандистів в щорічний звіт Департаменту державної безпеки. По суті реалізація цього Закону є прикладом стратегічної контрпропаганди, яка полягає у блокуванні пропагандистських джерел інформації та створенні негативної репутації російських ЗМІ серед своїх громадян.

За твердженням литовських політиків, Литва більше інших країн ЄС відчуває наростаючий і дестабілізуючий вплив дезінформації Росії. Депутат Сейму Л. Кащунас стверджував, що «Захід не розуміє генези нинішньої інформаційної війни... Абсолютна свобода слова може призвести до хаосу, який буде контролюватись із зовні. Особливо, якщо у суспільства немає навичок критичного мислення, інформаційної грамотності і т. д.». Також він пропонує заборонити інформацію, яка надходить від інших країн та несе загрозу національній безпеці. Показовим є те, що взагалі слово «пропаганда» литовська влада пов'язує саме з Росією. У 2018 році Міністр закордонних справ Литви навіть заявив, що «опір російській пропаганді має бути пріоритетом» [84].

Загалом можна констатувати, що для українців досвід Литви є дуже цінним і загалом ця держава цілком серйозно відноситься до загрози Росії та необхідності протидії пропаганді. Їх методи боротьби з нею засновані на тому, щоб на державному рівні захистити громадян від російського інформаційного потоку та просвітницькій діяльності серед населення.

В свою чергу, в українському науковому дискурсі існують різні погляди на питання необхідності контрпропаганди. Наприклад, автори аналітичної доповіді «Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії» зібрали думки експертів щодо недоцільності застосування контрпропаганди для України. Вони наводять міркування виконавчого директора Міжнародного фонду «Відродження» Бистрицького Є., який зазначив, що «контрпропаганда руйнуватиме основи демократії, адже «той, хто слідує, той наслідуює»: принципи демократії та свобода слова засновуються на надійній інформації, і люди мають право мати її, щоб приймати власні рішення», також співзасновника руху StopFake Федченка Є., який вважає, що для органів державної влади контрпропаганда є неприпустимою, адже вони «мають зберігати довіру громадян до себе, адже небезпека російської пропаганди полягає у тому, що вона не є ідеологічною, а базується виключно на абсурді, а боротися з абсурдом не логічно, його не можна заперечити». Схожої думки є редактор сайту historians.in.ua Портнов А., який стверджує, що «реактивна позиція є помилковою, потрібною є проактивна: бути завжди позаду, когось наздоганяти, викривати фейки замість творення власного наратива та власної історії, яка буде зовсім про інше, а не антиросійська». [19, с. 71-72]

Читаючи ці міркування складається враження, що експерти беруть до уваги лише протидіючі технології контрпропаганди і повністю ігнорують існування наступальних та превентивних, а тому розглядають це питання не комплексно.

Але варто зауважити, що замість використання контрпропаганди автори вищезгаданої аналітичної доповіді говорять про необхідність застосування стратегічних комунікацій. Під стратегічними комунікаціями вони розуміють «процес інтеграції досліджень сприйняття аудиторії та зацікавлених сторін і врахування отриманих результатів під час планування й реалізації політики та вжиття окремих заходів». [19, с. 72]

Головними елементами процесу реалізації стратегічних комунікацій є:

- формування стратегічного наративу, який генерується на базі існуючих у суспільстві цінностей, уявлень та установок;
- конструктивна взаємодія влади і суспільства, де влада прислухається, інформує та просуває інтереси суспільства;
- узгодження дій з всеосяжними стратегічними цілями;
- розуміння того, що стратегічні комунікації – це невід’ємний компонент планування та реалізації воєнних операцій.

Експерти вважають, що стратегічні комунікації допоможуть ослабити та делегітимізувати ворога шляхом здобуття підтримки серед місцевого населення окупованих територій, громадян своєї країни, міжнародного співтовариства та інших цільових груп.

Міністерство культури та інформаційної політики в своєму проекті нової «Стратегії інформаційної безпеки» в контексті протидії пропаганді, дезінформації та реінтеграції мешканців окупованих територій також вживають поняття «стратегічні комунікації» та «стратегічний наратив». Але в цьому випадку під стратегічними комунікаціями розуміється більше, ніж просто протидія пропаганді. Стратегічні комунікації – це «скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв’язків із громадськістю, військових зв’язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави». Тобто це поняття є набагато ширше, ніж просто контпропаганда, по суті це політична комунікація держави всередині країни та на міжнародній арені [53].

Загалом, якщо говорити про досвід України щодо протидії кремлівській пропаганді, то варто виокремити 2 «джерела» боротьби:

- Громадськість, тобто громадські ініціативи, які реалізовані на волонтерських засадах (за грантові кошти або гроші приватних осіб)
- Держава, тобто державна політика.

Після воєнної агресії та окупації Криму у 2014-2015 рр. було створено багато громадських організацій, інтернет-проектів, програм на телебаченні, спецпроектів у ЗМІ, присвячених темам медіаграмотності, фактчекінгу та

протидії російській пропаганді, наприклад, телепрограма «Антизомбі», інтернет-проекти StopFake, VoxCheck, «MediaSapiens», «Вечер с Яниной Соколовой», а також окремі колонки в Українській Правді, ЦензорНет, НВ та інших українських засобах масової інформації.

У 2014 року стартував інтернет-проект StopFake. Першочергово сайт створювався як фактчекінг-платформа, яка розвінчує пропаганду РФ щодо України. Наразі ж сайт функціонує 13 мовами та окрім викриття російської фейків, команда також створює архів пропаганди та проводить тренінги щодо верифікації інформації. Показовим є те, що в Росії цей сайт заблокований.

З березня 2015 р. на телеканалі «ICTV» почала виходити програма «Антизомбі». Їх слоган «Антизомбі – територія без пропаганди» говорить сам за себе. Програма спрямована на розвінчування міфів російської пропаганди та виведення підконтрольних Кремлю ЗМІ на чисту воду. Програма заснована на базових контрпропагандистських технологіях – використання контрчуток та пряме спростування. Контрпропаганда базується на аналізі російської пропаганди та спрямована на українців, які живуть на підконтрольних та непідконтрольних територіях, а також росіян, саме тому програма виходить російською мовою.

VoxCheck – це факт-чек проект заснований аналітичною платформою VoxUkraine у 2016 році. Експерти спростовують фейки російської пропаганди, українських політиків та лідерів думок, а також проводять лекції та вебінари щодо медіаграмотності. Більше того, у 2020 році VoxCheck разом із StopFake почали співпрацю з Facebook, метою якої є боротьба з поширенням дезінформації та фейкньюз.

Громадська організація «Детектор медіа» (в минулому «Телекритика») та їх інтернет-ресурс присвячений підвищенню медіаграмотності аудиторії «MediaSapiens». Авторки ресурсу викривають маніпуляції, неправдиві новини, пишуть статті про те, як можна захиститись та протидіяти пропагандистським технологіям.

Ютуб-проект «Вечер с Яниной Соколовой», в якому ведуча спростовує фейки, пояснює глядачам, де їх оббріхують та в сатиричній манері викриває кремлівську пропаганду.

В свою чергу, українська влада використовувала більшою мірою законодавчі важелі для протидії російській пропаганді. З 2014 року і до сьогодні парламент прийняв велику кількість законів, які в той чи інший спосіб стосуються боротьби з російською пропагандою, наприклад:

- Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо захисту інформаційного телерадіопростору України» або як його ще називають «закон Княжицького», який запроваджує «істотні обмеження на будь-яку трансляцію в теле- і радіоефірах, а також покази в кінотеатрах будь-яких фільмів, програм та серіалів, які пропагують або прославляють збройні сили та інші силові структури держави-окупанта» [50].
- Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо обмеження доступу на український ринок іноземної друкованої продукції антиукраїнського змісту» [48].
- Закон України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки» [49].
- Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості власності засобів масової інформації та реалізації принципів державної політики у сфері телебачення і радіомовлення» [47].

У 2014 році було створено Міністерство інформаційної політики України. За час роботи міністерства (2014-2019 рр) було реалізовано багато проектів, наприклад, інтернет-проект «Інформаційні війська України» (протидія російській пропаганді в соцмережах), видання роботи «Біла книга спеціальних інформаційних операцій проти України 2014—2018», проведення соціальних кампаній «армія – це гордість», «Шануй Героїв!», «Крим – це

Україна», «Здобули гідність – захистимо державу». Також у 2015 році був створений канал «UATV», одним із завдань якого була боротьба проти кремлівської пропаганди. Мовлення велось російською, українською, англійською, арабською та кримськотатарською, адже основна цільова аудиторія – це російськомовні іноземці. На базі цього каналу у 2020 році був створений телеканал «Дом», метою якого була реінтеграції українських громадян на непідконтрольній території. Там показують розважальний контент з вкрапленням інформаційно-аналітичних програм.

Міністр культури та інформаційної політики України Олександр Ткаченко у коментарі Радіо Свобода зазначив, що наразі міністерство також працює над створенням Центру протидії дезінформації та проєктом медіаграмотності, а у планах є створення онлайн-музею російської пропаганди. [66].

Також у 2017 році Президент Порошенко видав указ щодо введення в дію рішення Ради національної безпеки і оборони України «Про Доктрину інформаційної безпеки України». Метою Доктрини було «уточнення засад формування та реалізації державної інформаційної політики, насамперед щодо протидії руйнівному інформаційному впливу Російської Федерації в умовах розв'язаної нею гібридної війни» [52]. Окрім цього у 2017 році за указом Президента було введено санкції проти ряду компаній, в тому числі «Якдекс», «Вконтакте», «Однокласники», «Mail.ru» [51]. В свою чергу, Президент Зеленський у 2021 році наклав санкції на 3 проросійські телеканали, які належать до орбіти впливу Медведчука: «112», «Newsone» і «ZIK», а генпрокурорка Венедіктова підписала підозру Медведчука та його соратнику Тарасу Козаку.

Отож, Україна задля протидії російській пропаганді використовує обмежуючі заходи (намагаючись захистити громадян від російського інформаційного потоку), також проводить просвітницьку діяльність серед населення, а найрозповсюдженішим методом контрпропаганди є пряме спростування.

Підсумовуючи все вище сказане, можна зробити висновок, що контрпропаганда – це узагальнена назва технік, прийомів і методів протидії пропаганді. Вона має 2 функції: випереджувальну та викривальну. Виокремлюють тактичну та стратегічну, наступальну та оборонну контрпропаганду. За спрямованістю контрпропагандистські технології поділяються на превентивні, протидіючі та наступальні. Відмінними рисами ефективної контрпропаганди є правдивість, чіткість та прозорість формулювань, адаптивність та швидкість, знання цільової аудиторії. Контрпропаганда включає наступні методи: прийом компенсації, технологія «обмежуючі заходи», техніка «попередження», метод зниження авторитету, прийом поширення викритої пропаганди, метод спростування.

У боротьбі проти кремлівської пропаганди основними «джерелами» є: громадськість та держава. Прикладами громадських ініціатив є інтернет-проекти StopFake, VoxCheck, «MediaSapiens», «Вечер с Яниной Соколовой», телепрограма «Антизомбі», а також окремі колонки в Українській Правді, ЦензорНет, НВ та в багатьох інших українських ЗМІ. В свою чергу, українська влада більшою мірою використовую обмежуючі заходи (санкції, блокування каналів і т. д.) та проводить просвітницьку діяльність.

ВИСНОВКИ

У ході кваліфікаційної роботи було виконано всі поставлені на початку завдання.

По-перше, ми з'ясували теоретичні засади дослідження пропаганди. Так, згідно визначенню: пропаганда – це поширення інформації – фактів, аргументів, чуток, напівправди чи брехні – для впливу на публічну думку. Вона є більш-менш систематичними зусиллями маніпулювання переконаннями, відносинами або діями інших людей за допомогою символів. Широке поширення вона набуває під час Першої світової війни, де її трактують як тактику переконання. Західні науковці робили акцент на її маніпулятивній складовій, а радянські – на переконанні та поясненні людям дійсності.

Для цілісного уявлення феномену пропаганди було розкрито зміст понять, пов'язаних з нею, а саме: інформація, ідеологія, агітація, маніпуляція, дезінформація та інформаційна війна. В ході роботи було виявлено ряд функцій пропаганди: контроль за свідомістю населення, боротьба з ідейними противниками, нейтралізація ворожих дій, управління інтерпретаціями подій на основі переконання реципієнта в правомірності поглядів і позицій комунікатора. Також ми дослідили різноманітні типології пропаганди на основі ряду критеріїв, серед них: за ідентифікованістю джерела: «біла», «сіра», «чорна»; зважаючи на емоції, які викликає у реципієнтів пропаганда: позитивна, негативна; за напрямком руху комунікації: вертикальна, горизонтальна; за направленістю: раціональна, ірраціональна.

По-друге, було розкрито особливості російської пропаганди як інструменту інформаційної війни проти України. Інформаційна війна проти

України почалась задовго до Майдану та воєнної агресії. Російська еліта та Кремль розглядали набуття Україною незалежності як історичну помилку, яку вони скоро виправлять. Після приходу до влади Володимира Путіна відносини держав лише погіршилися, адже Росія час від часу ініціювала різного роду кризи для того, щоб мати засіб політичного тиску на Україну. Наприклад, у 2003 р. конфлікт щодо острова Тузла, у 2004 р. намагання розіграти карту «східноукраїнського сепаратизму», газові війни 2005-2006 рр., 2008-2009 рр., 2013-2014 рр., у 2012 так звана «сирна війна» та торговельно-експортна блокада 2013 р. Всі ці провокації інформаційно підтримувала кремлівська пропагандистська машина.

Варто зазначити, що російська пропаганда є продовжувачем радянської, наслідування можна помітити не лише в змісті (тобто наративах), але й в формі (тобто методах та прийомах) пропаганди.

В ході дослідження було зроблено висновок, що Російська Федерація в контексті інформаційної війни проти України здійснює пропагандистський вплив на 4 цільові групи: серед населення, яке проживає в зоні конфлікту, тобто на непідконтрольній Україні частині Донбасу та в окупованому Криму; серед населення, яке проживає на території підконтрольній Україні; серед громадян Російської Федерації та серед міжнародного співтовариства. Основними ж джерелами поширення пропаганди в Україні є російські телеканали та їх сайти, російські інтернет-медіа та телеграм канали, українські телеканали проросійського спрямування, проросійські сайти та інтернет-ресурси з глобальними охопленням.

В роботі було виокремлено головні наративи та меседжі кремлівської пропаганди та поділено їх на 4 блоки: ті, які присвячені Революції Гідності; ті, які присвячені подіям в Криму та подальшій окупації; ті, які присвячені подіям на Донбасі та початку воєнних дій та ті, що присвячені Україні в проміжку 2015-2021 рр. Основним джерелом для аналізу повідомлень був обраний сайт Russia Today, так як цей інтернет-ресурс є одним із основних постачальників новин для росіян та російськомовних людей за кордоном. Пишучи про

Революцію Гідності російські пропагандисти робили основні акценти на неправомірності Майдану, його фінансуванні США та нелегітимній владі «бандерівців і фашистів». Супровід же легалізації анексії Криму будувався на наступних наративах: Крим – це споконвічно російська земля, населення одноголосно підтримало дії РФ на референдумі, НАТО збирається влаштувати військову базу в Криму. Цікавою є зміна риторики російського президента від слів про те, що «російських військових в Криму немає, це сили самооборони» до «російські війська були введені в Крим з благими намірами». Наступним блоком для висвітлення були події на Донбасі та початок війни. Російські ЗМІ активно висвітлювали це, більше того, ґрунт для цих подій вони закладали ще задовго до того. В загальному вигляді ідеологія РФ щодо Донбасу містить 3 складові: апеляцію до регіональної ідентичності «Донбасу» як особливого регіону, «пролетарсько-шахтарський» дискурс, мілітаристська радянська риторика. А основними меседжами кремлівської пропаганди щодо подій на Донбасі та подальших воєнних дій були наступні: російськомовне населення повстало на захист свого життя і своєї мови від київської націоналістичної центральної влади, необхідність створення так званої «Новоросії», використання щодо російських військовослужбовців та колабораціоністів таких слів як «народное ополчение», «антифашистский фронт», «армия Новоросии», а Росію називали миротворцем. Протягом 2015-2021 рр. кількість дезінформації щодо України тільки збільшилась, основними темами були: «громадянська війна» в Україні, порушення Україною Мінських домовленостей, економічна криза та хаос в Україні, вина України в катастрофі рейсу МН17 і невинність РФ, дискредитація української армії та критика української влади, а також міф про перемогу.

В ході дослідження було з'ясовано, що центральним ядром російської пропаганди є зовнішньополітична доктрина «руського мира», яка є ідеологічною основою та інструментом російської експансії. Основними ж підвалинами «руського мира» є російська мова, російська культура, спільна конфесія – православ'я та спільна історія. Загалом про ідею «руського мира»

почали говорити ще у 1990-х років, але за 30 років вона остаточно утвердилась як нова державна ідеологія і з метафори перетворилась на політичну практику. Наразі доктрину «руського мира» використовують як ширму для «збирання споконвічно російських земель». Метою цієї доктрини є возз'єднання пострадянського простору під правлінням РФ, саме заради цього російська влада протягом 30 років намагається політично та економічно тиснути на країни, які за її думкою, входять до «руського мира». Варто зазначити, що більшість воєнних конфліктів, спровокованих Російською Федерацією (в Молдові, Грузії, Україні) мають (в своєму обґрунтуванні) одні й ті самі наративи: «захист прав російськомовних або співвітчизників закордоном» та «миротворча місія Росії у громадянських конфліктах братніх народів». Можна відслідкувати певну тенденцію, що варто країні, яка належить до сфери інтересів РФ «рушити на Захід», то воєнний конфлікт є просто неминучим.

Окрім змістовної частини російської пропаганди було також розглянуто форму, тобто методи, прийоми та технології. Основними з них є технологія інформаційної блокади, використання медіаторів або авторитетів, ефект першості або нанесення випереджувального удару, ефект присутності, переписування історії, технологія анонімного авторитету, прийом фейкових соціологічних опитувань, метод «буденна розповідь», прийом безперервного повторення одних і тих самих тверджень, техніка емоційного резонансу, прийом «відволікання уваги», метод «констатація факту», техніка класифікації, техніка «свідки подій», метод перспективи, створення політичних міфів, ботоферми або фабрики тролів.

У підсумку, ми дійшли висновку, що особливістю російської пропаганди є її великий об'єм, багатоканальність, швидкість, непереривність, часте повторення однакових меседжів, відсутність висвітлення об'єктивної реальності, логіки та послідовності, а також величезне фінансування.

По-третє, в ході роботи ми виявили сутність контрпропаганди як складової протидії російській пропаганді в Україні. Визначаючи поняття

«контрпропаганда», ми зупинились на дефініції, згідно з якою вона постає як узагальнена назва технік, прийомів і методів запобігання пропагандистським діям. Було також виявлено 2 функції: випереджувальну та викривальну. Виокремлюють тактичну, стратегічну, наступальну та оборонну контрпропаганду. За спрямованістю контрпропагандистські технології поділяються на превентивні, протидіючі та наступальні. Варто зазначити, що відмінними рисами ефективної контрпропаганди є правдивість, чіткість, прозорість формулювань, адаптивність, швидкість та знання цільової аудиторії.

Звертається увага, що контрпропаганда й пропаганда можуть виступати як два самостійні інструменти або як єдиний засіб системи політичної комунікації. Саме тому у другому випадку, деякі методи та технології пропаганди та контрпропаганди є схожими чи взагалі ідентичними. Через це в даній роботі було розглянуто лише ті методи та технології контрпропаганди, які не спираються на маніпулювання та брехню. Такими методами є наступні: прийом компенсації, технологія «обмежуючі заходи», техніка «попередження», метод зниження авторитету, прийом поширення викритої пропаганди, метод спростування.

Варто зазначити, що корисним в контексті протидії російській пропаганді є також вивчення успішного досвіду контрпропаганди інших держав. В даній роботі були розглянуті кейси Грузії у 2008 році та Литви.

В ході дослідження було зроблено висновок, що основними «джерелами» боротьби проти кремлівської пропаганди є: громадськість та держава. Прикладами громадських ініціатив є інтернет-проекти StopFake, VoxCheck, «MediaSapiens», «Вечер с Яниной Соколовой», телепрограма «Антизомбі», а також окремі колонки в Українській Правді, ЦензорНет, НВ та в багатьох інших українських ЗМІ. В свою чергу, українська влада більшою мірою використовує обмежуючі заходи (санкції, блокування каналів і т.д.) та проводить просвітницьку діяльність (інтернет-проект «Інформаційні війська України», видання праці «Біла книга спеціальних інформаційних операцій

проти України 2014—2018», проведення соціальних кампаній «армія – це гордість», «Шануй Героїв!», «Крим – це Україна», «Здобули гідність – захистимо державу», створення каналу «UATV», а потім «Дом». Прикладами законів, які мають контрпропагандистську мету є Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо захисту інформаційного телерадіопростору України», Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо обмеження доступу на український ринок іноземної друкованої продукції антиукраїнського змісту», Закон України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки» та Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості власності засобів масової інформації та реалізації принципів державної політики у сфері телебачення і радіомовлення».

Підсумовуючи, політична пропаганда – один із найсерйозніших інструментів Російської Федерації у протистоянні з нашою державою. Саме тому дослідження і використання методів контрпропаганди є необхідністю в українських реаліях. Адже саме контрпропаганда бореться з пропагандою, демонструючи її недостовірність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бевз Т. Українці і росіяни під прицілом російської пропаганди. Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. 2015. Вип. 1. С. 150-163. URL:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzipiend_2015_1_17
2. Васильев В. Майдан, российские СМИ и образ врага. URL:
<https://www.golosameriki.com/a/vv-ukraine-in-russian-media/3194671.html>
3. Висоцький О. Ю. Стратегії фокусування та дефокусування уваги як інструменти пропаганди. Філософія, теорія та практика випереджаючої освіти для сталого розвитку: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції. 14 грудня 2017 р., м. Дніпро, ДООППО. Частина I. Дніпро, 2018. С. 110–113.
4. Війна на Донбасі: реалії і перспективи врегулювання: аналітична доповідь Центру Разумкова. Київ, 2019. URL:
https://razumkov.org.ua/uploads/article/2019_Donbas.pdf
5. ГО «Телекритика» презентувала дослідження «Російська пропаганда-2014: тенденції, підсумки, вплив на українське суспільство» URL:
<http://ru.telekritika.ua/kontekst/2014-12-24/101919>
6. Гойман О. О. Маніпулювання масовою свідомістю в умовах сучасної гібридної війни. *Грані*. 2015. No 1. С. 50-56. URL:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2015_1_11
7. Горбань Ю. О. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові*

- України*. 2015. No 1. С. 136-141. URL:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2015_1_21
8. Горбулін В. «Гібридна війна» як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу. *Стратегічні пріоритети*. 2014. No 4 (33). С. 5-12.
 9. Горбулін В. Крим. Війна: передумови російської агресії: аналітичні матеріали. URL: <https://www.mbo.gov.ua/ua/Diialnist/2399.html>
 10. Гуревич П. С. Пропаганда в идеологической борьбе. М., 1987.
 11. Д. Ю. Золотухін. Біла книга спеціальних інформаційних операцій проти України 2014-2018. К., 2018. 384 с. URL:
http://mip.gov.ua/files/pdf/white_book_2018_mip.pdf
 12. Дарморіз О. Пропаганда як складник сучасної соціальної міфотворчості. *Вісник Львівського університету*. Серія філософсько-політологічні студії. 2017. Вип. 15. С. 43-48. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlu_fps_2017_15_7
 13. Донбас у системі інформаційної безпеки держави: регіональні особливості, зовнішні виклики, інструменти боротьби з антиукраїнською пропагандою: аналітична доповідь. К.: ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2015. 196с.
 14. Донбасс и Крым: цена возвращения: монография / под общ. ред. В. П. Горбулина, А. С. Власюка, Э. М. Либановой, А. Н. Ляшенко. Сокр. пер. с украинского. – К. : НИСИ, 2015. 224 с.
 15. Дубов Д.В., Корецька І.О., Баровська А.В., Гнатюк С.Л. та ін. Фейки як інструмент впливу на вибори: аналітична доповідь. Київ, 2020. URL:
https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-01/fake_news_fin_full_clean.pdf
 16. Идеология Фонда «Русский мир». URL: <https://ruskiymir.ru/fund/>
 17. Іваницька Б., Гусева С. Основні методи пропаганди в російському інтернет-ЗМІ Pravda.ru. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2018. No 2. С. 59-64. URL: <http://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/zhurnalistiski-nauky/osnovni-metody-propagandy-v-rosiyskomu-internet-zmi-pravdaru>

18. Ільницька У. Інформаційна безпека України: сучасні виклики, загрози та механізми протидії негативним інформаційно-психологічним впливам. Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. 2016. Vol. 2. No. 1. P. 27–32. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/37314/1/7_31-36.pdf
19. Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії: аналіт. доп. / за заг. ред. А. Баровської – К.: НІСД, 2016. 109 с. URL: http://old2.niss.gov.ua/public/File/2016_nauk_anal_rozrob/inform_vukluk_u.pdf
20. Інформаційні війни проти України та інших європейських країн: досвід Литви у протидії пропаганді. К: Вид. дім «Українська культура», 2020. 135 с. URL: <http://publicdiplomacy.org.ua/?p=919>
21. Каверіна А. С. Проблема пропаганди в українському медіапросторі. *Грані*. 2015. No 11(1). С. 97-101. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2015_11\(1\)_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2015_11(1)_20)
22. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М. : Эксмо, 2008. 864 с.
23. Киселев М. В. Психологические аспекты пропаганды <https://psyfactor.org/propaganda8.htm#50>
24. Кравчук М. А. Політична пропаганда як засіб становлення і трансформації політичних режимів: дис... канд. політ. наук: 23.00.02 /Волинський держ. ун-т ім. Лесі Українки. Луцьк, 2005. 181 с.
25. Ксенофонов В. В. Русский мир и глобализация. *Век глобализации*. 2009. No 2. С. 173–174.
26. Курбан О. В. Інформаційне супроводження російської гібридної агресії в Донбасі (2014-2016) *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2017. No 2. С. 66-73. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2017_2_11
27. Лапутіна Ю. Сміслова війна РФ проти України: інструменти, засоби, досвід протидії. *Боротьба за людей в умовах гібридної війни: матеріали другого Харківського без некового форуму* (м. Харків, 29-30 листопада 2019) /за ред. проф. І. П. Руценка. С. 19-25.

28. Литератор. Мы русский мир построим! Литературная газета. 2006. No 49.
29. Малик Я. Й. Інформаційна війна і Україна. *Демократичне врядування*. 2015. Вип. 15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2015_15_3
30. Михайличенко А. Контрпропаганда в українських ЗМІ, реалії сьогодення. URL: https://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/a._mykhailichenko_co_unter-propaganda_in_the_ukrainian_media_the_reality_of_today.pdf
31. Московичи С. Век толп. М., 1998. 187 с.
32. На пути консолидации Русского мира. *Обозреватель*. 2009. No 1. С. 53-60. URL: <http://elibrary.ru/download/47627847.pdf>
33. Особливості свідомості і ідентичності жителів підконтрольної та окупованих територій донецької області: аналітичний звіт за результатами соціологічного дослідження. Київ, 2018. URL: <https://drive.google.com/file/d/1gWg9Jk5hqZlwsVTCmBUdrY9UxJxIHsv-/view>
34. Павлов Д. М. Специфіка здійснення контрпропагандистських політичних технологій. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/403492.pdf>
35. Песков: Путин является гарантом безопасности русского мира// *Общественно-политическая газета «Президент»*. 2014. 17 березня. URL: <http://www.prezidentpress.ru/news/prezident/2519-peskov-putin-yavlyaetsya-garantom-bezopasnosti-russkogo-mira.html>
36. Политические коммуникации: Учебное пособие для студентов вузов/ Под ред. А. И. Соловьева. М.: Аспект Пресс, 2004. 331 с.
37. Політологічний енциклопедичний словник / За ред. Ю.С. Шемшученка, В.Д. Бабкіна, В.П. Горбатенка. – 2-е вид., доп. і перероб. К.: Генеза, 2004. 736 с.
38. Політологічний словник: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / За ред. М. Ф. Головатого та О. В. Антонюка. К.: МАУП, 2005. 792 с.
39. Померанцев П. Це не пропаганда. Подорож на війну проти реальності/ Пер. з англ. – Київ: Yakaboo Publishing, 2020, 288 с.

- 40.Портников В. ЗМІ як один із видів Збройних сил Росії. URL:
<http://www.radiosvoboda.org/content/article/26924585.html>
- 41.Почепцов Г. Гібридна війна: інформаційна складова. URL:
http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/gibridna_viyna_informatsiyna_skladova
- 42.Почепцов Г. Пропаганда 2.0. Харків: Фоліо, 2018. 796 с.
- 43.Почепцов Г. Пропаганда и контрпропаганда. М. : Центр, 2004. 256 с.
- 44.Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Вид. 3-тє. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2016. 504 с.
- 45.Почепцов. Г. (Дез)інформація / Под общей редакцией Н. Лигачевой и Г. Петренко. К. : ПАЛИВОДА А. В., 2019. 248 с. URL:
https://go.detector.media/wp-content/uploads/2019/10/Disinformation_Pochepcov_book_WEB.pdf
- 46.Пратканис Э. Р., Аронсон Э. Эпоха пропаганды: механизмы убеждения повседневное использование и злоупотребление. С-Пб., М., 2003. 384 с.
- 47.Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості власності засобів масової інформації та реалізації принципів державної політики у сфері телебачення і радіомовлення : Закон України від 03.09.2015 № 674-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/674-19>
- 48.Про внесення змін до деяких законів України щодо обмеження доступу на український ринок іноземної друкованої продукції антиукраїнського змісту : Закон України від 08.12.2016 № 1780-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1780-19>
- 49.Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки : Закон України від 09.04.2015 № 317-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/317-19>

50. Про прийняття за основу проекту Закону України про внесення змін до деяких законів України щодо захисту інформаційного телерадіопростору України : Постанова Верховної Ради України від 13.01.2015 № 93-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/93-19>
51. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року "Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)" : Указ Президента України від 15.05.2017 № 133/2017 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/133/2017>
52. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України» : Указ Президента України; Доктрина від 25.02.2017 № 47/2017 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/47/2017>
53. Про Стратегію інформаційної безпеки (проект). URL: <https://mkip.gov.ua/files/pdf/45698712365.pdf>
54. Прохоров Е. П., Поздняков П. В. Публицистика в жизни общества. Москва, 1968.
55. Расторгуев С.П. Философия информационной войны. М.: Московский психолого-социальный институт, 2003. 496 с.
56. Романова Т. А., Соколов Н. И., Колотаев Ю. Ю. Дезинформация (фейковые новости, пропаганда) как угроза стрессоустойчивости: подходы на уровне Евросоюза и Литвы как его члена. Балтийский регион. Санкт-Петербург, 2020. №1. – С. 53-67. URL: https://journals.kantiana.ru/baltic_region/4414/12998/
57. Російсько-український конфлікт: стан, наслідки, перспективи розвитку подій: аналітична доповідь Центру Разумкова. – Національна безпека і оборона. 2014р. No 5-6, С. 3-5. URL: http://razumkov.org.ua/uploads/journal/ukr/NSD148-149_2014_ukr.pdf

58. Сасін Г. В. Інформаційна війна: сутність, засоби реалізації, результати та можливості протидії (на прикладі російської експансії в український простір). *Грані*. 2015. № 3. С. 18-23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2015_3_5
59. СБУ викрила «ботоферму», яку фінансували з Росії. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/03/19/novyna/suspilstvo/sbu-vykryla-botofermu-yaku-finansuvaly-rosiyi>
60. Семен Н. Ф. Російські Інтернет-ресурси як чинник інформаційної війни проти України (на прикладі сайтів «Правда.Ру» та «Российский диалог»): дис. ... канд. наук з соц. комун.: 27.00.01 / Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені акад. С. Демянчука; Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара. Рівне, 2018. 250 с.
61. Соловьев А. И. Политические коммуникации: учебное пособие для студентов вузов. Москва, 2004. 331 с.
62. Сороченко В. Энциклопедия методов пропаганды (как нас обрабатывают СМИ, политики и реклама). 2002. 93 с. URL: <https://psyfactor.org/propaganda.htm>
63. Україна в інформаційному просторі Росії та Білорусі: основні наративи. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayina-v-informatsijnomu-prostori-rosiyi-ta-bilorusi-osnovni-naratyvy-i35175>
64. Федорчук В. Пропаганда як складник інформаційної війни. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2017. Т. 3-4. С. 13-20. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2017_3-4_5
65. Хоружий Г. Війна Росії проти України. Російська пропаганда як складова «гібридної війни». URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/1392>
66. «Це надовго»: Україна створює Центр протидії дезінформації. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/centr-protydiji-dezinformaciji-rosiji/31112156.html>
67. Цуладзе А. Большая манипулятивная игра. М.: Алгоритм, 2000. 336 с.

68. Чирва Р. Інформаційна війна – зброя, страшніша за ядерну. *Профспілкові вісті*. 2014. № 13. С. 8-9.
69. Шелест Г. Капітоненко М. Пропаганда. UA: Ukraine Analytica. Випуск 1 (11), 2018. URL: <https://ukraine-analytica.org/wp-content/uploads/devlen-ukr.pdf>
70. Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда та пр: такі схожі й такі різні. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль : ТНТУ, 2014. Том 47. № 4. С. 178-188. <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/47/168.pdf>
71. «Я-бот». Ботоіндустрія зсередини: хто користується та скільки коштує. URL: <https://hromadske.ua/posts/ya-bot-film-rozsliduvannya-pro-te-yak-pracyuyut-ukrayinski-botofermi-ta-hto-z-politikiv-koristuyetsya-yihnimi-poslugami>
72. Яковлева Н. І. Пропаганда як складова політичної комунікації: дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2010. 212 с.
73. Яковлева Н. Особливості впливу методів пропаганди на політичні установки громадян. URL: <http://upgroup.org.ua/osoblivosti-vplivu-metodiv-propagandi-na-politichni-ustanovki-gromadyan/#0HgPOLv>
74. Якубова Л., Головка В., Примаченко Я. Русский мир на Донбасі та в Криму: історичні витoki, політична технологія, інструмент агресії: (Аналітична доповідь). Київ, 2018. 227 с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Yakubova_Larysa/Ruskyi_myр_na_Donbasi_ta_v_Krymu_istorychni_vytoky_politychna_tekhnolohiia_instrument_ahresii_Anali.pdf
75. Analysis of Russia's information campaign against Ukraine. Examining non-military aspects of the crisis in Ukraine from a strategic communications perspectives. Riga, 2015. URL: https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/russian_information_campaign_public_12012016fin.pdf

76. Ariel Cohen, Colonel Robert E. Hamilton. The Russian Military and the Georgia War: Lessons and Implications. 2011. URL: <https://web.archive.org/web/20110615225235/http://www.strategicstudiesinstitute.army.mil/pubs/download.cfm?q=1069>
77. C. Paul, M. Matthews. The Russian «Firehose of Falsehood» Propaganda Model. URL: <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html>
78. Dean Jackson. Issue brief: distinguishing disinformation from propaganda, misinformation and «fake news». URL: <https://www.ned.org/wp-content/uploads/2018/06/Distinguishing-Disinformation-from-Propaganda.pdf>
79. Fraser L. Propaganda. London, 1957.
80. GEC Special Report: Pillars of Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem. 2020. URL: https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/08/Pillars-of-Russia's-Disinformation-and-Propaganda-Ecosystem_08-04-20.pdf
81. Grėsmių nacionaliniam saugumui vertinimas. URL: <https://www.vsd.lt/wp-content/uploads/2018/03/LTU.pdf>
82. Jacques Ellul. Propaganda: The Formation of Men's Attitudes. New York, 1973. URL: https://monoskop.org/images/4/44/Ellul_Jacques_Propaganda_The_Formation_of_Mens_Attitudes.pdf
83. Krech D., Crutchfield R. Op. cit., p. 333
84. L. Linkevičius: atsparumas propagandai turi būti mūsų prioritetas. URL: <https://www.urm.lt/default/lt/naujienos/1-linkevicius-atsparumas-propagandai-turi-buti-musu-prioritetas>
85. Lasswell H. D. The Theory of Political Propaganda / The American Political Science Review. 1927. Vol. 21, No 3. p. 627.
86. Lasswell H. Propaganda Technique in the World War. New York: Knopf, 1927. 233 p.

87. Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo nr. I-1418 19, 31, 34, 48 straipsnių ir priedo pakeitimo įstatymas. [https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAP/3b843be00e5d11e98a758703636ea610\](https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAP/3b843be00e5d11e98a758703636ea610)
88. Nicholas J. Cull. Counter Propaganda: Cases from US Public Diplomacy and beyond. URL: <https://www.lse.ac.uk/iga/assets/documents/arena/archives/counter-propaganda-cases-from-us-public-diplomacy-and-beyond-july-2015-pdf.pdf>
89. Resist Counter-disinformation toolkit. URL: <https://3x7ip91ron4ju9ehf2unqrm1-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2020/03/RESIST-Counter-Disinformation-Toolkit.pdf>
90. Russian ‘Bot Farms’—The New-Old Challenge to Ukraine’s National Security. URL: <https://jamestown.org/program/russian-bot-farms-the-new-old-challenge-to-ukraines-national-security/>
91. Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare. Washington, 2008. P. 408. URL: https://jmw.typepad.com/files/strategicinfluenceclass_copy.pdf
92. The new encyclopedia Britannica. Chicago. Vol. 9. P. 728.
93. Young K. Social Psychology. New York, 1944, p. 505.