

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІСТОРИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**  
**КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН ТА ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ**

До захисту допустити:  
завідувача кафедри  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**Кваліфікаційна робота**

за освітнім ступенем «Магістр» на тему:

**«Пропагандистська складова російсько-української війни: специфіка,  
цілі, механізми»**

студентки історичного факультету  
спеціальності 291 Міжнародні відносини, суспільні  
комунікації та регіональні студії, ОС «Магістр»  
Алексеевої Дар'ї Олександрівни

Науковий керівник:

Грідіна Ірина Миколаївна, д.і.н., професор кафедри  
міжнародних відносин та зовнішньої політики  
Маріупольського державного університету

Рецензент:

Фесенко Микола Васильович, д.політ.н., провідний  
науковий співробітник державної установи  
«Інститут всесвітньої історії НАН України»

Кваліфікаційна робота захищена з оцінкою \_\_\_\_\_

Секретар ЕК \_\_\_\_\_

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Маріуполь – 2020

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ...	12
1.1. Підходи до визначення сутності поняття «пропаганда», «гібридна війна», «інформаційна війна».....	12
1.2. Стан наукової розробки проблеми, джерелознавча та методологічна база дослідження.....	27
Висновки до розділу 1.....	34
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА, ЦІЛІ ТА МЕХАНІЗМИ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНІ ПРОТИ УКРАЇНИ.....	37
2.1. Основні риси, технології, техніки російської пропаганди.....	37
2.2. Ключові наративи російської пропаганди в інформаційній війні проти України.....	55
Висновки до розділу 2.....	67
РОЗДІЛ 3. КОНТРПРОПАГАНДА ТА ПРОПАГАНДА УКРАЇНИ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНІ ПРОТИ РОСІЇ.....	69
3.1. Реформування недійного простору, інформаційної політики як відповідь на інформаційну війну РФ проти України.....	69
3.2. Проблемні питання української журналістики та інформаційної політики.....	78
Висновки до розділу 3.....	89
ВИСНОВКИ.....	91
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	94

## ВСТУП

**Актуальність.** Гібридна війна РФ проти України вирізняється потужною інформаційною експансією, розгалуженою за формами та засобами, мета якої полягає у заподіянні максимальної шкоди інформаційним системам та процесам об'єкту агресії. Дослідники зазначають, що міжнародне співтовариство стикнулось з серйозними проблемами, пов'язаними з новим режимом інформаційної війни, яку Росія розгорнула не тільки проти України, але фактично у глобальному масштабі. Ця безперестанна «пропагандистська війна» є «найсвіжішим» і «лячним» прикладом інформаційної війни, що є відображенням широкого спектру невоєнних інструментів, які використовуються для здійснення тиску та впливу на поведінку країн. Експерти вважають, що при вмілому поєднанні дезінформації, зловмисних атак на великомасштабні інформаційні та комунікаційні системи у купі з психологічним тиском, вони є небезпечнішими за традиційні системи.

У нашому випадку ми розглядаємо психологічний аспект інформаційної війни, провідною складовою якої є стара, як світ, пропаганда, практики якої, відшліфовані та доповнені новими технологіями, активно та віртуозно використовує Російська Федерація задля маніпулювання масовою свідомістю міжнародної спільноти, власного населення, громадян України, окупованого населення загарбаних територій.

Пропаганда є певним різновидом суспільної діяльності, спрямованої на доведення та переконання об'єкту впливу в необхідності, легальності, правильності дій, ідей, принципів її суб'єкта.

Створення та утримання на тимчасово окупованих територіях Донецької та Луганської областей квазідержавних інституцій у вигляді так званих «ДНР/ЛНР», супроводжується колосальною інформаційно-пропагандистською підтримкою, що базується на брехні, маніпуляціях та

підміні понять, заперечення самого факту війни та участі РФ у ній; звинувачення України у власних злочинах, спотворення української історії. Вивчення ворожої пропаганди дає можливість виокремлювати її основні складові, напрями, засоби впливу, оцінювати ефективність, що, у свою чергу, створює підґрунтя для протидії.

**Об'єктом** магістерської роботи є інформаційна складова російсько-української війни.

**Предметом** виступає пропагандистське супроводження РФ гібридної агресії проти України, зокрема її військової складової на Сході.

**Хронологічні межі** дослідження обумовлені етапами російської збройної агресії, яка розпочалась із захоплення та тимчасової окупації Криму у березні 2014 р., війни на Сході України з квітня 2014 р., тимчасової окупації окремих районів Донецької та Луганської областей та створенні на їх території підконтрольних РФ окупаційних адміністрацій, яка триває до теперішнього часу.

**Географічні межі** вивчення є досить умовними, адже пропаганда спрямована не тільки на населення тимчасово окупованих РФ територій України, але, і навіть більше на власне населення, громадян України та світову спільноту, адже має за мету виправдати свої дії та запламувати уряд України, який нібито веде «громадянську війну» проти свого народу.

**Стан наукової вивченості** з даної теми можна класифікувати за проблемним принципом. До першої групи належать праці з теорії, в яких надаються визначення поняття «пропаганда», «гібридна війна» та «інформаційна війна», описуються загальні техніки та технології забезпечення пропагандистського впливу, надається класифікація видів інформаційної війни та сукупність поглядів на сутність поняття «гібридна війна». Дане питання досліджували такі зарубіжні автори, як Э. Бернейс [7], Ж. Елюль [146], Г. Ласвелл [149], М. Либки [150], Й. Купервассер [147], Ф. Хоффман [143], тощо. Так, у праці Ж. Елюля «Пропаганда: формування відношення людей» була розглянута сутність цього терміну, а також процес

пропагандистського впливу на людину» [146]. Російський вчений С. Кара-Мурза у своїй праці «Маніпуляція свідомістю», як і більшість науковців, розглядає в сутності пропаганди маніпуляцію [48]. Ф. Хоффман у праці «Конфлікт в 21 сторіччі: становлення гібридних воєн» досліджує феномен «гібридної війни» у 21 сторіччі. [143] М. Либки в своїй праці «Що таке інформаційна війна?» аналізує поняття «інформаційна війна» і надає її класифікацію [150].

У вітчизняній науці питання пропаганди, гібридних та інформаційних воєн досліджують наступні науковці: В. Горбулін [22], [109], Р. Додонов [20], С. Магда [60], Л. Мутовкін [69], Г. Почепцов [85] та інші.

Другу групу складають роботи, які розкривають специфіку, цілі та механізми російської пропаганди. Значний внесок до розробки даної проблематики зробили наступні науковці В. Горбулін [109], В. Лизанчук [58], Г. Почепцов [85], тощо.

Написання публікацій, пов'язаних з дослідженням російської пропаганди, активізувалось після початку інформаційної війни Росії проти української держави як серед українських, так і серед західних дослідників. Проте не достатнє висвітлення деяких аспектів проблематики нашої теми робить наше дослідження актуальним.

До третьої групи відносимо праці присвячені питанню української контрпропаганди та пропаганди проти Росії, а саме праці Р. Додонова [20], В. Горбуліна [109], Т. Ісакової [46], С. Жаботинської [31], Г. Почепцова [85] тощо.

**Метою** дослідження магістерської роботи є визначення цілей, специфіки та механізмів пропагандистської діяльності РФ та підконтрольним їй окупаційних адміністрацій у якості інформаційної складової російсько-української війни.

Мета дослідження потребує розв'язання наступних завдань:

- окреслити категоріально-понятійного апарату дослідження;

- визначити ступінь вивченості проблеми, теоретико-методологічних засади та емпіричну базу дослідження;
- охарактеризувати основні риси, технології, техніки російської пропаганди;
- виокремити ключові наративи російської пропаганди в інформаційній війні проти України;
- окреслити контрпропагандистські заходи України в інформаційній війні проти РФ;
- окреслити проблемні питання інформаційної сфери та журналістики та проблеми інформаційної реінтеграції окупованих територій.

Для досягнення поставленої мети та вирішення задач необхідно залучення широкої джерельної бази.

**Джерельна база дослідження** Джерельна база дослідження складається з різноманітних за походженням та змістом матеріалів які можна розподілити на дві великі групи:

Першу групу складають офіційні джерела, серед яких широко представлена законодавча база України в інформаційній сфері, яка спрямована на забезпечення інформаційної безпеки держави в умовах інформаційної агресії. Серед них такі: Указ Президента України Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)» [119], Указ Президента Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про доктрину інформаційної безпеки України»[117], Закон України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки» [37], Закон України «Про реформування державних та комунальних друкованих засобів масової інформації» [34], Закон України «Про суспільне телебачення і радіомовлення України» [33] та низка інших документів. Соціологічні опитування. Опитування, спрямовані на виявлення

рівня впливу та популярності російської пропаганди серед українців, як от соціологічне опитування «Російська пропаганда у зоні конфлікту» [105], «Індекс результативності російської пропаганди» [44]. Низка опитувань «Свобода слова та виклики для роботи журналістів в умовах збройного конфлікту в Україні» [110], де розглянуті питання порушення свободи слова в Україні, цензури і самоцензури, загроз журналістській діяльності. тощо

Другу групу складають неофіційні джерела, які перш за все представлені матеріалами засобів масової комунікації (в більшості українські, російські джерела). По-друге, представлені публіцистикою. Можна навести приклади таких статей: «Мультиmodalний дискурс пропаганди крізь призму епістемічної моделі оцінки» [17], «Журналістська правда і пост правда в контексті гібридої війни Російської Федерації проти України»[58], «Мета російської пропаганди – посіяти зневіру і параною. Як протидіяти» [64] тощо.

Таким чином, проведений огляд різноманітних документів та джерел засвідчує, що джерельна база є досить вичерпною та дозволяє в повній мірі висвітлити тему дослідження.

**Методологічна основа роботи.** Методологія дослідження становить сукупність методів, підходів, теорій, що використовуються як засоби організації пізнання обраної теми наукової роботи.

Міждисциплінарний характер дослідження забезпечується застосуванням методології різних галузей знання. Забезпечуючи багатопланове, глибинне вивчення предмету, вони надають можливість сформулювати комплексне бачення, що включає встановлення причинно-наслідкових зв'язків, системи, структури та динаміки явища. Також важливу роль грає комплексне поєднання теоретичних здобутків наукових шкіл міжнародних відносин та політології.

Предмет і об'єкт нашого дослідження стосується гібридної війни, а саме її пропагандистської складової. Гібридна війна, як і пропаганда, не має єдиного визначення. Крім того деякі науковці не розглядають її як новітню

форму війни, але ту, що має давню історію використання, для ефективного досягнення цілей.

Основним підходом нашого дослідження є системний. Системний підхід вимагає дослідження взаємопов'язаних та взаємозалежних між собою процесів, визначення чинників, специфіки та механізмів пропаганди як частини інформаційного складової гібридної війни, факторів формування та еволюції інформаційної політики та особливостей впливу її на інформаційний простір.

Структурний підхід має на меті визначення структури російської пропаганди. Пропаганда включає в себе не тільки усталені, але динамічні, з точки зору удосконалення, форми та елементи. Пропаганда використовує їх в поєднанні один з одним, діючи взаємопов'язано, вони виконують певні функції, для дослідження яких використовується функціональний підхід. Наприклад, під час війни однією з головних функцій є формування образу ворога, навішування ярликів та впровадження стереотипів в масову свідомість.

Не менш важливим, але навіть визначальним для розуміння причинно-наслідкових зв'язків формування пропаганди, є соціально-психологічний та соціально-економічний підходи. Вивчення особливостей та факторів певного сприйняття населенням інформаційної політики ворогуючих держав. Вплив психологічних, соціальних, економічних чинників на прийняття чи неприйняття меседжів пропаганди людиною.

Основними світоглядними принципами, які відображають сутність, зміст та особливості методології дослідження є наступні:

- об'єктивності та неупередженості, які вимагають розглядати інформаційний аспект війни в усій його складності, багатогранності, суперечливості, уникаючи політичної заангажованості та власних суб'єктивних уподобань;
- комплексності, який дає можливість встановити специфіку пропаганди під час гібридної війни всередині країни, а також за її межами;



- історизму, що вимагає, окрім окреслених рамок дослідження, розуміння конкретно-історичної ситуації, крім того визначення впливу на неї минулого розвитку країни;
- компаративістики, що забезпечує співставлення та порівняння інформаційних тактик, особливості форм та засобів пропаганди, їх використання.

Методи дослідження зумовлені темою, метою і завданням роботи. В роботі використано широкий спектр загальнонаукових методів дослідження.

Кількісні методи використовувались для визначення масштабів та характеру розвитку об'єкта дослідження. В рамках цих методів використовується контент-аналіз документів.

Аналітичний метод передбачає окреме вивчення кожного елементу об'єкту, усвідомлення кожного дії кожного фактору на досліджуване явище. Від чого залежить специфіка пропаганди, визначення спектру її методів, прийомів, засобів, а також її ролі в гібридній війні.

Метод порівняння стане в нагоді при вивченні різних джерел інформації у вигляді нормативних документів, доктрин, інформаційного висвітлення окремих подій, які можуть включати в себе різну інтерпретацію одних і тих же подій. Аналіз інформації з різного кута зору допоможе притримуватися більшої об'єктивності. Використання описового методу зорієнтовано на отримання цілісної системної інформації про структуру, особливості функцій, модель об'єкту дослідження, його типологічні властивості. Описання умов, перебігу та наслідків інформаційної війни, значення пропаганди в ній як центрального елементу гібридної війни.

**Наукова новизна** роботи полягає у тому, що надається комплексне дослідження специфіки російської пропаганди проти України, що надає змогу формування нового знання щодо проблемного питання.

**Практичне значення:** отримані результати дослідження можуть бути використані при розробці навчальних курсів та методичних рекомендацій для

студентів спеціальностей «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» та «Політологія».

**Апробація результатів дослідження.** Результати дослідження були представлені на наукових практичних конференціях: Десятої Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Тенденції розвитку сучасної системи міжнародних відносин та світового політичного процесу» (м. Маріуполь, 2020 р.) [24].

Доробки за даною темою дослідження були також апробовані в рамках участі у Міжнародній науково-практичній конференції «Суспільні науки та сучасність: актуальні питання» (м. Запоріжжя, 2020 р.) [2].

**Публікації.** За результатами проведеного дослідження було опубліковано 3 наукові праці, у тому числі публікація у науковому фаховому виданні (у друці).

**Характеристика змісту роботи.** Наукове дослідження складається зі вступу, де обґрунтовується актуальність, визначається мета та завдання дослідження; трьох розділів, у яких поставлені перед автором задачі; висновків, в яких надано узагальнення за результатами проведеного дослідження; списку використаних джерел та літератури.

У першому розділі «Теоретико–методологічна база дослідження» надається аналіз існуючих підходів до визначення понять «пропаганда», «гібридна війна», «інформаційна війна» надається аналіз стану наукової розробки та джерельної бази дослідження, розглядається методологічна база дослідження.

У другому розділі «Специфіка, механізми та цілі російської пропаганди в інформаційній війни проти України» надається характеристика методів, прийомів російської пропаганди, розглянуто особливості інформаційних компаній в Криму та на Донбасі, головні наративи російської пропаганди проти України.

У третьому розділі «Контрпропаганда та пропаганда України в інформаційній війні проти Росії» міститься інформація про законодавче

забезпечення в умовах гібридної загрози, визначено проблемне коло питань української інформаційної політики та журналістики, особливо щодо інформаційної реінтеграції окупованих територій.

Список використаних джерел та літератури складає 158 позицій.

## РОЗДІЛ 1.

### ТЕОРЕТИКО–МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ

#### **1.1 Підходи до визначення сутності поняття «пропаганда», «гібридна війна», «інформаційна війна»**

Пропаганда – це форма комунікації, розповсюдження нерідко неправдивих «фактів», поглядів, думок, міфів в масовій чи індивідуальній свідомості людини, з метою викликати певну реакцію, яка б відповідала інтересам та цілям певних груп чи окремо пропагандиста. В сучасну епоху глобалізації та всеохоплюючого поширення ЗМІ пропаганда оточує життя людей в різних сферах життєдіяльності. Особливе значення і наслідки пропаганда набуває під час війни, коли протидіючі сторони намагаються впливати на інформаційне поле один одного для досягнення намічених цілей. В умовах гібридної війни інформаційна зброя значно превалює над воєнною, а чітко сформована інформаційна компанія ефективно забезпечує інформаційний супровід воєнних операцій, послаблює супротивника і допомагає досягти стратегічної переваги [6].

Розуміння пропаганди як розповсюдження ідей, ефективність якої детермінована психологічними особливостями маси, притримувалися відомі науковці Г. Тард та Г. Лебон. Наприклад, Г. Лебон велику силу вбачав в ідеях, які, на його думку, в процесі набувають значення абсолютних істин, народних вірувань, ідеологій. Зрозумілі для народу, кратко виражені, ідеї формують образи, яскраві асоціації, мають велику пояснювальну силу та привабливість. Проникаючи в масову свідомість, вони постійно впливають на найменші елементи системи, на всі сфери життєдіяльності народу і країни. Г. Лебон вважав, що пропаганда реалізує поставлену мету, коли вселяє у народну свідомість подібне до релігійного почуття фанатизму, підштовхуючи пересічну

людини шукати вдоволення в підпорядкуванні, поклонінні культу, і навіть заради свого ідола віддавати своє життя [17].

Ефективність пропаганди, за Г. Ласуеллом, має включати в собі правдоподібність та сприйматися людиною за достовірну, а тому до досягнення нею стратегічної цілі не повинна містити в собі протиріч чи розповсюджувати твердження, які можна спростувати. На думку науковця, пропаганда є формою маніпуляції символами-словами, які мають ціннісне значення в суспільстві. Це робиться для створення можливостей управління масовою думкою та поведінкою, а суб'єктами-джерелами пропаганди виступають люди: від письменників до вчителів і політиків, що володіють словом і своєю діяльністю посилюють голос влади чи окремих посадовців.

Пропаганда для Г. Ласуелла була «новим та тонким інструментом», який мав сплавити «тисячі та навіть мільйони людських істот в одну амальгамовану масу ненависті, волі та надії». Маючи маніпулятивну сутність, пропаганда транслює емоційно забарвлену інформацію, намагається викликати сильні, навіть «первородні», емоції, такі як страх, ненависть, занепокоєння, що мають бути контрольованими пропагандистом з ціллю нейтралізації критичного мислення об'єкту пропаганди [149].

Згодом сформувалася тенденція ототожнювати пропаганду з маніпуляцією. Е. Брунело, Б. Сміт, Е. Аронсон та Р. Пратканис та інші науковці в своїх соціальних та політичних дослідженнях описали чітку кореляцію між ними.

Дослідник С. Кара-Мурза у своїй науковій роботі «Маніпуляція свідомістю» описує маніпуляцію як інструмент впливу пропагандиста (той, хто бажає маніпулювати свідомістю). Вдалий маніпулятор має добрати такі слова, вчинити такі дії, що знайшли б відгук в душі, зачепили потрібні струни, щоб людина побачила світ в спотвореному вигляді, прийняла картину такої дійсності всупереч своїм же інтересам [48].

Загалом, як і більшість термінів «пропаганда» не має чіткого і єдиного визначення. Відповідно у науці існує багато різних трактувань цього поняття.

Це зумовлено безпосередньо історичним досвідом його розвитку та умовами, за яких цей термін використовувався. Серед найпопулярніших варто назвати наступні.

Пропаганда – це будь-яка систематична спроба впливу на думку чи позицію великої кількості людей, перш за все використовуючи символічні знаки. Це певна форма комунікації, яка спрямована на засвоєння або відкинення певної інформації з метою впливу на організацію, групу, індивіда. У цьому визначенні виділяються такі основні характеристики пропаганди: 1) це систематичний фактор, тобто дія здійснюється регулярно, а не одноразово; 2) фактор впливу, що спрямований на думку чи позицію певного суб'єкта (тобто свідомість, психіку, установки; 3) фактор масовості, коли вплив спрямований не на одного індивіда чи особу, а на велику кількість людей; 4) елемент дії - це не просто пасивний вплив, а здійснюється з метою підштовхування до виконання певної дії [156].

Дещо по-іншому трактує поняття пропаганда енциклопедичний словник Британіка: «Пропаганда – поширення інформації – фактів, аргументів, чуток, напівправди чи брехні – для впливу на публічну думку». Основні характеристики: 1) інформативність (несе в собі якусь інформацію); 2) фактор впливу; 3) фактор масовості («публічна думка») [139].

Ще одне визначення пропаганди надається в тлумачному словнику Кембріджського університету. «Пропаганда – це інформація чи ідеї, зазвичай неправдиві, які організація поширює з метою переконання у правильності своїх дій, слів, думок» [141].

У свідомості багатьох людей існує поширений стереотип, що пропаганда – це щось погане і у демократичній країні не може існувати, оскільки порушує етичні принципи, поширюючи брехню. Для спростування такого кліше, слід розділити пропаганду на тоталітарну (авторитарну) і демократичну, так як за різних режимів вона буде мати різні спрямування і використовуватиме різні методи.

Таким чином, пропаганда використовується з певною метою, тобто у повідомленні може міститися крім явного змісту прихований, завуальований підтекст. [86].

Пропаганда конструюється та набуває ефективності тільки за умов наявності добре розробленого арсеналу методів, технік та технологій.

Технологія представляє собою сукупність прийомів, процедур, методів діяльності, що послідовно здійснюється та підвищує можливість реалізації цілей ініціатора пропагандистського впливу.

Досліджуючи технічний аспект пропаганди, робить можливим виокремлення сукупності її технік та технологій, які спрямовані на конструювання сприйняття реальності у об'єкта пропаганди в бажаний для пропагандиста спосіб.

Техніки пропаганди почали досліджуватися з 20-х років 20-го століття Інститутами дослідження пропаганди США. Було виділено основні технології політичної пропаганди, а саме: маніпуляція суспільною думкою, демагогія (введення аудиторії в оману, позиціонування своєї позиції як єдино правильною через, наприклад, порушення логіки, навмисні логічні помилки); велика брехня (навмисне спотворення фактів, реальності у руслі твердження чорне-це біле); пропагандистське кліше (шаблонний вираз, який використовується для однозначної класифікації певного суб'єкту або явища: імперія зла, цивілізований світ тощо); промивання мисків або управління свідомістю (маніпулятивні методи, покликані змінити мислення, поведінку, вірування, емоції людини проти її волі, наприклад через ідеологічну обробку); навішування ярликів (щоб викликати негативні асоціації по відношенню до певної групи, ідеї тощо); перенесення (коли престижне та перспективне переноситься на сумнівне, гіпотетичне); рекомендація авторитету або посилення на авторитет (цитовання висловів відомих людей, які підтримують певну політику, ідеї, кандидата тощо); гра в простонародність або прийом прості люди (намагання переконати публіку, цільову групу, що говорить людина, якій ця публіка може довіряти, і що бореться за її інтереси через

використання типового стилю аудиторії); підтасування карт ( вибіркоче використання лише тих фактів, що аргументують висловлювання );оркестровий фургон (використовується для переконання цільової аудиторії, що всі члени об'єкта пропаганди розділяють думку пропагандиста, а також заклик приєднатися до групи на шляху до неминучої перемоги) [6].

Науковець, О. Хакслі розділяв пропаганду на 3 види: повторення, замовчування, раціоналізація почуття. На виході вироблені почуття використовуються на користь держави, партії, окремого політичного діяча [131].

Особливо цікавим є погляд Ж. Еллюля на явище пропаганди, викладений у праці «Пропаганда: формування відношення людини».

Ж. Еллюль розглядає пропаганду як тотальне явище, розкриває методи і чинники її ефективності. Він виділяє дві стадії пропаганди – субпропаганда та активна пропаганда і осмислення міфів в процесі політичної пропаганди. На його думку, кінцевою метою політичної пропаганди є формування у об'єкта її впливу не переконань, а дій через настанови на певні дії. Ця дія являє собою вигідну для пропагандиста участь за допомогою формування набору умовних рефлексів на стадії субпропаганди та її активної пропаганди.

На думку науковця, саме міфи знаходяться в центрі та визначають основні установи в світоглядній системі людини, упорядковують життєвий досвід, надаючи йому ціннісного виміру, що робить сприйняття менш критичним, або взагалі позбавленим елементу критики.

Проте міфи складають важливу, але все ж частину пропагандистського впливу. На його думку, сучасна пропаганда заснована на науковому ґрунті - на науковому аналізі психології та соціології. Тому й пропагандист обирає і вистроює свої техніки, спираючись на знання психології людини, її потреби, бажання, життєвих умов, сучасні тенденції, при цьому активно користуючись даними психології і соціології. Сучасна пропаганда не має на меті вплив тільки на маси, натовп. Це, в першу чергу, індивідуальна пропаганда, хоча індивіда, включеного в маси, але все ж окремого її учасника різних



суспільно-політичних процесів. Тобто індивід розглядається не сам по собі, а у зв'язці з іншими, щодо загальних мотивів, почуттів, міфів (зведення до середньоарифметичного).

Саме дія, за Еллюлем, робить пропаганду незворотною. Ті, хто її вчинив відтепер змушений вірити в неї, тому що без неї вчинені дії відразу постають як абсурдні або несправедливі. Індивід від тоді продовжує жити в руслі пропаганди і згодом стає відданий їй ( яскравий приклад – комуніст, нацист). З моменту вчинення дії у людини з'являються вороги, а діяльність в цьому напрямі, охоплює всю її свідомість [146].

В структурі технологій пропаганди головними генераторами технологічного знання виступають окремі інституції, підрозділи в системі органів влади країни, на які покладається завдання щодо розробки інформаційної політики, що також включає пропагандистку складову. Наприклад, в Україні такі функції виконує Міністерство інформаційної політики, окремо аспектами політики пам'яті займається Український інститут національної пам'яті. Також генераторами технологічного знання є лідери організацій та рухів і технологи, що професійно спеціалізуються на розробці та ефективному використанні різних технологій і технік пропаганди, таким чином досягаючи виконання завдання замовника. [109].

Зосновуючись на певних критеріях технологій пропаганди, можна виділити конкретну типологію. Наприклад, за способом дії пропаганди поділяється на технологіях прямого та опосередкованого способу впливу.

Прямий вплив реалізується через безпосередню комунікацію суб'єкта з об'єктом пропагандистського впливу під час забезпечення організації та на самих політичних акціях, мітингах, пікетах, різноманітних зборах тощо. Другий спосіб комунікації реалізується через посередників, як от різноманітні медіа, лідери думок, громадські організації, а також інші соціальні агенти та інструменти масової комунікації: книжки, листівки, стенди, плакати тощо [134].

Важливим критерієм в процесах пропаганди також є тип комунікації, в якій формі відбувається комунікативний вплив. В цьому випадку комунікація може здійснюватись через діалогові або монологічні форми за допомогою відповідних комунікативних технологій [22].

Крім того, технології пропаганди поділяються на ті, що зосновані на жорсткому примусі в поєднанні з матеріальними ресурсами та ті, які зосновані на використанні «м'якої сили».

Питання примусу в пропаганді розглядається у роботі «Пропаганда» Е. Бернейса. Головне завдання пропаганди він вбачав у формуванні суспільної думки через організований заздалегідь розроблений інформаційний вплив на свідомість об'єкта пропаганди. Можливості моментального розповсюдження інформації, яка може й не бути об'єктивною, проте викликати сильні емоції, що дозволяє мобілізувати аудиторію на певні потрібні дії, часто необдумані, або навіть мотивувати до виконання певних паттернів поведінки, які не відповідають суспільним інтересам, навіюючи масове божевілля[7].

Разом з тим, важливе значення у вивченні пропаганди має питання співвідношення техніки та технології в процесі здійснення пропагандистського впливу. При цьому, визначаючи різницю між цими поняттями, варто зазначити, що техніка пропаганди представляє собою сукупність прийомів, хитрощів, які проте мають короткостроковий, нетривалий ефект та використовуються відповідно до конкретної ситуації. Тоді як технологія пропаганди поняття більш широке, стратегічне, довготривале, постійної дії та працює через пропагандистські механізми, як от міфологічний розподіл світу на добро та зло, ворогів та друзів, на чорне та біле, в основі чого лежить механізм дуалізації світу. Техніка пропаганди важлива у тактичній перспективі, наприклад, через окреслення винуватця у певному проблемному питанні та згодом збирання «плодів» впливу у вигляді реакції об'єкту пропаганди на виборах або в інших ситуаціях. Технологія пропаганди працює з гранд наративами і формує системи поглядів, символів, визначає конструкти поняття ворог-друг, чорне-біле тощо, тобто створює

ідеологію, певну уявну реальність. Утворюючи особливий світ, технологія формує певні образи, наративи, через призму яких об'єкт пропаганди в ідеалі має сприймати світ та навколишнє середовище. Окрім того, технології у пропагандистському впливі поділяються на універсальні, що використовуються у різних ситуаціях в незалежності від специфіки, та специфічні, що застосовуються в конкретній ситуації, як от під час виборів чи, окремо, кольорових революцій для збудження народного незадоволення. Також технологію пропаганди поділяють на основі впливу на аудиторію, що передбачає використання певних механізмів впливу, без цих механізмів неможлива технологія. Першу групу механізмів впливу складають когнітивно-детермінуючі, символічні механізми, які формують певні символи, образи, замінюючи та позначаючи реальність, спрямовані, в першу чергу, на світ уяви об'єкта пропаганди. Саме символи надають візуальний образ таких понять як влада, насилля тощо, допомагають упорядкувати реальність в інтересах тих, хто управляє та контролює ці символи. Окремою формою когнітивно-детермінуючих механізмів крім того є політична ритуалізація, що має на меті упорядкувати політичну реальність через встановлення певних норм поведінки, утворюючи певний порядок, в якому взаємодіють суб'єкти політики. (до прикладу нацистське вітання) [69].

Важливе місце в технологіях пропаганди посідає механізм міфологізації, який широко розповсюджений у різноманітних варіаціях.

Проте найголовніше для ефективної реалізації механізму міфологізації є вдала вербалізація дійсності, упорядкування її на основі розподілу на дві частини, що якнайкраще допомагає захопити уяву людини. Дію технології міфологізації можемо побачити на прикладі України, коли створювалась така реальність, потрібна владі за допомогою таких меседжів: боротьба з корупцією, олігархатом, ефективні реформи, успішна відповідь державі-агресору, тоді як насправді проблеми загострювалися.

Механізм ідеологізації впливає на свідомість об'єкта пропаганди з метою надати пояснення дійсності з певної точки зору (ідеї), вказати як і про

що думати і яка реакція потрібна для вирішення проблемних питань. Добре сформульована та репрезентована ідея не тільки визначає коло проблемних питань, надає варіанти їх вирішення через певні дії, але й прибирає з фокусу уваги інші ідеї.

Механізм віртуалізації в процесі здійснення пропагандистського впливу формує образи, що візуально зображують і дозволяють ефективно і відносно звичайних наративів на більш глибокому рівні впливати на масову свідомість. Тому для цього механізму надважливими є деякі складові, як от емоційність (або навіть сенсаційність), видовищність, доступність, правдивість, зрозумілість, повторюваність, популярність (впізнавальність) та міфологічність, які разом забезпечують успішну дію механізму віртуалізації.

Психологічні механізми передбачає вплив на психологічну сферу об'єкта пропаганди через різноманітні психологічні техніки і прийоми, без задіяння яких неможливий вплив інформації на свідомість та поведінку людини.

Також особливе місце в психологічному механізмі пропаганди займає дві невід'ємно пов'язані між собою технології: залякування та подання страху. Якщо перша технологія розрахована на посіяння страху, фобій, то друга пропонує рішення, які допоможуть виправити, впоратися з причинами-джерелами цих почуттів [85].

Особливе положення займають технології воєнної пропаганди. Головний акцент в ній робиться на створенні і підтримці образу ворога. Бельгійська вчена Анна Морелі, на основі дослідження праці А. Понсонбі "Брехня під час війни", сформулила «10 заповідей пропагандиста», що використовуються протиборчими сторонами під час війни: ми не хочемо війни; інша сторона винна в тому, що війна розпочалася; ворог – це обличчя диявола; ми захищаємо благородну мету, а не корисливі цілі; ворог систематично скоює злочини, ми ж припускаємось ненавмисних помилок; ворог використовує заборонену зброю; ми маємо невеликі втрати, втрати ворога – величезні; нас

підтримують представники культури, інтелігенція; наша мета – священна; всі, хто сумнівається у нашій пропаганді, – зрадники [25].

У той же час все більшу популярність набуває питання гібридних війн, організованих «кольорових» революцій і впливу інформаційних потоків та ролі пропаганди у них. Обґрунтуванням поняття «гібридної війни» займається низка науковців, серед яких Франк ван Каппен, Д.Кілаллен, Д.Ласіка та інші [77].

Разом з тим, на сьогоднішній день в політичній та військовій науці не існує єдиного підходу до визначення поняття «гібридної війни». Крім того, ряд науковців взагалі ставлять під сумнів обґрунтованість визначення «гібридна війна».

Гібридна війна, разом з іншими інструментами геополітичної боротьби, прийшла на заміну холодній війні, як ускладнена, нестабільна форма міжнародних відносин. Як явище глобального протиборства вона виникає в період формування нових принципів системи міжнародних відносин та глобального устрою. Упродовж 2000-х років термін «гібридний» стає загальним поняттям для визначення природи сучасної війни, особливо через зростання витонченості і смертоносності жорстоких недержавних суб'єктів і зростаючого потенціалу кібервійн. Хоча й не було згоди щодо того, що це обов'язково є новою формою війни, вже тоді, визначаючи сутність гібридної війни, підкреслювалося поєднання звичайних і нерегулярних підходів у всьому спектрі конфліктів

Досліджуючи виклики сучасної воєнної науки та технології, генерал-лейтенант Дж. Меттіс разом з провідним аналітиком цієї концепції Ф. Хоффманом зробили висновок, що гібридні способи та стратегії будуть характеризувати майбутні війни, а сама гібридна загроза включає сукупність державних та недержавних акторів. Пізніше Ф. Хоффман надав більш чітке визначення гібридної війни як викликів, що включають повний спектр різних способів ведення війни, включаючи звичайні можливості, нерегулярну тактику та військові формування, терористичні акти, невивіркове насильство, примус

та кримінальне засилля, що характерні для обох сторін конфлікту та недержавних суб'єктів [143].

Важливу рису, що притаманна гібридній війні, відмітив науковець М. Еванс, який зазначив, що війни у майбутньому, скоріше за все, вже не зможуть бути коректно пояснені традиційними, дещо застарілими категоріями, через часово-просторове розмиття меж протистояння та його багаторівневий характер [142].

В своїй книзі «10 уроків для реформи ізраїльської розвідки» Й. Купервассер надав опис нових конфліктів. На його думку, з початку 80-х сутність війни почала радикально змінюватись: протистояння все більше характеризується безперервністю, з короткотривалими, але високими за інтенсивністю діями, противник же використовує малочисельні військові формування, нерідко без пізнавальних знаків. Внаслідок цього супротивник всюдисущий, а процес прийняття рішень прихований та багаторівневий, Крім того, з'являються нові індикатори успіху - рівень одобрення громадянами, міжнародної спільноти дій влади та надання їм легітимності, замість здобуття нових територій, набувають найбільшої важливості [147].

Багато елементів, які можна ідентифікувати як складові частини гібридної війни, розглядаються в рамках дискусії «війн четвертого покоління», концепції, яка виникла в 90-х роках ХХ століття. Ключовим концептом теорії війн четвертого покоління є використання інформаційних технологій, що дозволяють недержавним військовим гравцям підірвати волю держав до боротьби, впливаючи на осіб приймаючих рішення та суспільство через глобалізовані мережі ЗМІ та Інтернет. Таким чином, відбувається «розширення» змісту війни, де основну роль грають культурні, соціальні, правові, психологічні та моральні аспекти, тоді як воєнна сила менш актуальна [140].

Визначення поняття гібридна війна також має спільні риси з китайською теорією необмеженої війни. Подібно до концепції гібридної війни, необмежена війна передбачає використання безлічі засобів, як

військових, так і невійськових, для нанесення ворогу удару у відповідь під час конфлікту, при цьому не існує правил, тому все дозволено [154].

Все нарастаюча динаміка використання інструментарію гібридних війн в наслідок виявлення їх практичної ефективності змусила деяких науковців спрямувати свою увагу на дослідження їх витоків через звернення до історії війн та військових протистоянь.

Опублікувавши у 2012 році свій аналіз використання гібридних методів війни з стародавніх часів до сьогодення, дослідники П. Менсур та В. Мурей, зробили висновок, про те, що гібридна війна за своєю сутністю є конфліктом, в якому використовуються як регулярні так і нерегулярні військові сили, як армія, так і партизанські, терористичні, повстанські формування, які синхронізують свої дії з ціллю досягнення спільної мети [144].

Проте, незважаючи на тенденцію вбачати в гібридній війні нове явище, деякі дослідники дотримуються думки, що така форма протистояння по своїй суті практично не містить інновацій. Однією з таких вчених є дослідниця М. Майгре, яка вказує на те, що ще в першій половині ХХ століття радянське керівництво широко використовувала тактику гібридної війни, відомої під назвою концепція «маскування». Як приклад М. Майгре приводить спробу СРСР підпорядкувати радянській владі Естонію через повалення незалежного уряду країни у грудні 1924 року. Для реалізації цього наміру СРСР відправив до Естонії офіцерів спецслужб з спеціально підготовленої групи, які разом з замаскованими естонськими комуністами зробили спробу захопити владу та після цього покликати для надання «допомоги» радянські війська [151].

Подібну думку розділяє дослідниця М. Снеговая, вказуючи на радянське походження методів і тактик російської гібридної війни. Проте, на думку дослідниці, відносно новим є розроблена Росією концепція «інформаційної війни». В її основі лежить ретельно продумана комплексна компанія дезінформації, яка покликана заплутати опонента та міжнародне співтовариство і при найменших витратах досягти стратегічної переваги [155].

Одне з найбільш вдалих визначень гібридної війни, на нашу думку, належить Роберту Ньювсону. Він вважав, що гібридна війна - це комбінація конвенційних, іррегулярних та асиметричних засобів, що включають постійну маніпуляцію політичним та ідеологічним конфліктом, а також залучення сил спеціальних операцій та конвенційних збройних сил, агентів розвідки, політичних провокаторів, представників медіа, економічний шантаж; кібератаки; проксі-сервери і сурогати, пара-військові, терористичні і кримінальні елементи [153].

Водночас, серед західних дослідників є значна група тих, хто реконцептуалізує гібридну війну скоріше як стратегію, ніж нову форму ведення воєнних дій. Зокрема, А. Ланожка вважає, що це саме стратегія, оскільки вона інтегрує використання різноманітних інструментів національної могутності для досягнення зовнішньополітичних цілей з урахуванням цілей і спроможностей противника [148].

В контексті російсько-українського гібридного конфлікту цікаво розглянути так звану «Доктрину Герасимова» як російський варіант концепції гібридної війни. Вона є результатом перегляду та подекуди переосмислення сукупності західних концепцій, як от «irregular warfare», *unconventional warfare*, *low-intensity conflict*, *compound warfare*, *t-war* (війна-трансформер), *asymmetric, non linear warfare* і інші.

Разом з тим, фактично в цій «доктрині» міститься сукупність принципів гібридної війни, надається їх характеристика. Так, до прикладу, по-перше, зазначається зростання значення невійськових методів у вирішенні стратегічних та тактичних завдань, що навіть на практиці виявилися ефективнішими за військову силу, по-друге, це відображає домінування невійськових засобів досягнення цілей, тобто політичних, економічних, гуманітарних тощо, в поєднанні з можливостями активізації протестних настроїв населення. Також зазначається замаскований, прихований характер операцій, їх інформаційний супровід та задіяння сил спец призначення і на останок окреслюється завершальний етап - відкрите використання військової



сили, прикриваючись мотивами миротворчого врегулювання конфлікту. За «доктриною Герасимова», співвідношення невійськових та військових засобів дорівнює 4 і 1. Асиметричні дії набувають особливого значення, як от використання в своїх інтересах внутрішньої опозиції, забезпечення домінування в інформаційному просторі та інші засоби, що знижують бойовий потенціал країни-супротивника, ослаблюють її [18].

В основі гібридної війни, особливо в російсько-українському варіанті, лежить добре розроблена та спланована інформаційна компанія, що є невід'ємною складовою інформаційної війни.

Основною метою інформаційної війни є здійснення впливу на суспільну свідомість для розхитування позицій супротивника, здобуття переваги в протистоянні.

Ще у 1960 році науковець М. Маклюєн вперше згадує феномен інформаційного протистояння, говорячи про те що, якщо війни минулого для знищення супротивника використовували зброю, то зараз саме інформаційна війна набула першочергового значення, особливо в контексті холодної війни [61].

Надалі поняття інформаційна війна модифікується, досліджуються окремі її форми та типи. У своїй праці «Стратегічна інформаційна війна» дослідники «RAND» пишуть, що стратегічна інформаційна війна включає глобальний всеохоплюючий простір інформаційної комунікації та інформаційні структури держави. Ці інформаційні структури сприяють дієвому забезпеченню проведення військових компаній та формують інформаційну політику задля здійснення впливу на інформаційні ресурси і в цілому на інформаційний потік [107].

Мартіна Либки в своїй праці «Що таке інформаційна війна?» виділила та надала характеристику сьома формам інформаційної війни: командно-управлінську; розвідникову (збір важливої, секретної інформації і захист власної); електронну (проти засобів електронної комунікації, наприклад, радіозв'язку, комп'ютерних мереж); психологічну (інформаційна обробка

населення, наприклад, підрив громадянського духу, деморалізація Збройних сил, дезорієнтація командування, війна культур ); хакерську (параліч, збої мереж, розповсюдження вірусів); економічну інформаційну війну (інформаційна блокада: перекриття каналів комерції); кібервійну (протистояння в кібернетичному просторі, Інтернеті через, наприклад, дестабілізацію роботи комп'ютерних систем державних, суспільних закладів) [150].

На думку І. Панаріна, сутність інформаційної війни полягає в намаганні вплинути на інформаційне поле супротивної сторони, в обличчі держави чи інших акторів політики, та в той же час захистити власне інформаційне поле від подібного впливу, що, як правило, реалізується в межах контрпропагандистських заходів. Інформаційна війна, на його думку, націлена на забезпечення інформаційного домінування, що сприяє ефективному здійсненню завдань загальнонаціональної стратегії. Інформаційне домінування же виявляється у рівні здібності інформаційної інфраструктури держави збирати, сортувати (обробляти) та поширювати перманентні інформаційні потоки, що включають реакцію, інтерпретацію конкретних подій, існуючої ситуації, одночасно прикладаючи зусилля щоби цей процес у супротивника був невдалим [76].

Інформаційну війну з точки зору геополітики розглядає І. Василенко, вбачаючи в ній одну з форм геополітичного протиборства, де актори намагаються здійснити інформаційний вплив на інформаційну систему не лише країн-супротивників, але й на інформаційно-комунікаційний простір нейтральних сил [13].

У свою чергу основну мету інформаційної війни дослідники Л. Шелепін та В. Лисичкін вбачають в здійсненні впливу на психологічну та духовну сферу та свідомість людини [59].

Вище згадуваний науковець І. Панарін також окремо визначає поняття інформаційне протиборство, яке, на його думку, полягає в використанні спеціальних методів, технік, технологій для впливу на інформаційно-

комунікативну систему держави-опонента та одночасно для захисту своєї інформаційної системи.. Сфери, в яких найбільш часто ведеться інформаційне протиборство: політична, дипломатична, економічна, інноваційна та воєнна сфери життєдіяльності [76].

Український науковець Є. Магда, досліджуючи особливості російсько-української інформаційної війни, акцентує увагу, що інформаційний вплив Росії спрямован не тільки на дестабілізацію України зсередини, але й на конструювання негативного іміджу української держави на міжнародній арені. Цей процес ропочався з часів Помаранчевої революції, коли у 2005 році спалахнула перша газова війна: російська сторона намагалась створити імідж України як невідповідального транзитера газу, одночасно впроваджувалась думка про необхідність, як альтернатива українській газовій системі, побудування нових газопроводів [60].

## **1.2 Стан наукової розробки проблеми, джерелознавча база та методологія дослідження**

В нашій роботі було розглянуте коло наукових робіт з обраної теми дослідження. Загалом стан наукової вивченості можна класифікувати за проблемним принципом.

До першої групи належать праці з теорії, в яких надаються визначення поняттю «пропаганда», «гібридна війна» та «інформаційна війна» описуються загальні техніки та технології забезпечення пропагандистського впливу, надається класифікація видів інформаційної війни та сукупність поглядів на сутність поняття«гібридна війна». Дане питання досліджували такі зарубіжні автори, як Г. Ласуелл [149], Ж. Елюль [146], Бернейс [6], Ф. Хоффман [143], Й. Купервассер [147], М. Либки [150], тощо. Так, у праці Ж. Елюля «Пропаганда: формування відношення людей» була розглянута сутність цього терміну, а також процес пропагандистського впливу на людину [146]. Російський вчений С. Кара-Мурза у своїй праці «Маніпуляція

свідомістю», як і більшість науковців, розглядає в сутності пропаганди маніпуляцію, а також устрій процесу маніпуляції як технології панування [48].

Г. Ласуелл у праці «Теорія політичної пропаганди» розробляє власну теорію пропаганди, зображує механізм її дії [149].

Ф. Хоффман у праці «Конфлікт в 21 сторіччі: становлення гібридних воєн» досліджує феномен «гібридної війни» у 21 сторіччі, вбачає в гібридному способі протистояння нову форму війни, що поєднує традиційні і неконвенційні засоби [143].

М. Любіки в своїй праці «Що таке інформаційна війна?» аналізує поняття «інформаційна війна» і надає її класифікацію [150].

У вітчизняній науці питання пропаганди, гібридних та інформаційних воєн досліджують наступні науковці: В. Горбулін [128] та [42], Р. Додонов [40], Л. Мутовкін [88], Г. Почепцов [103], С. Магда [79] та інші.

Другу групу складають роботи, які розкривають специфіку, цілі та механізми російської пропаганди. Значний внесок до розробки даної проблематики зробили наступні науковці В. Горбулін [109], Г. Почепцов [85], В. Лизанчук [58] тощо.

В колективній монографії під загальною редакцією В. Горбуліна «Світова гібридна війна: український фронт» аналізується проблема гібридної війни в межах гібридної війни Росії проти України, розглядаються її причини та передумови, цілі, а також особливості проведення у різних сферах життєдіяльності [109].

Зрозуміти сутність російської пропаганди, особливостей її дії допомогло комплексний погляд на сутність пропаганди та контрпропаганди, викладений у праці «Пропаганда та контрпропаганда» Г. Почепцова [85].

Питання формування “русского мира” як політтехнології в Криму та на Донбасі, що склало основу російської пропаганди розглянули українські науковці Якубова Л., Головка В., Приймаченко у праці «Русский мир на

Донбасі та в Криму: історичні витоки, політична технологія, інструмент агресії» [137].

Написання публікацій з приведеної теми активізувалось після початку інформаційної війни Росії проти України як серед українських, так і серед західних дослідників. Проте не достатнє висвітлення деяких аспектів проблематики нашої теми робить наше дослідження актуальним.

До третьої групи відносимо праці присвячені питанню української контрпропаганди та пропаганди проти Росії, а саме праці Г. Почепцова [85], С. Жаботинської [31], Р. Додонова [20], Т. Ісакової [46], Горбуліна [109], тощо.

У монографії «Гібридна війна: *in verbo et in praxi*» Р. Додонова надається осмислення гібридної війни, інтерпретуючи смисли інформаційного протистояння з акцентом на гібридній агресії Росії проти України [20].

Загалом широке коло наукових праць вітчизняних науковців щодо проблем пропаганди та контрпропаганди, особливо з початку інформаційного протистояння з Росією, в питаннях виявлення специфіки дії пропаганди, її цілей, засобів протидії, відображає інтерес існуючий в українському науковому колі до теми нашого дослідження. Проте, разом з науковими працями, для висвітлення особливостей російської пропаганди, її специфіки, цілей з одного боку та питань інформаційної безпеки української держави у вигляді законодавчого забезпечення, що відображає загальну тенденцію до використання контрпропагандистських заходів, була задіяна широка джерельна база. Джерельну базу поділяємо на групи джерел офіційного та неофіційного походження. Розглядаючи джерела, які відносимо до першої групи, можна виділити наступні підгрупи. До першої підгрупи слід віднести нормативно-правові акти, що стосуються питань забезпечення інформаційної безпеки України, аналітичні звіти щодо роботи державних структур у цьому напрямку, офіційні аналітичні доповіді, а також виступи посадових осіб. Серед нормативно-правових актів були розглянуті: Указ Президента України

Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)» [119], Указ Президента Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про доктрину інформаційної безпеки України» [117], Про схвалення концепції популяризації України у світі і просування інтересів України у світовому інформаційному просторі [91], Закон України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки» [37], Закон України «Про реформування державних та комунальних друкованих засобів масової інформації» [34], Закон «Про суспільне телебачення і радіомовлення України» [33] та низка інших документів. До аналітичних звітів та доповідей належить, до прикладу звіти Національного інституту стратегічних досліджень «Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії» [45], «Крим. Війна: передумови російської агресії» [53], «Стан та проблеми забезпечення державної інформаційної політики: зона проведення АТО та окуповані території» [114] тощо. Щодо законодавчого регулювання сфери інформаційної безпеки визначне місце займають концептуальні документи Доктрина та Концепція інформаційної безпеки, прийняті в умовах і з урахуванням викликів гібридного протистояння.

Хоча база джерел офіційного походження є достатньо вичерпною в питаннях забезпечення інформаційної безпеки української держави, загалом через методи контрпропаганди та контрпропаганди, в нашому дослідженні присутня значна кількість джерел групи неофіційного походження. З урахування особливості специфіки дослідження, що стосується російської пропаганди в гібридній війні, ми зосередили нашу увагу на аналізі російських ЗМІ для відокремлення ключових наративів пропаганди, технік, технологій її впровадження та публікацій щодо особливостей механізму дії російської пропаганди проти української держави. Треба відзначити: саме неофіційні джерела інформації містять погляди експертів, державних діячів,

суспільства в цілому, що допомагає скласти адекватне уявлення про причини, умови, стан та тенденції розвитку проблемного питання.

Серед джерел неофіційного походження виділяють наступні категорії:

- Публікації: статті, аналітичні доповіді. В дослідженні було використано наступну публіцистику: «Журналістська правда і пост правда в контексті гібридої війни Російської Федерації проти України» [58], «Украино-российская кибервойна: невидимый фронт» [125], «Особенности пропагандистских механизмов с двух сторон российско - украинского конфликта» [86] тощо.
- Соціологічні опитування.
- Матеріали ЗМІ.

Проведений огляд значної кількості різноманітних документів та різнопланових джерел засвідчує, що характер джерелознавчої бази дослідження є достатнім та дозволяє в повній мірі висвітлити тему дослідження.

Методологія дослідження становить сукупність методів, підходів, теорій, що використовуються як засоби організації пізнання обраної теми наукової роботи.

Міждисциплінарний характер дослідження забезпечується використанням методології різних галузей знання. Забезпечуючи багатопланове, глибинне вивчення предмету, вони надають можливість сформуванню комплексного бачення, що включає встановлення причинно-наслідкових зв'язків, системи, структури та динаміки явища. Також важливу роль грає комплексне поєднання теоретичних здобутків наукових шкіл міжнародних відносин та політології.

Предмет і об'єкт нашого дослідження стосується гібридної війни, а саме її пропагандистської складової. Гібридна війна, як і пропаганда, не має єдиного визначення. Крім того деякі науковці не розглядають її як новітню форму війни, але ту, що має давню історію використання, для ефективного досягнення цілей.

Основним підходом нашого дослідження є системний. Системний підхід вимагає дослідження взаємопов'язаних та взаємозалежних між собою процесів, визначення чинників, специфіки та механізмів пропаганди як частини інформаційного складової гібридної війни, факторів формування та еволюції інформаційної політики та особливостей впливу її на інформаційне поле.

Структурний підхід має на меті визначення структури російської та української пропаганди. Пропаганда включає в себе не тільки усталені, але динамічні, з точки зору удосконалення, форми та елементи. Пропаганда використовує їх в поєднанні один з одним, діючи взаємопов'язано, вони виконують певні функції, для дослідження яких використовується функціональний підхід. Наприклад, під час війни однією з головних функцій є формування образу ворога, навішування ярликів та впровадження стереотипів в масову свідомість.

Не менш важливим, але навіть визначальним для розуміння причинно-наслідкових зв'язків формування та сприйняття пропаганди, є соціально-психологічний та соціально-економічний підходи. Вивчення особливостей та факторів певного сприйняття населенням інформаційної політики ворогуючих держав. Вплив психологічних, соціальних, економічних чинників на прийняття чи неприйняття меседжів пропаганди людиною.

Основними світоглядними принципами, які відображають сутність, зміст та особливості методології дослідження є наступні:

- об'єктивності та неупередженості, які вимагають розглядати інформаційний аспект війни в усій його складності, багатогранності, суперечливості, уникаючи політичної заангажованості та власних суб'єктивних уподобань;

- комплексності, який дає можливість встановити специфіку пропаганди під час гібридної війни всередині країни, а також за її межами;



- історизму, що вимагає, окрім окреслених рамок дослідження, розуміння конкретно-історичної ситуації, крім того визначення впливу на неї минулого розвитку країни;

- компаративістики, що забезпечує співставлення та порівняння інформаційних політик країн, особливості форм та засобів пропаганди, їх використання.

Методи дослідження зумовлені темою, метою і завданням роботи. В роботі використано широкий спектр загальнонаукови методів дослідження.

Кількісні методи використовувались для визначення масштабів та характеру розвитку об'єкта дослідження. В рамках цих методів використовується контент-аналіз документів та статистичний метод.

Аналітичний метод передбачає окреме вивчення кожного елементу об'єкту, усвідомлення кожного дії кожного фактору на досліджуване явище. Від чого залежить специфіка пропаганди, визначення спектру її методів, прийомів, засобів, а також її ролі в гібридній війні.

Метод порівняння стане в нагоді при вивченні різних джерел інформації у вигляді нормативних документів, доктрин, інформаційного висвітлення окремих подій, які можуть включати в себе різну інтерпретацію одних і тих же подій. Аналіз інформації з різного кута зору допоможе притримуватися більшої об'єктивності.

Використання описового методу зорієнтовано на отримання цілісної системної інформації про структуру, особливості функцій, модель об'єкту дослідження, його типологічні властивості. Описання умов, перебігу та наслідків інформаційної війни, значення пропаганди в ній як центрального елементу гібридної війни.

Комплексне використання широкого спектру методологічних підходів дало змогу визначити сучасний стан забезпечення, виявити роль певних держав в її забезпеченні та спрогнозувати подальші події.

## Висновки до розділу 1

Отже, поняття пропаганда не має єдиного визначення. Прийнято вважати, що пропаганда – це розповсюдження певних ідей, фактів, поглядів тощо. Сутність природи пропаганди розглядали видатні науковці Г. Тард, Г. Лебон, Г. Ласуелл.

З маніпуляцією пропаганду пов'язували Е. Брунело, Б. Сміт, Е. Аронсон, С. Кара-Мурза та інші.

Науковець Ж. Елюль виділяв субпропаганду та активну пропаганду. Субпропаганда, на його думку, є підготовчим етапом і складається з розповсюдження та прийняття певних міфів, образів з ціллю мобілізувати людську діяльність. Тоді як активна пропаганда – спрямовує на реалізацію певних форм поведінки. Базою ж пропагандистського впливу є організований міф.

В цілому пропаганда визначається як систематичний фактор (дія здійснюється регулярно), включає фактор впливу та фактор масовості тобто розраховану на велику аудиторію, а також інформативність(несе певну інформацію).

Існують різні техніки та технології пропаганди і крім того пропаганда поділяється за певними критеріями: за способом дії – пряма, опосередкована; за типом комунікації – діалогова, монологова; пропаганда жорсткого примусу або «мякої сили» тощо.

Технологія примусу розглянута Е. Бернейсом в його роботі «Пропаганда». Він вважав, що можливість масового, миттєвого розповсюдження інформації, яка може викликати сильні емоції, дозволяє мобілізувати людей на виконання певних дій, навіть всупереч власним інтересам, викликати масове божевілля.

Поняття «гібридна війна» як і пропаганда не має єдиного визначення. Обґрунтуванням цього поняття займається низка науковців Франк ван Каппен, Д. Кілкаллен, Д. Ласка та інші.

Загалом виникнення дискусії з приводу гібридних загроз та методів ведення війни започаткували Ф. Хоффман та Дж. Меттіс у 2006 році, характеризуючи її як новітню форму війни, що включає сукупність державних і недержавних акторів, повний спектр різних способів ведення війни (традиційні та неконвенційні). Гібридна війна також визначається: розмиттям меж протистояння та багаторівневим характером (за М. Евансомчи); появою нових індикаторів успіху – забезпечення легітимності через просунення інтерпретації подій з власної точки зору та спотворення послаблення реакції супротивника (І. Купервассер).

Проте деякі науковці не вбачають в гібридній війні нове явище, а в російській гібридній війні вбачають радянське коріння (М. Майгре, М. Снеговая). Водночас є група дослідників, які вбачають в гібридній війні стратегію, ніж форму ведення воєнних дій (А. Ланожка).

Поняття «інформаційна війна», в свою чергу, визначається як «інформаційне протиборство», «інформаційно-психологічна війна». Це намагання вплинути на інформаційне поле супротивника і захистити власне (І. Панарін), також деякі дослідники розглядають інформаційну війну як форму геополітичного протиборства. (І. Василенко).

Аналіз стану наукової розробки свідчить про те, що питання явища пропаганди, гібридної війни і її основного інструменту – інформаційної війни і конкретно російської пропаганди проти України достатньо вивчено, проте далеко не завжди комплексно, надаючи фрагментарне уявлення, що робить наше дослідження актуальним.

Велике місце в нашому дослідженні займає робота з джерелами. Джерелознавча база достатньо ґрунтовна; були використанні нормативно-правові документи, які направлені на забезпечення інформаційної безпеки України заяви та промови офіційних осіб в пресі, інтернет-ресурсах Також для виявлення специфіки, цілей, механізмів російської пропаганди, особливо під час анексії Криму і початку збройного протистояння на Донбасі, були проаналізовані публікації, матеріали російської, українських ЗМІ

Для досягнення поставленої мети дослідження, були використанні достатня кількість наукових методів, як загальнонаукового характеру, так і спеціальних методів, що дало змогу об'єктивно та на належному рівні розглянути проблему форм, методів, сутності пропаганди в російсько-українській інформаційній війні.

## РОЗДІЛ 2.

# СПЕЦИФІКА, ЦІЛІ ТА МЕХАНІЗМИ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ В РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКІЙ ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНІ

### 2.1. Основні риси, технології та техніки російської пропаганди

Відзначаючи масштаби та ефективність російської інформаційної компанії проти України, американський воєнний діяч Філіп Бридлав охарактеризував її як найдивовижніший бліцкриг в історії інформаційних протистоянь, а дослідники Центру Стратегічних Комунікацій НАТО відмітили надзвичайну важливість для Росії «інформаційного домінування» в межах реалізації її цілей та стратегії [152].

Деякі науковці стверджують, що російська влада завчасно вела підготовку, створюючи необхідну основу для успішної реалізації спецоперацій в Криму та на Донбасі, що призвели до анексії півострову і створення самопроголошених республік «ДНР-ЛНР». Зокрема, на їх думку, успішна довготривала діяльність Росії дозволила створити мережі проросійських агентів, на території України формувалися впливові групи симпатиків Росії, фінансувалися російські культурні, освітні заходи, що мало на меті закріпити необхідні російські пропагандистські тези та посіяти ідеї «руського світу». Наприклад, в Донецьку був створений Руський центр, який просував та популяризував російську культуру, в Криму діяли різноманітні парамілітарні організації, на кшталт козацьких громад, спортивних клубів, відділів охорони, що мали тісний контакт з російською армією. У 2006 році був створений спеціальний підрозділ 18 центр в межах Інформаційного Центру ФСБ для антиукраїнської діяльності на просторах Інтернету. Разом з тим, підкупалися впливові представники експертного середовища, депутати, громадські діячі, тобто ті, хто мав вплив на формування суспільної думки, наповнюючи інформаційне поле певними меседжами. Справжня

інформаційна компанія Росії проти України розгорнулася у 2013 році з початку російсько-українських «митних війн» та інтенсифікувалася під час Євромайдану, коли для забезпечення проведення масштабних інформаційних компаній були підключені центральні російські канали [51].

Сучасна російська пропаганда наповнює інформаційний простір за допомогою державних офіційних структур в Росії чи за кордоном, недержавних, крім того фейкових організацій, що фактично фінансуються з російського бюджету, але намагаються приховати свої зв'язки з Росією та свою залежність від неї. До таких також відносяться економічні, політичні, релігійні організації та групи.

Російська пропаганда, використовуючи різні спектри пропаганди, від білої до чорної, інструменти пост правди, заплутує, дезорієнтує, впроваджує суперечливі наративи, істина переплетається з брехнею та маніпуляцією, де немає місця об'єктивній інформації. Щоби розхитати, дестабілізувати, вона використовує конфлікти між групами, політичними силами, і в світі може підтримуват як лівих, так і правих під час їх конфронтації між собою [64].

Новітня форма війни, яку часто називають гібридною, спричинила появу новітньої зброї – дискурсивної. Мовні ігри стали невід'ємною складовою збройного протистояння. Використовуючи «мовні маневри», російська пропаганда вдало навіює суспільству спотворену реальність, де важко відокремити брехню від правди, героїв від зрадників, добро від зла.

Цікавою особливістю російської інформаційної війни є її зв'язок з методологічними настановами постмодерністської філософії. Відкидується класичну раціональність, категорії «реальне», «істине», «можливе та дійсне» тощо, що передбачувало певну логічність, хронологічність подій, пошук та пояснення причино-наслідкових зв'язків, закономірностей, що порушується та навіть зовсім відкидується. Прийоми та техніки пропаганди, засновані на постморністській філософії дозволяють перекручувати факти на власний розсуд, розірвати причино-наслідковий зв'язок, міняючи місцями причину і наслідок. Це виявляється, наприклад, в зміні ролей – коли агресор подається

аудиторії в ролі жертви, вбивця – героєм, а жертва, що повинна оборонятися – справжнім нападником. Граючись з категоріями «можливе/дійсне», в дусі постмодернізму, російські ЗМІ представляють різні, іноді конспірологічні, версії однієї події. Так трагічна загибель людей, збитого над Донбасом Боїнгу, була приписана помилці диспетчера, дії українських ППО, ракети, висувалася версія, що справжньою ціллю був літак з Путіним на борту тощо. Тобто представляється множина версій, без фіксації уваги на одній, а навпаки навіть найнеймовірніші думки репрезентуються як можливі [20].

В цілому російська пропаганда в інформаційній війні з Україною здійснює інформаційно-психологічний вплив на різні цільові аудиторії споживачів інформації: українську, внутрішньоросійську та міжнародну, яка в широкому вигляді постає як глобальне інформаційне суспільство. В свідомість цих аудиторій під час інформаційних операцій впроваджуються певні наративи, оцінки, твердження, що мають на меті розколоти, спантеличити українське суспільство і навпаки об'єднати росіян навколо ідей великодержавності, єдиного «руського миру», протистояння Заходу, а для іншого світу – легітимізувати свої дії в Україні, нав'язати бачення подій з власної точки зору як єдиної правильної.

Особливо важливими для розуміння російської пропаганди є три аспекти, три поняття, що являють собою подекуди взаємозалежну систему. Перший термін – провокація, що був поширений в радянські часи в політичній мові та використовувався для навішування ярликів на критиків режиму, називаючи останніх агентами іноземного впливу, так би мовити «п'ятою колоною», а їх критичні заяви порівнювалися з провокацією та саботажем, що начеб то шкодять стабільному функціонуванню держави. Насправді цей термін з арсеналу інструментів з відволікання уваги від внутрішніх проблем на зовнішні, реальні чи уявні і в більшості випадків перебільшені (провокація також використовується українською пропагандою). Під час та після подій Євромайдану російська пропаганда поширювала, наприклад, образ агресивного Заходу та Росії, що діями

західної сторони була змушена надати відсіч, вжити заходи самозахисту. В такий спосіб формується образ невинної жертви обставин, тоді як Україна представлена як агресор, на плечах якого лежить провина за розв'язання конфлікту.

З ціллю приховати російську присутність на Донбасі широко використовувався інший термін - гуманітарна катастрофа. Прикриваючись тезою про гуманітарну катастрофу, Росія окрім надання гуманітарної допомоги мирному населенню, надає зброю незаконним військовим формуванням на Донбасі.

Третім популярним терміном російської пропаганди є русофобія, яка за її численними твердженням, особливо на початку гібридного протистояння, процвітає в Україні та насаджується київською владою. Тому визначення «русофобський» та «антиросійській» лунають нерідко, нерідко вони використовуються для характеристики процесів, подій, які не подобаються Москві, або сприймаються нею як ворожі. Наприклад, російські ЗМІ неодноразово засуджували декомунізацію, що розпочалася в Україні після приходу нової влади, охрестивши її наступом на права руськомовних людей та інших громадян, які мають позитивне відношення до радянських часів. Також з русофобами ототожнювалися активісти українського Майдану, що дозволяло в перспективі відносити до зрадників тих росіян, які його підтримували або були критично налаштовані щодо офіційного курсу влади, навішуючи на них ярлик русофобів, майже зрадників Росії [56].

Загалом російська пропаганда в Україні для досягнення своїх цілей та по відношенню до різних груп споживачів інформації (цільових аудиторій) використовує різноманітний, відпрацьований ще в радянські часи, в поєднанні з сучасними доробками, арсенал технік та технологій [63].

Технології та техніки російської пропаганди можна виділити на примірі спецоперації Росії в Криму, в ході та після якої використовувався широкий спектр методів та прийомів пропаганди, зокрема: технологія інформаційної блокади; техніка використання медіаторів або іншими



словами лідерів думки; технологія анонімного авторитету, прийом «тримай злодія»; техніка «ефект ореолу»; техніка переписування історії; техніка ефект присутності; техніка повторення одних і тих же тез; прийом зворотнього зв'язку; техніка констатації фактів; техніка «свідки подій»; прийом хибної аналогії; техніка емоційного резонансу; технологія «буденна розповідь»; техніка відволікання уваги; техніка перспективи; прийом рейтингування; техніка сенсаційності; прийом зміщення акцентів; техніка «отруйний сендвіч».

В процесі анексії Криму та формуванні самопроголошених республік «ДНР-ЛНР» була задіяна технологія інформаційної блокади, що ефективно вибудувала інформаційний вакуум, в якому, за практичної відсутності українських ЗМІ, російські пропагандисти широко розповсюджувати інформацію в вигідній інтерпретації, подаючи її як безальтернативну, достовірну. По суті, ця технологія сприяла формуванню єдиного погляду на події, які відбувалися в Україні під час та після Майдану. Блокування певних контекстів в інформаційному полі дозволило контролювати весь інформаційний простір. Першим завданням, досягнутим завдяки використанню цієї технології, було здійснення впливу на свідомість у такий спосіб, щоб прибрати негативні образи, надати діям Росії неагресивного, миролюбчого характеру через контроль вербальних позначень. Анексія Криму, що сталася в результаті порушення територіальної цілісності і суверенітету України, подавалась споживачу інформації як обумовлене подіями в Києві повернення Криму до рідної гавані. Наприклад, саме в контексті справедливого, історично й культурно, приєднання описується анексія Криму в російському фільмі Андрія Кондрашова Крым. Путь на Родину [55].

Також, разом з контролем над вербальними позначеннями, контролювалися візуальні образи, насамперед на екранах телевізорів не можна було побачити невдоволених діями Росії кримчан. Ці два аспекти, вербальний і візуальний, доповнювалися контролем над єдністю

інтерпретацій інформації (подій), при чому більшість матеріалів склалися з суб'єктивних думок російських пропагандистів, представників влади та діячів культури та спорту.

Розгляньмо іншу розповсюджену технологію російської пропаганди, а саме використання лідерів думок чи інакше - медіаторів. Для різних соціальних груп населення і в різних ситуаціях підбиралися авторитетні, впливові інфлюенсери, як от неформальні лідери, представники різних релігійних конфесій, політики, військові, діячі культури, мистецтва та спорту. При чому для здійснення максимального впливу для кожного прошарку населення підбирався свій авторитетний голос. Наприклад, прихильниками анексії Криму була ціла низка російських діячів, як то Кобзон, Расторгуєв, Прігожин, Безруков, Задорнов та інші. Крім того, аналізуючи інформаційний супровід анексії Криму, бачимо, що Президент Росії В. Путін особисто виступав медіатором у «налаштуванні» суспільної свідомості на проросійські позиції під час анексії Криму [50].

Широкого застосування набула техніка анонімного авторитету. Новини, поширені російськими ЗМІ подекуди засновувалися на анонімних джерелах інформації, тому нерідко в пропагандистських матеріалах згадувались, без повідомлення ім'я та прізвища, начебто свідка подій, експерта, поширювались звіти, колективні думки. Це в загальному вигляді надавало матеріалу більшої переконливості та «авторитетності».

Задля дискредитації української влади російська пропаганда користувалася прийомом «тримай злодія». Цей прийом нагадує гру на випередження: Росія першою здіймала гвалт, обурюючись певними діями Києву, тим самим збуджуючи в суспільстві невдоволення по відношенню до української сторони. Наприклад, в одному з пропагандистських матеріалів анексію Криму було пояснено і виправдено радикальними діями Києву, що змусило Крим приймати рішення (про воз'єднання з Росією ) бистріше і ось начебто результат якого досягнула післямайданна влада [57].

За допомогою техніки ефект ореолу російська пропаганда досягла створення ілюзії легальності анексії Криму. Вона полягає в виступах та поїздках політиків, впливових російських діячів на півострів, які цими діями допомагали закріпити у свідомості кримчан тезу про культурну спільність, підвищували статус дій Росії щодо повернення, а на справді анексії у іншій державі, Кримського півострову. Особливо активно техніка ореолу застосовувалась під час та після кримського референдуму, що повинно було надати йому більшої легітимності. [53].

Крім того, в російських інформаційних спецопераціях надзвичайно популярною була стара та надійна техніка перепису історії, яку можна віднести до прийомів маніпуляції. Вона має довготривалу дію та орієнтована на конструювання потрібного ініціатору пропаганди світогляду.

Метод переписування історії, інтерпритації історії у власному ключі є ефективним інструментом російської (та української) пропаганди. Намагаючись легітимізувати, виправдати в очах своїх громадян і світової спільноти свою агресивну політику, Росія використовує історію як інструмент, репрезентуючи власні інтерпретації історичних подій, минулого. Він покликаний надати значущості історичній події, перетворити її на символ, трактувати подію з урахуванням потреб поточного курсу політики та вплинути на формування національної самосвідомості, з закладенням певної системи суспільно-політичних цінностей. Росія розглядає себе як окрему цивілізацію, різні елементи якої об'єднуються поняттям руський світ: мережі людей та спільнот, які складають єдиний мовний та культурний простір і джерелом якого є етнічна та культурна близькість східних слав'ян між собою [134].

Російські ЗМІ в процесі анексії Криму та на початку війни на Донбасі активно просували в масову свідомість образ російської держави як захисниці руського світу, збирательки споконвічних руських земель, розділених штучно встановленими кордонами. Дії Росії, крім всього, російські пропагандисти воліли вмістити в контекст концепції «розділеного

народу» та «відновлення історичної справедливості», що мали виправдати анексію Криму та частково пояснити прагнення сепаратистів відокремитися від України. До прикладу, в ефірах та матеріалах російських ЗМІ навесні 2014 року досить часто використовувались словосполучення «руський світ» та «споконвічна руська земля» по відношенню до Криму; Севастопіль, наприклад, визначався як «російське місто», багато говорилося про «руську воєнну славу» в контексті Чорноморського флоту. Одним з головних наративів було невизнання приєднання Криму у 1954 році до України як законного акту, визначаючи його як свавілля однієї людини – Хрущова [99].

Разом з тим, на основі техніки переписування історії Росія намагалась втілити в життя розроблений нею проект «Новоросія». Російська влада та пропагандисти намагалися через використання цього терміну пояснити нібито існуючий, історично, культурно й духовно, глибинний зв'язок Росії з донбаськими землями, які населяють російськомовні або етнічні росіяни.

Цей глибинний зв'язок мов би підштовхнув Росію визнати та підтримати «законні права російськомовного населення та етнічних росіян», перш за все права на самовизначення і навіть спочатку проголосити про наявність історичного права для встановлення меж «Новоросії», що простягнулися би «від Харкова до Одеси» [97].

Російська влада, а з нею й усі центральні російські ЗМІ, наполягала на тому, що насправді Новоросія була подарована Україні більшовиками, а отже своїм корінням вона пов'язана з російською державою, а її жителі - люди з дещо іншим менталітетом, що не дозволяє їм добре порозумітися з українцями. Крім того, впроваджувалось теза про імперську політику, яку мов би проводить українська влада стосовно жителів південного сходу. Вони, в свою чергу, чинять опір післямайданному політичному режиму («фашистському» у визначенні російської пропаганди) і тому вектору руху України (європейському), який нав'язується населенню. Оскільки в інтерпретації російських ЗМІ це відображає цивілізаційний вибір на користь Росії і навпаки - проти Заходу і само існування окремої від України

ідентичності дає право на самовизначення у вигляді створення окремих самопроголошених республік «ДНР-ЛНР» [51].

Окремою темою в маніпулюванні історією в російській пропаганді є історія Київської Русі. Наводиться теза про спільну давньоруську народність, з якої в процесі історичного розвитку виокремилися три народи, тісно пов'язані між собою: росіяни, українці та білоруси. В результаті була сформована концепція «триєдиного руського народу», нащадків давньоруських пращурів, але цей триєдиний народ в цьому імперському варіанті складається з великоросів-росіян, малоросів-українців і білорусів.

Російська пропаганда, все більше повертається до радянської історії, де вона подається як історія «великої держави» в контексті переможної війни як перемоги певного «історичного проекту», що став можливим завдяки об'єднанню в СРСР багатьох, що проживали в його межах, народів, проте серцевиною завжди є і був російський народ.

«Велика Вітчизняна війна» інтерпретується в Росії як велична місія звільнення від всесвітнього зла в обличчі нацистської Німеччини, а Червона Армія як рятівниця Європи і всього людства. Тоді коли українська влада і пропаганда робила все можливе, щоб розвінчати «міф» Великої Перемоги і возславити діяльність воїнів УПА як боротьбу українських націоналістів за незалежність України, що фактично розділило країну на прихильників та супротивників офіційної точки зору.

Згодом все частіше звірства нацистів під час Другої світової війни російські ЗМІ почали ототожнювати з діями українських військ на Сході України. Риторика, пов'язана з «Великою Вітчизняною війною», увійшла у буденний словник російських пропагандистів («каратели», «нацисти», «ополченці» тощо) і стала використовуватися для опису того, що відбувається в Україні [113].

Наступною технікою, яку вживала російська пропаганда доволі часто була техніка ефекту присутності. Розповсюдженими стали репортажі з місця подій, викликаючи у глядача ілюзію присутності, що, в свою чергу,

формувало відчуття правдивості, справжності подій. Але насправді подібні репортажі могли бути вдало змонтовані та фактично спотворювали дійсність [119].

Поширеним в методології російської пропаганди зразком техніки класифікації є постійне повторення одних і тих же визначень, тверджень, наративів. Повторювання діє на свідомість таких чином, що людина поступово приймає їх як факти, а цілеспрямовано нав'язані пропагандистом визначення стають певним конструктом в системі поглядів споживача інформації.

Приєм зворотнього зв'язку виявлявся в освітлені російськими ЗМІ штучно утворених і проплачених масових акціях, які подавалися як реакція споживачів інформації – пересічних людей на певні події. Наприклад, організовувалися акції на підтримку анексії Криму, самопроголошених республік «ДНР-ЛНР», інший приклад застосування цього прийому – пряма лінія з Путіним, де він спілкується з громадянами зі всієї Росії і вирішує їхні проблеми, що з годом було повторено головами «ДНР-ЛНР» [94].

Фейкові соціологічні опитування є окремим різновидом прийому «зворотнього зв'язку». Псевдоопитування намагаються надати громадській думці певного спрямування, вплинувши на неї, через викривлення результатів в той чи інший бік, не відображуючи реальний стан суспільних настроїв. Крім того, в ефірах, в пропагандистських матеріалах виносяться на обговорення чи голосування такі питання, що допомагають людині сформувані «потрібну» думку щодо тієї чи іншої події.

Техніка «свідки подій» використовувалася російською пропагандою через опитування пересічних простих людей, коментарі яких конструювалися у потрібний смисловий та емоційний ряд, і як кінцевий продукт виходили окремими сюжетами. Ці сюжети спрямовані перш за все на створення емоційного резонансу, впливаючи на емоційну сферу людини [50].

Завдяки прийому хибної аналогії російська пропаганда експлуатувала тенденцію людської свідомості проводити аналогії, мислити в межах

категорії причина-наслідок, під час чого людина схильна поширювати події минулого на інші події, які насправді можуть не співпадати одна з одною, маючи різні чинники, умови, перебіг та наслідки. До прикладу, засновуючись на цьому прийомі, референдум на Кримському півострові порівнювався з тим, що відбувся у Косово [83].

Техніка емоційного резонансу та техніка «свідок подій» використовувалась російською пропагандою для формування у людини як об'єкту пропаганди антиукраїнських настроїв. Якщо перша перша живописно описує подробиці події, емоційно забарвлює їх для кращого засвоєння і фіксації у пам'яті, то друга складається з особистого досвіду, людини – свідка події, підсилюючи, при правильном використанні, емоційність повідомлення. Наприклад, деякі російські ЗМІ повідомили, що Порошенко має намір відправити солдата, якому стало погано на інавгурації, на війну [82].

Доповнює техніку емоційного резонанса техніка психологічного шоку. Були представлені кричущі випадки, які, за повідомленнями російських пропагандистів, мали місце в реальності. Так, до прикладу, російські ЗМІ намагалися протиставити російськомовне населення Кримського півострову та налаштувати проти кримських татар через висвітлення протидії окремих представників кримськотатарської громади проросійським громадянам як таке, що має насильницький, агресивний характер. Проте справжньою ціллю інформаційної компанії проти кримських татар, яка загалом набула й антиісламське спрямування, було бажання замінити незручних кримськотатарських лідерів, дискредитуючи їх, і поставити на їх місце лояльних російській владі. Таким чином, фактично Духовне управління мусульман Криму та Меджліс кримськотатарського народу опинилися під її контролем, нейтралізуючи їх як можливий центр боротьби з російською анексією Криму [11].

При використанні техніки коментування подій повідомляли про подію, освітлюючи її через призму суб'єктивного погляду коментатора, який

пропонував людині-об'єкту пропаганди «розумну» інтерпретацію події. При цьому насправді під виглядом об'єктивності контенту надавалося необхідне спрямування через підсилення важливості матеріалу на основі використання підобраних фактів, висловлювань, порівняльних матеріалів, опису перебігу та тенденцій розвитку події тощо.

Технологія «буденна розповідь» дозволяє пропагандистам знецінити важливість конкретної події, надати їй характеристику як такої, що не вартує суспільної уваги. Російські ЗМІ намагалися надати власному висвітленню незручної події об'єктивний вигляд і згодом адаптувати цільову аудиторію до нейтрального сприйняття негативної інформації. Як правило, після масованої обробки, постійного повторення певного меседжу, людина втрачає усвідомленість реакції та сприйняття і як результат навіть найжахливіші події не викликають в неї особливої реакції, навпроти відбувається поступове звикання до подібної інформації.

Прийом відволікання уваги використовувався на основі поєднання пропаганди і розважального контенту (у розважальних передачах, радіопрограмах), де трансливалася теза про «неукраїнський» характер Кримського півострову. Крім того, при освітленні подій в Криму, постійно розповідалось про зовнішню загрозу для Росії в обличчі Заходу на чолі з США і НАТО [65].

При застосуванні техніки перспективи російськи пропагандисти розглядали подію під певним кутом зору, односторонньо, через надання можливості коментування, викладення поглядів одній стороні конфлікту, ігноруючи іншу. Так, до прикладу, в процесі анексії Росією Кримського півострову центральні та проросійські медіа трансливали лише повідомлення негативного характеру щодо України і, в контрасті з цим, – позитивніе, майже некритичне відношення до проросійських сил та «ввічливих людей» (в Україні поширена інша назва – «зелені чоловічки») [14].

Нерідко застосовувалась російською пропагандою техніка повторення, коли одні й ті ж тези постійно повторювались на ефірах та в матеріалах



новинних видань. Систематичне повторення конкретного твердження формує у людини звичку до сприйняття його як правильного.

Разом з тим, російські ЗМІ застосовували технологію підміни, що будується на заміні позначень негативних, та навіть в сутності злочинних дій, позитивними позначеннями або навпаки. Під час анексії Криму ця технологія допомагала наповнювати позитивним значенням дії Росії як не порушення міжнародного права та територіальної цілостності іншої держави, а як «приєднання», «історична справедливість», референдум ж називався «народним волевиявленням», «історичним вибором», створюючи основу для позитивного сприйняття акту анексії в масовій свідомості кримчан.

Приєм рейтингів, що являє собою один з різновидів методу констатації факту, використовувався російськими ЗМІ для виправдання агресивних дій російської влади. Такі квазісоціопитування формували ілюзію «обуреного російського народу», який прагнув повернути Кримський півострів під свій контроль. Російські ЗМІ застосовували схожий на прийом рейтингів і такий інструмент як соціальне схвалення (або несхвалення) [57].

З метою прикриття окупаційних заходів кремлівські медіа вдавалися до прийому зміщення акцентів, а також техніки створення проблеми. Завдяки цим прийомам досягався, зокрема, високий рівень значущості вигаданих проблем для населення, оскільки як правило, найбільш актуальними люди вважають саме ті проблеми, які найдокладніше висвітлюються в засобах масової комунікації. Домінування в інформаційному просторі російських ЗМІ забезпечує можливість ігнорування, замовчування наявних соціально-політичних і економічних проблем, тоді як ситуації надається певне, вигідне ініціатору пропаганди, бачення.

Прийом створення загрози використовувався російською пропагандою разом з прийомом створення проблеми. ЗМІ нагнітали істерію з приводу, наприклад «фашистської загрози», прагнучи деморалізувати населення та

викликати масовий страх для створення сприятливої атмосфери, що дозволяла маніпулювати масовою свідомістю.

Нав'язування необхідної позиції мешканцям Криму та Донбасу здійснювалось російськими ЗМІ також завдяки технології упереджувального удару. Таким чином міф про гостру необхідність проведення референдуму щодо самовизначення Криму був свідомо «вкинтий» в медіапростір півострову.

Не має сумнівів, що саме оперативність і миттєвість реакції на події, як одна з головних особливостей російської пропаганди, допомагла російським медіа ефективно застосовувати всі вищезначені техніки і прийоми пропаганди. Адже, забезпечуючи перемогу у грі на випередження у зборі, обробці інформації про подію та у подальшому її висвітлення, забезпечувався ефект першості, що дозволяло російським ЗМІ першими доносити інформацію, формуючи у людини певне бачення події.

Про результативність ефекту першості писали такі науковці як Л. Доуб, Н. Джаніс та інші. Вони вважали, що пропагандистський вплив обов'язково досягає своєї мети, за умови якщо інформація досягає реципієнта раніше (першою) за подану інформацію протилежної сторони-супротивника.

Це пояснюється однією з особливостей людського сприйняття: якщо надходить суперечлива інформація і її не має можливості перевірити, існує стійка тенденція віддавати перевагу тій інформації, яка була почута раніше, трансформувати ж засвоєний погляд складно [45].

Окрему інформаційну спецоперацію Росія з використанням всього вищезазначеного арсеналу технік та технологій пропаганди розгорнула на теренах Донбасу.

Загалом про успішне використання пропаганди свідчить той факт, що на момент 2013-2014 років, в часи знакових для України подій, значна частина населення південно-східного регіону підтримувала її тези, особливо щодо ставлення до Майдану [103].

Також, за результатами соціологічного опитування щодо оцінки об'єктивності джерел інформації, проведеному у 2015 році, більшість мешканців самопроголошених республік «ДНР-ЛНР» довіряли та вважали правдивими російські ЗМІ значно більше ніж українським, на противагу мешканцям, що живуть на підконтрольних Києву територіях, які в абсолютній більшості довіряли українським медіа як джерелу інформації [105].

Не дивлячись на розвинену машину російської пропаганди, арсенал інформаційно-пропагандистських засобів використаних нею, особливо інтенсивно під час та після подій Євромайдану, російські канали та інші джерела інформації, що походять з Росії, втратили довіру більшої частини пересічних українців. Ця тенденція прискорилося після 2013 року, проте не торкнулася мешканців самопроголошених республік, що можна пояснити інформаційною блокадою і, як результат, абсолютним пануванням російських та місцевих проросійських ЗМІ в їх інформаційному просторі [44].

Створивши на Донбасі інформаційних вакуум, російська пропаганда, особливо з початку гібридного протистояння у 2014 році, почала наповнювати його певними тезами, які в поєднанні мали сформувані донбаську міфологему. Представивши її внутрішній та світовій аудиторії, Росія таким чином намагалася пояснити причини виникнення конфлікту, його характер та власну позицію щодо нього, тобто подати свою інтерпретацію подій на противагу українським однозначним заявам про вчинення акту агресії.

По-перше, російська пропаганда поширює визначення Майдану як державного перевороту, унаслідок якого до влади прийшли цілком націоналістичні, прозахідні сили, що й здійснили антиконституційний заколот проти законнообраного президента В. Януковича за підтримки країн ЄС та особливо Сполучених Штатів [94].

По-друге, головною складовою російської «Донбаської міфологеми» є теза про «громадянський конфлікт». Зокрема йдеться про те, що «русофобська кийвська влада» проводить «каральну операцію» проти повстанців Донбасу, проти «колишніх шахтарів і трактористів» [95].

Третьою складовою донбаської міфологеми є твердження, яке активно підтримувалось та насаджувалась російськими ЗМІ, про те, що Донбас – частина руського світу, який ментально ніколи не був українським.

Таким чином, за допомогою технік та технологій пропаганди, було сконструйовано псевдоісторичний і ідеологічно-виправдовуваний мотив «повернення споконвічно російських земель» (що доповнюється концептами «історичної справедливості та «розділеного народу», про які йшлося вище). В межах цього наративу спочатку активно впроваджувався проект Новоросія, увійшовши до офіційного словнику російських пропагандистів та наповнивши ціннісним змістом мотив, який мав обґрунтувати наступні кроки офіційної Москви.

Нарешті, четвертою тезою російської пропаганди, якої вона невідворотно притримується, є заперечення причетності Росії до розв'язання та участі у збройному протистоянні на Сході України [41].

Як вже зазначалося, в умовах інформаційного домінування російських ЗМІ у інформаційному просторі так званих «ДНР-ЛНР» вищепредставлені пропагандистські тези були легко розповсюджені і більш менш успішно закріплені у свідомості мешканців окремих територій Донбасу. Цьому також посприяли дії влади самопроголошених республік з обмеження мовлення українських теле та радіо каналів, а згодом створення спеціальної комісії, яка фільтрувала ефір від українських програм. Першочергове блокування телевізійних каналів пояснюється тим, що саме телебачення було одним з провідних джерел отримання інформації про ситуацію в Україні та світі для місцевого населення [9].

Забезпечивши повний інформаційний контроль, в подальшому інструментом масової мілітаризації суспільно-політичного життя

самопроголошених республік була і досі залишається, широко насаджувана російською пропагандою при активному сприянні місцевої влади, в суспільну свідомість антиукраїнська ідеологія «протистояння агресивному київському режиму». Тоді як концепт «руського мира» став фундаментом, на якому засновувалося ідеологічно-пропагандистське забезпечення участі Росії в збройному гібридному конфлікті на Сході України. Водночас у Донецьку намагалися проводити ідеологічну мобілізацію на основі регіональної, «донбаської» ідентичності [134].

У період з осені 2014 року і до сьогоднішнього часу комунікація з населенням окупованих територій відбувалася за допомогою радянських традицій і символів, про імперську “Новоросію” поступово забули. Пропаганда апелювала до робітничого класу (шахтарі) та військових («ополченці»), експлуатуючи тематику Другої світової війни, партизанських рухів, «молодогвардійців», екстраполюючи на сучасні події тези тих часів – «захисту батьківщини від фашистів». Все це було добре знайомими символами для жителів Луганської та Донецької областей [127].

Контент підконтрольних «ДНР-ЛНР» ЗМІ переважно береться з російських державних інформгентств та медіа та, на думку деяких українських діячів, виробляється на основі інструкцій російських кураторів [40].

Разом з тим, розкриваючи значення технік і технологій пропаганди у роботі російських ЗМІ, важливо виокремити найбільш сучасну сферу її дії – Інтернет як кібернетичний простір. Адже кібернетичний вплив дозволяє блокувати роботу об’єктів критичної інфраструктури, що є надважливими для забезпечення нормального (стабільного) функціонування держави. Для дії у кіберпросторі (а конкретно для впливу на український кіберпростір) Росія створила і поступово розвиває мережу кіберпідрозділів (Війська інформаційних операцій при Міністерстві оборони РФ), хакерських груп («Кіберберкут» тощо), залучає до роботи окремих кваліфікаційних, талановитих хакерів. Ці кіберсили задіяні, до прикладу, з метою отримання

конфіденційної, секретної інформації через отримання несанкціонованого доступу до неї в мережі Інтернет, зламу паролів, блокування роботи сайтів, сервірів, змінення їх наповнення, публікацію інформації антиукраїнського або навпаки проросійського спрямування [125].

Разом з тим, саме у соціальних мережах під час та після Майдану активно точилась боротьба поглядів. Соціальні мережи стали майданчиком для розпалювання ненависті, нетерпимості, поширення дезінформації, неперевірених «фотофактів», «відеофактів» тощо, доходячи до закликів до насилля по відношенню до іншої, протилежної за поглядами, групи. Створювалися різноманітні групи, пабліки проросійського або проукраїнського спрямування. Так до прикладу, найпопулярнішим майданчиком для розповсюдження антимайданних поглядів була російська соцмережа «Вконтакте» [16].

Загалом пропаганда в мережі Інтернет має певні особливості, як от систематичність, оперативність, можливість миттєвої реакції, взаємодії з цільовою аудиторією через отримання фідбеків, коментарів. Проте пропаганда в Інтернеті, особливо в соціальних мережах, чатах, коментарях під публікаціями, як і на ТБ має на меті розповсюдження конкретних тверджень, ідей, закликів, і навіть стереотипів і міфів у кіберпросторі.

Хоча на перший погляд відбувається дискусія, користувачі пишуть коментарі під публікаціями або викладають пости певної тематики у соціальних мережах, насправді може виявитися, що йде цілеспрямоване поширення певних ідей під виглядом трансляції суспільної думки.

При цьому при створенні ілюзії суспільної думки задіюються не справжні користувачі соціальних мереж, а так звані «тролі», що, як правило, складаються з мережі (фабрики тролів) фейкових акаунтів. До основних завдань «тролів» входить інформаційні провокації, поширення дезінформації через вкидання фейків, а також коментування та дописи тощо.

Крім того, проти українського кіберпростору задіюються цілі фабрики тролів, що фінансуються Росією і виступають ефективним інструментом під час інформаційної війни у кіберпростору.

В цілому, при дослідженні діяльності «тролів», формується певна схема, за якою вони, як правило, діють: так звані «тролі» або експерти, що діють за «винагородження» створюють інформаційний привід; російські медіа підхоплюють вкинутий інформаційний привід і посилаються на джерело походження інформації як достовірне та об'єктивне; після освітлення інформаційного приводу в новинах, тролі активізують обговорення новини, коментуючи та роблячи дописи у мережі Інтернет, що має на меті створення ілюзії важливості (або сенсаційності) події, об'єктивності викладеної інформації.

Ця схема працює ефективно і виступає одним з найдієвіших інструментів маніпулювання, впливу на свідомість людини, і досягає викривлення фактів і інтерпретації подій з певної – потрібної точки зору [93].

### **2.3 Ключові наративи російської пропаганди в інформаційній війні проти України**

При дослідженні головних сюжетних ліній пропаганди або наративів, особливо на початку гібридного протистояння, можна визначити, що основні зусилля російської пропаганди в інформаційній війні проти України, були спрямовані на пояснення, виправдання, висвітлення російської агресії з метою надання їм ілюзії легітимності, справедливості. Також інформаційні атаки інтенсивно використовувалися для ослаблення України зсередини і одночасно погіршення її міжнародного іміджу, коли українська держава змальовувалась як вкрай ненадійний, нестабільний партнер, якому не можна довіряти.

Як відомо, інформаційні атаки російських медіа особливо активізувалися після початку Євромайдану. Основні месиджи пропаганди

складали намагання різними способами дискредитувати протести в українських містах за підписання Асоціації з ЄС та одночасно проти діючої влади як ті, що мають «антиросійське», «проамериканське» спрямування, а активними протестувальниками є прибічники ідеології фашизму та неонацизму.

Напроти проросійські протести, що проходили в деяких українських містах, змальовувалися позитивно, як ті, що відповідають духу законності, права, справедливості, що протистойть хаосу, руйнуванню, беззаконню Євромайдану, який був, за твердженням російської пропаганди, організований та підтримуваний США та деякими країнами ЄС [31].

Для закріплення думки про втручання Заходу в справи України, з початку Євромайдану і ще до сьогоднішнього дня, але вже не так часто, російськими ЗМІ розповсюджують, обговорюються факти, повідомлення про глибинну залежність української держави від зовнішніх сил та кураторів. (пам'ятаємо «плінки Деркача», які одні називають аутентичними, а інші підробкою, ймовірна країна походження яких – Росія.).

Надалі увага російських ЗМІ змістилася з освітлення теми протестів в Україні на процес анексії Криму та потім референдуму, що складалося з інформаційного супровіду цих подій. Тоді всі сили російської пропаганди були орієнтовані на поширення настроїв страху та занепокоєння щодо існування життєвій загрозі російськомовним кримчанам з боку українських радикалів, підштовхуючи мешканців півострову зробити «історичний вибір» на користь дружньої Росії [53].

Після проведення кримської інформаційної спецоперації російські пропагандисти сфокусували увагу подіях на Донбасі, у результаті яких утворилися самопроголошені республіки «ДНР-ЛНР». З проросійських мітингів, а опісля військового гібридного протистояння російські медіа намагались інформаційно замаскувати (прикрити) втручання Росії у ці процеси, в тому числі роль російських спецслужб у цих мітингах, заворушеннях і надалі війни. Для активації і посилення відділення, на



ідеологічному, світоглядному рівні, мешканців ОРДЛО від іншої частини України розпочалася робота з формування окремої «новоросійської», а з часом «донбаскої» регіональної ідентичності, елементами якої є руська культура, мова, православне віросповідання, що забезпечує інтегрованість цього населення до Росії [62].

Російська пропаганда активно займалася демонізацією української влади, новообраної після подій Майдану, і одночасно українських військовослужбовців, добровольців та волонтерів. Для чого, наприклад, застосовувалися прийоми перебільшення (гіперболізації): повідомлювалося про значний вплив радикальних груп, як от «Правого сектору», «Свободи», що нібито мали на державну владу, або ж повністю її контролювали. Особливу увагу на початку військового протистояння на Донбасі російська пропаганда приділяла розповідям про «Правий сектор», який ототожнювався з дивізією СС, а отже ніс загрозу розправи над російськомовним населенням, що створювало необхідну атмосферу страху. Так наприклад, За словами російських журналістів, бійці «Правого сектору» підпалювали автівки проросійськи налаштованих громадян, залишаючи на місці злочину особливу мітку – червоно-чорну візитівку Дмитра Яроша [16].

Тоді ж російські медіа починають масово повідомляти про злочини, вчинені Військовими Силами України, а українських воєнних починають відповідно до термінології Великої Вітчизняної війни найменувати «карателями», отожднюючи їх з нацистами, що знищували мирне радянське населення. Наприклад, 12 липня 2014 року в ефір Першого каналу вийшов сюжет, в якому Г.Пишняк («мати та жінка ополченця, із Західної України») розповіла історію про хлопчика 3-х років, якого розіп'яли на дощі оголошень у Слов'янську, та його мати, яка теж зазнала знущань [5].

Разом з тим, на початку розгортання бойових дій на Донбасі, російські медіа активно торкалися внутрішньоукраїнських проблем, як от провальні кроки, прорахунки нової влади, відсутність реального розслідування щодо того, що відбувалося на Майдані, невдачі у економічній та соціальній

політиці, ролі радикальних сил у владних рішеннях, корупція. Також процеси декомунізації та крім того новий мовний закон, що поширював сфери використання української мови, представлялися як ознаки насильницької українізації [107].

Намагаючись дискредитувати політиків, найбільш незручні Москві представники української влади піддавалися інтенсивним інформаційним атакам, переважно задіювалися штампи, стеретипи та міфи, поширені у масовій свідомості пересічних росіян. Серед яких теми сектантства і наголос на пасторський сан тоді виконуючого обов'язки Президента України Турчинова («кровавий пастор»), згадка про трагічну сторінку в історії РФ - Чеченську війну і про нібито участь «Правого сектору», свободівців та деяких українських політиків у ній на боці дудаївців; тема антисемітизму, в особливості проти українського олігарху Коломойського та Порошенка. Метою використання персональних інформаційних атак було демонізація, приниження деяких українських політиків. Наприклад, в інтерв'ю 8 вересня 2015 року. Голова слідчого Комітету РФ А. Бастрин заявив, що А. Яценюк у складі карательних загонів «Арго» і «Вікінг» брав участь у тортурах і розстрілах полонених російських солдат у січні 1995 році. у Грозному і був нагороджений Д.Дудаєвим орденом «Честь нації» [138].

Разом з тим, Росія використовувала пропаганду з метою маскуванню своєї участі у збройному конфлікті, відкидання звинувачень щодо надання підтримки сепаратистам у вигляді зброї, техніки, консультування, тренувальної допомоги тощо та забезпечення досягнення умов припинення війни у відповідності з російськими державними інтересами. Прикриття присутності Росії на Донбасі стає одним з найважливіших для російської пропаганди та взагалі російського політичного, дипломатичного істеблішменту завданням. Яскравим прикладом публічного спотворення фактів, створення «фейкових» аргументів стали заяви російської сторони на засіданні Міжнародного суду ООН в Гаазі (7 березня 2017році.). У відповідь на звинувачення української сторони, що Росія постачає «ДНР-ЛНР» зброю,

представник російської сторони Ілля Рогачов заявив, що «головне джерело зброї, яка опинилась у повстанців – це запаси радянських часів, які були на території України. Частина цих запасів була залишена в шахтах Донбасу більша частина залишена української армією, яка втікала» [104].

При цьому російське керівництво намагається робити вигляд нейтральної сторони, яка лише виконує роль арбітру в внутрішньому конфлікті в Україні. Наприклад, у новій Концепції зовнішньої політики РФ (затверджена В.Путіним 30 листопада 2016 року.) зазначається: «РФ зацікавлена у розвитку всього різноманіття політичних, економічних, культурних і духовних зв'язків з Україною, на основі взаємоповаги... Росія докладатиме необхідних зусиль для політико-дипломатичного врегулювання внутрішнього українського конфлікту» [107].

На початку збройного протистояння на Донбасі російські ЗМІ виробляли значну кількість репортажів з місця подій – підконтрольних сепаратистам територій. Було показано зруйновані будівлі, описувані деталі загибелі місцевих мирних жителів від артобстрілів ВСУ, розповідалось про страти «ополченців» та цивільного населення українськими військовими, а також про тяжкі умови життя людей, в які їх поставили дії української влади. Визначаючи провину України в розв'язанні збройного конфлікту і за гибель місцевого мирного населення, все частіше в російських новинах ситуація на Донбасі починає визначатися як «геноцид» проти незгодних з результатами Майдану, а отже тих, хто відмовився визнавати нову владу як легітимну. Постійне повторення тез про «геноцид» повинно було виправдати підтримку Росією сепаратистів, і з іншого боку слугувати поясненням для західної аудиторії причин цієї підтримки та навіть потенційного військового втручання армії Росії [115].

Крім того, російські ЗМІ починають поширювати інтерпретацію збройного протистояння на Донбасі як «громадянську війну», яка розпочалася через події Майдану, спричинені втручанням США та ЄС у внутрішні справи України та подальшої їх підтримки новообраної влади.

Російській аудиторії насаджувалось побоювання повторення «українського сценарію» в Росії, що може реалізуватися у разі внутрішніх протестів проти діючої влади [103].

Популярним нарративом російської пропаганди було ототожнення проведення кореляції між українськими військовими, особливо добровольчими батальйонами, кримськими проукраїнськими організаціями та бойовиками Ісламської Держави. Стверджувалося, що на території України розташовані табори терористів, лунали звинувачення у бік української сторони про постачання зброї, крім того хімічної, терористам, що воюють у Сирії. Такі повідомлення мали на меті представити Україну як безвідповідального постачальника зброї, погіршити її міжнародний імідж.

Наприклад, російські ЗМІ повідомляли про взаємодію окремих представників кримськотатарського Меджлису з тренувальним табором Ісламської Держави у Херсонській області [12].

Одною з розповсюджених тем російської пропаганди на початку збройного протистояння було ототожнення з терористичними угрупованнями українських добровольчих батальйонів, серед яких «Азов», «Дніпр», «Айдар». Так до прикладу, в рамках інформаційної компанії проти добровольчих батальйонів у виданні американської газети «The New York Times» вийшла публікація, в якій йшлося про чеченців, воюючих на боці української армії. Після цього російські ЗМІ почали писати, що у «Правому секторі» на Донбасі воюють терористи Ісламської Держави, хоча у оригінальній публікації про ІД не було згадки [101].

Ще одним прикладом інформаційної компанії проти добровольчих батальйонів була публікація новинного видання Вести.Ru (від 4 січня 2016 року), в якій надавалися «докази» участі терористів ІД у батальйоні «Азов». Аудиторії були представлені фото і відео, де мов би азовці, стоячи біля прапорів ІД і «Азова», виставляли на показ зброю [49].

Ціллю проведення кореляції між Україною, її військовими та Ісламською Державою було, по-перше, посіяти страх перед Україною серед

внутрішньої російської аудиторії та кримчан; по-друге, сформувані відчуття загрози щодо можливого нападу ІД з території української держави; по-третє побудувати зв'язок між терактами у європейській країнах та українськими тренувальними таборами нібито терористів ІД; нарешті, цей зв'язок слугував виправданням тиску російської влади на кримськотатарські мусульманські організації.

Російські пропагандисти намагалися всіляко дискредитувати дії українських Збройних Сил. Вони зображували жертв, нібито, українських обстрілів, часто використовуючи для підсилення емоційності фотографії з вбитими дітьми, жінками та пенсіонерами – причому, далеко не завжди ці зображення стосуються подій на Донбасі (фотографії зроблені в інших країнах та в умовах інших збройних конфліктів). Наприклад, у жовтні 2014 року було поширено заяву экс лідера бойовиків так званої «ДНР» Олександра Захарченка про 400 жінок від 18 до 25 років, які зникли без вісти в Красноармійську, і 286 тіл яких з ознаками згвалтування були знайдені в лісах біля міста. Винуватцем цього злочину Захарченко назвав батальйон «Дніпро-1», але потім в інтерв'ю «LifeNews» частково спростував цю інформацію [112],[87].

Пропагандисти намагались закріпити в свідомості наступні тези: українські військові цілеспрямовано знищують цивільне населення на Донбасі, тоді як ополченці – його захисники; проти жителів Донбасу здійснюється геноцид; жителі ОРДЛО повинні сподіватися на російську допомогу, оскільки якщо українські військові отримують контроль над регіоном почнуться карательні репресії; західні країни повинні відмовитися від підтримки України як сторони не зацікавленої у мирі, натомість покладатися на Росію в сфері врегулювання конфлікту.

Всі ці тези також були спрямовані на демонстрацію внутрішньому російському споживачеві інформації про агресію зі сторони України щодо «російськомовного населення Донбасу» і виправдання таким чином вторгнення на українську територію начебто для захисту останнього. Разом з

цим, для міжнародної спільноти створювалась викривлена картина подій, яка повинна змусити західних партнерів України відмовитися від надання Києву підтримки. Адже ключовими цільовими аудиторіями для російських спецслужб та медіа, що співпрацюють з ними, в контексті висвітлення цього кремлівського нарративу, є, в першу чергу, мешканці окупованих регіонів Донецької та Луганської областей, а також Криму (що мало переконати їх в безальтернативності російсько вибору); громадяни та мешканці Росії; громадяни та політичні еліти західних країн Європи та Америки (щоб у людей, які не надто розуміються у конфлікті на Донбасі, виник образ ЗСУ і української влади як «карателів», через яких страждає мирне населення).

Для виносу теми «геноциду населення Донбасу» на поверхню та вплив на формування думки європейської аудиторії у деяких західних країнах проходили мітинги, акції, організовані і фінансовані РФ. Наприклад, у Венеції у 2014 році пройшов мітинг, який стосувалася теми геноциду, влаштованого українською владою проти населення південного сходу України, і освіщався у сюжеті лише одного каналу – «Россия 24» [47].

Російська пропаганда крім цілей маскуванню російської присутності на Донбасі, активно створює імідж російського керівництва в якості основного миротворця, соавтора і ініціатора мирних планів. Тоді як основним винуватцем затягування війни (через зрив режиму тиші, провокації) називається українська влада та військовослужбовці. Це пояснюється тим, що затягування війни вигідне радикалам та окремим політикам для вдержання влади та списування провалів в політиці на війну, а також привернення електорату через використання мілітаристської антиросійської риторики. Так, наприклад, окреслюючи роль Росії як медіатора та миротворця в гібридному протистоянні на Донбасі, на сайті МЗС Росії публікуються матеріал на тему врегулювання кризиса на Україні, де з перших ж рядків стверджується: «..кризис на Украине возник не на пустом месте, и уж точно не по вине России..» [107].

У той же час РФ зображалась як єдина послідовна сторона у процесі мирного врегулювання збройного протистояння, яка робить все можливе, щоб переконати учасників мирного процесу, в тому числі у рамках Нормандського формату, виробити позицію, незалежно відношенню до неї США, і вплинути на Україну для виконання нею своїх забор'язань та умов Мінської згоди.

Крім того, після укладання Мінських домовленостей російські ЗМІ стали спекулювати на тому, що українські військові їх весь час порушують. Наприклад, вдаючись до викривлення чи фальсифікації заяв ОБСЄ про обстріли мирного населення зі сторони ЗСУ, або ж здійснюючи вкидання дезінформації без посилання на незалежні джерела нібито українські військові обстрілюють спостерегачів ОБСЄ щоб показати місцевим жителям, що вони не цураються навіть стріляти по представникам міжнародної організації [149], [150].

При цьому наприкінці 2015 року у напрямку роботи російських ЗМІ стає помітною тенденція до переорієнтації від інформаційного протистояння з країнами ЄС та країнами Заходу до відображення поступового відновлення взаємодії і в результаті потепління відносин. Тоді ж все частіше з'являються сюжети з європейськими політиками та політичними силами – симпатиками Росії, які критикують санкції та виступають за їх зняття, а також називають негативні наслідки російських контрсанкцій для європейських економік. Крім того, війна у Сирії і визначна роль в ній російської держави, подальше напруження між Росією та Туреччиною опісля винищення останньою російського бомбардувальника, а також загострення проблеми міжнародного тероризму поступово витісняє тему України з російських новин на другий план. Хоча старі тези повторюються. Наприклад, після блокади Криму і припинення постачання української електроенергії до Кримського півострову у 2015 році, Україну зображали як ворожу до кримчан силу [137].

Окремим напрямом роботи російської пропаганди з початку Євромайдану були відносини України з ЄС, питання асоціації та можливого членства. Загалом основними меседжами стосовно теми Україна-ЄС в контексті російської пропаганди були наступні: Україні не потрібна угода про асоціацію та перманентні намагання зірвати цей процес (референдум у Нідерландах), говорячи, що ротифікація договору лише послабить українську економіку, а Європі не потрібна українська продукція, що зона вільної торгівлі і взаємне скасування мит при повній неконкурентоздатності української економіки в порівнянні з європейською поставить під сумнів існування цілих галузей української економіки [111]; ЄС змусить Україну приймати мігрантів з Африки та Близького Сходу, називалася цифра в 100 тисяч громадян Лівії, Сирії, Іраку, Ємену, Ефіопії та з інших держав афро-арабського регіону [121]; європейці не нададуть безвізовий режим, скасують його, наприклад, у випадку референдуму в Нідерландах Росія поширювала антиукраїнські месиджи та долучала західних політиків-симпатиків політики Володимира Путіна для впливу на громадську свідомість голандців, а після отримання безвізу намагання його нівелювати. Перманентно повторювалось, що Україна ніколи не стане повноцінним членом ЄС [21].

Розробники інформаційної атаки намагалися здійснити спекуляцію на болісній та актуальній для населення України темі торгівлі людьми (крім того сексуального рабства). Російські пропагандисти вирішили показати, що в ЄС на українців чекає зовсім не те, на що вони розраховують, тобто вільне та безпечне пересування, а навпаки, вони там можуть стати об'єктами дій транскордонних злочинних формувань [126]. Далі, в процесі обговорення Києва щодо питання надання права на користання безвізом мешканцям Криму та ОРДЛО, послідували такі заяви російських ЗМІ, що жителі окупованих територій не зможуть скористатися безвіком, натомість їм будуть надавати загранпаспорти старого зразка [81].

Інша тема російського пропагандистського дискурсу – вплив США на Україну (в контексті залежності України від західних кураторів). Робилися



матеріали, в яких автори говорили, що США використовує Україну, її військових та зброю, задля протидії Росії. Деякий час транслювалися месиджи, що американці надають зброю Україні, яка використовує її для знищення мирного населення Донбасу або, що зброя українського виробництва поступає через американців до терористів, які воюють проти Туреччини, в Сирію (тому краще відмовитись від співпраці з такою безвідповідальною державою). Наприклад, найбільша інформаційна кампанія розвернулася у 2017 році – як тільки почалася активна фаза перемовин Києва та Вашингтона щодо поставок в Україну переносних протитанкових ракетних комплексів «Javelin». 26 грудня 2017 року заступник глави російського МЗС Григорій Карасін тоді розповсюдив черговий провокативний меседж, який мав надіслати американській стороні чіткий сигнал: заблокувати процес надання Україні протитанкових ракетних комплексів. Він говорив про відсутність будь-яких гарантій, що після поставок озброєння Україна не візьме і не продасть його терористам або якимсь ділкам на Близький Схід [72].

Проте найбільш популярною тематикою, яку використовують російські пропагандисти є теза про те, що Україна це держава, що не відбулася, так би мовити “failed state”. Вона використовує його для дестабілізації України психологічно та задля надання легітимності окупації Криму та початку війни на Донбасі, а також обґрунтувати важливість російського патронажу над Україною задля забезпечення її нормального розвитку та спрямована на внутрішню, міжнародну та українську аудиторію. Для українського населення – показати неспроможність влади вирішувати внутрішні проблеми держави, хибність вибраного шляху європейської інтеграції, неспроможність керівництва України здійснювати реформи.

Популярними були та залишаються наступні меседжи пропаганди в межах цієї тематики: Україна несамостійна держава, яка розпадається на частини; Україна перебуває під зовнішнім управлінням Заходу; західні союзники зрадили Україну; неспроможність України забезпечити власне

населення базовими благами; українська економіка не виживе без торгівельних зв'язків з Росією; українська економіка стагне і розвалюється, населення голодує, зубожіє та біжить з України; проблема з вугіллям – Україна замерзає; медичний геноцид внаслідок реформ Уляни Супрун [73], [42].

Крім того, тема призначень закордонних фахівців на вищі державні посади загалом в 2016-2014 роках породила хвилю матеріалі про «зовнішнє управління». Активна фаза інформаційних «вкидань» розпочалася із заяв про можливе призначення на ряд позицій в українському уряді іноземних фахівців. Наприклад, «Комсомольська правда» назвала призначення іноземців на посади міністра фінансів та міністра економічного розвитку «повним економічним переходом країни під зовнішнє управління» [122].

Для того, щоб посіяти сумніви та занепокоєння серед українців поширювались фейки російських ЗМІ щодо «імперських амбіцій» поляків почалися після перемоги консервативної партії «Право і справедливість» на виборах 25 жовтня 2015 року. Хоча ще незадовго до них в жовтні того ж року російські медіа розповсюджували дезінформацію про необхідність повернення землі та майна полякам в якості реституції, що нібито передбачено Угодою про Асоціацію з ЄС. Для демонстрації обґрунтованості відділення проросійські та сепаратистські ЗМІ використовують кожен інформаційний привід в контексті дипломатичних конфліктів між Україною та її західними сусідами, зокрема Польщею та Угорщиною. Для цього російські ЗМІ використовують старе спірне питання між країнами щодо острова Зміїний [79].

Одночасно на протязі 2016 року російська пропаганда значно зменшила чисельність та масштабність інформаційних атак та деструктивних компаній щодо України, відбувалося, як ми згадували вище, поступово зміщення української тематики іншими більш актуальними темами. Проте все так же лунають старі месиджи пропаганди, спрямовані на реалізацію інформаційної стратегії РФ щодо України: поширення, крім всього серед європейської

аудиторії, тези про «громадянську війну» на Донбасі, що автоматично прибирає будь-яку провину і відповідальність Росії. Також над цим у країнах Європи працюють різноманітні інформаційно-пропагандистські структури самопроголошених республік «ДНР-ЛНР»; дискредитація України, її влади як учасників міжнародного співробітництва і проєвропейської держави (згадаймо, референдум у Нідерландах, питання про постачання зброї терористам тощо); спроби зменшити міжнародну підтримку української держави, акцентуючи увагу на тотальну корумпованість всій вертикалі влади і провали в реформуванні вітчизняної системи за європейським зразком; намагання легітимізувати анексію Кримського півострова в очах міжнародної спільноти, іноземної аудиторії.

Також російські медіа продовжують висвітлення резонансних подій, як от випадок під час виступу Джамали на Євробаченні, скандал біля сайту «Миротворець», святкування свят, через які точилися гострі дискусії в Україні – День Перемоги, 8 березня тощо. Проте це вже окремі несистематичні інформаційні атаки, а не інформаційні компанії як це було в перші роки інформаційної російсько-української війни [133].

### **Висновки до розділу 3**

Отже, російській пропаганда має метою дезорієнтацію та послаблення української держави. Основними її рисами можна вважати оперативність та миттєвість реакції, що дозволяє грати на випередження. Російська пропаганда має широку мережу структур: офіційні медіа ресурси, політичний, культурний істеблїшмент, фейкові організації та групи різного спрямування, що неформально фінансуються з російського бюджету і є підконтрольними російській владі. Російські ЗМІ діють на російську, українську та міжнародну цільову аудиторію. Якщо українське суспільство дестабілізується та розколюється, російське – інтегрується на основі ідей великодержавності та «руського світу», а міжнародній аудиторії подається

власна інтерпретація подій, намагаються легітимізуватися агресивні дії в Криму та заперечити або замаскувати участь в війні на Донбасі.

Разом російська пропаганда використовує широкий спектр технік та технологій пропаганди: сучасних винаходів та відпрацьованих у радянську добу. Технології та техніки російської пропаганди можна виділити на примірі спецоперації Росії в Криму, в ході та після якої використовувався широкий спектр методів та прийомів пропаганди, зокрема: технологія інформаційної блокади; техніка використання медіаторів або іншими словами лідерів думки; технологія анонімного авторитету, прийом «тримай злодія»; техніка «ефект ореолу»; техніка переписування історії; техніка ефект присутності; техніка повторення одних і тих же тез; прийом зворотнього зв'язку; техніка констатації фактів; техніка «свідки подій»; прийом хибної аналогії; техніка емоційного резонансу; технологія «буденна розповідь»; техніка відволікання уваги; техніка перспективи; прийом рейтингування; техніка сенсаційності; прийом зміщення акцентів; техніка «отруйний сендвіч». Особливо дієвою виявилася техніка переписування історії, Росія пояснювала свої дії спільним історичним минулим, наявністю спільного походження, мови, культури, що вкладувалося в поняття «руський мир» на Донбасі та додатково справедливістю анексії Криму як частини Росії, що відійшла до України в наслідок свавілля Хрущова.

Основними наративами російської пропаганди стали тези про громадянський конфлікт та геноцид, західне втручання в результаті чого трапився антиконституційний переворот – Майдан, до влади прийшли радикали. Одна з найбільш популярних тез, що Україна це держава, яка не відбулася, бідна, провальна, корумпована та залежна. Проте якщо з початку гібридного протистояння була розгорнута повноцінна інформаційна компанія проти України, зараз накал послабився і це вже несистематичні інформаційні атаки з приводу окремих резонансних подій.

### РОЗДІЛ 3.

## КОНТРПРОПАГАНДА ТА ПРОПАГАНДА УКРАЇНИ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНІ ПРОТИ РОСІЇ

### **3.1 Реформування медійного простору, інформаційної політики як відповідь на інформаційну війну РФ проти України**

З початку гібридного протистояння з Росією перед Україною постав цілий комплекс взаємопов'язаних проблем, які потребували невідкладного вирішення. Одним з головних завдань було створення умов для захисту власного інформаційного поля, для того щоб відповідати викликам інформаційної війни, необхідно було реформувати національне законодавство. Проте зараз ми можемо сказати, що навіть прийняття багатьох нормативних актів в інформаційній сфері не допомогли в повній мірі впоратися з результатами російських інформаційних атак. Крім того саме інформаційна загроза залишається чи не найголовнішим чинником уразливості України як держави та суспільства.

Робота над реформуванням українського інформаційного законодавства у вигляді прийняття концептуальних документів, законів, що стосувалися питань інформаційної безпеки, розпочалася у 2015 році. Були розроблені (Експертною радою Міністерства Інформаційної політики) основоположні документи - Доктрина та Концепція інформаційної безпеки України. [92].

Щоб запобігти розповсюдженню російської пропаганди, на території України була заборонена трансляція більшої кількості російських телеканалів, а також ретрансляція контенту певного змісту та спрямованості. Загалом десять російських каналів були вилучені з ефірної сітки у наслідок моніторингу, проведеного Національною радою України з питань телебачення та радіомовлення. Поступово з українських кінотеатрів зникли

російські фільми, їм відмовлялося в надаванні державної реєстрації, необхідної для показу фільму у кінозалах, у рамках Закону «Про кінематографію».

У 2017 році тоді діючий Президент Порошенко підписав Указ, за яким провайдером інтернет послуг встановлювалась заблокувати доступ до пошукової системи Яндекс, Мейл ру, російських соціальних мереж «Вконтакте» та «Однокласники» тощо [119].

Для створення українського інформаційного продукту для іноземної аудиторії був прийнятий Закон «Про систему іномовлення України» з ціллю формування позитивного міжнародного іміджу та донесення об'єктивної, оперативної інформації про події у країні. Вже на початку жовтня 2015 року на базі поєднани каналу UA TV та Ukrinform створена Мультимедійна платформа іномовлення України, що ще навесні 2016 року український інформаційний продукт, впроваджуючи світові стандарти іномовлення, активно поширювався за кордон, і був представлений у 58 іноземних країнах. Важливу функцію щодо формування та впровадження іміджевих концепцій виконує Управління публічної інформації, сформоване в межах структури Міністерства Закардонних Справ у грудні 2015 року [93].

Тоді ж у 2016 році була прийнята розроблена Міністерством Інформаційної Політики Концепція попуризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі. Метою Концепції є популяризація та формування позитивного іміджу України у світовому інформаційному просторі, забезпечення міжвідомчої співпраці для підготовки та розповсюдження правдивої інформації про події в українській державі [91].

Успіхом можна вважати прийняття у квітні 2014 року Закону України «Про суспільне телебачення». Одними з завдань суспільного телебачення є розвиток і зміцнення статусу української мови та культури, надання об'єктивної, оперативної, затребуваної інформації, консолідація українського суспільства, зміцнення міжнародного авторитету України тощо [33].

У лютому 2017 року була прийнята Доктрина інформаційної безпеки. Головне завдання цього концептуального документу полягало в установленні засад розробки та особливостей втілення інформаційної політики України, особливо, акцентуючи увагу на боротьбі з деструктивним інформаційним впливом російської пропаганди. Пріоритетними напрямками державної інформаційної політики визначалися у протидії російській пропаганді, її деструктивному впливу та неправдивою інформацією; робота з забезпечення переходу країни на цифрове телебачення, в тому числі на прифронтових районах та території ОРДЛО; сприяння покращенню правових механізмів захисту прав українців на безперешкодний доступ до інформації, а також право на її захист, зберігання, поширення і оброблення; забезпечення стабільного процесу роботи, а також фінансування на належному рівні Суспільного телебачення і радіомовлення тощо. Обов'язки по виконанню положень Доктрини інформаційної безпеки покладені на цілий ряд органів в межах міністерств інформаційної та зовнішньої політики України. В сферу компетенції Міністерство інформаційної політики покладено проведення моніторингу ЗМІ та загальнодоступних українських інформаційних джерел у мережі Інтернет на наявність у них забороненої, крім того на законодавчому рівні, інформації на кшталт ретрансляції «фейків», дезінформації, підтримка і виправдання російської агресивної політики тощо; виявлення в інформаційному полі можливих загроз державній безпеці та інтересам країни; визначення напрямів та цілей діючої інформаційної політики та здійснення контролю за їх реалізацією; сприяння Міністерству закордонних справ у донесенні офіційної точки зору української держави щодо поточних подій, інформаційних приводів до закордонних засобів масової інформації та інші функції [117].

З метою подальшого обмеження російського впливу у листопаді 2017 року були внесені зміни до Закону «Про гастрольні заходи в Україні», в якому розкривалося питання гастрольних турів, їх проведення та організації, представників мистецтва, культури та спорту громадян Росії.

Оновлений Закон забороняв під час проведення гастролів виступати з закликами про необхідність зміни влади через її захоплення або до порушення територіальної цілісності країни, зміни кордонів, що розпалюють ворожнечу між різними групами, пропаганди комуністичних, сепаратистських, нацистських ідей, війни та екстремізму, символіки нацистського та тоталітарних режимів. Разом з тим, враховуючи стан фактичної інформаційної війни і нагальну необхідність захисту власного інформаційного поля, Закон передбачав встановлення заборони гастрольних турів, які популяризують Росію, її органи державної влади, їхню політику або того, що сприяє формуванню позитивного іміджу Росії, виправдовують її агресивну політику і її наслідки – анексію Криму та дії на Донбасі, визнаючи їх правомірність тощо. Також забороняється виступати в Україні артистам, внесених до Переліку осіб, які створюють загрозу націбезпеці України, що складається за поданням Служби безпеки і ведеться МІП. Особи, які потрапили в цей список, також позбавляються можливості перетинати державний кордон на певний строк [35].

Крім того, навесні 2015 року були пакетом прийняті чотири закони, які широко відомі під назвою «закони про декомунізацію», що також мало вплив на інформаційну сферу. Адже прийняття цих законів фактично ознаменувало усунення радянського нарративу з українського медійного та публічного простору, була заборонена радянська символіка, розпочався процес перейменування вулиць, боротьби з радянським минулим та його спадком (пам'ятники, нарративи, герої). Також юридичним особам, політичним партіям та громадянським об'єднанням, рухам і медіа за Законом «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки» заборонялось пропагандувати або популяризувати комуністичний, тоталітарний, нацистський режими і їх символіку [37].

Опосередковано на інформаційну безпеку вплинув Закон «Про реформування державних та комунальних друкованих засобів масової



інформації», за яким встановлювався механізм реформування друкованих ЗМІ, що були засновані органами державної або місцевої влади через розпочаток процесу роздержавлення цих ЗМІ і зниження впливу на їх редакційну політику місцевої або центральної влади [34].

Тим часом у геометричній прогресії зростає роль мережі Інтернет як головного майданчику комунікації, збільшується популярність отримання інформації в Інтернеті серед української аудиторії, особливо соціальні мережи. Створюються нові та розвиваються вже існуючі інтернет видання, канали, сайти, метою яких є інформування людини, ньюз мейкинг тощо, а їх опубліковані матеріали впливають на політичну ситуацію і отримують публічну реакцію та крім того реакцію влади.

Напочатку 2016 року під час засідання Ради нацбезпеки та оборони з приводу створення системи кіберзахисту тодішній Президент України Порошенко відмітив, що фактично кіберпростір в реаліях сучасного світу став ще одним полем протиборства між протидіючими сторонами, а кібератаки, ціллю яких було завдання шкоди українському кіберпростору, здійснюються для реалізації політичних завдань. Вже 15 березня 2016 року Президент підписав Указ, що ввів у дію рішення РНБО України «Про стратегію кібербезпеки України». За цим рішенням у межах РНБО організувався Національний центр кібербезпеки, який разом з підрозділами електронного кіберзахисту, кіберполіцією організованих при силових структурах виконують функцію захисту державного кіберпростору [118].

Проте, незважаючи навіть на те, що були сформовані та активовані українські кібер групи, крім того на волонтерській основі, як от «Українські кібервійська», «Киберхунта», «Trinity», «FalconFlame» тощо, Україна виявилася неготовою до протистояння з Росією у кіберпросторі. В результаті цього українська держава піддалася низці організованих і професійно виконаних російських кібератак, які завдавали шкоди всій системі, виводячи з ладу, хоча й на обмежений час, окремі її ланцюги: паралізуючи процес роботи важливих державних компаній та навіть органів державної влади. До

прикладу, одна з найбільш небезпечних російських кібер атак прокотилась Україною у грудні 2015 року, коли вірус Black energy паралізував роботу диспетчера компанії «Укренерго», а також шести компаніям-постачальникам енергії, що у наслідку призвело до масового відключення енергії у західних областях України. Згідно встановленої американськими експертами інформації, ця кібер атака надходила з боку Росії.

Іншим прикладом небезпечної російської кібер атаки проти української держави була масштабна і деструктивна за наслідками кібер диверсія, здійснена проти фінансово-банківського сектору України у грудні 2016 року. Тоді офіційні сайти Державного казначейства, Пенсійного фонду та Міністерства фінансів, а невдовзі й сайти «Укрзалізниці» та Міністерства оборони були заблоковані після успішно здійсненої хакерської атаки. Тодішній секретар РНБО України Турчинов заявив, що ці інтернет диверсії планувались та координувались з Росії [116].

Також одною з проблем, курс на вирішення якої прийняла тоді нова влада, була мовна диспропорція у українському інформаційному просторі, багато ефірного часу та медійної продукції були на російській мові, тоді як суто українськомовні видання та медіа продукція подекуди займала другорядні позиції. Намагаючись виправити існуюче положення, у жовтні 2017 року був прийнятий Закон під назвою Про внесення правок до деяких законів України щодо аудіовізуальних (електронних) засобів масової інформації, який збільшував процент використання української мови в теле та радіо ефірах через встановлення мовних квот. Віднині українські теле та радіоканали зобов'язувалися виробляти контент українською мовою в певному відсотку: для загальнонаціональних телерадіоорганізацій цей відсоток становлює 75%, тоді як для локальних медіа – 60% і 30% для тих, що здійснюють мовлення мовами корінних народів [36].

У вересні 2015 року набув чинності Закон «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості власності засобів масової інформації, а також реалізації принципів державної політики у сфері

телебачення і радіомовлення», який був спрямований на забезпечення прозорості власності ЗМІ, публічною ставала інформація про реальних власників медіа ресурсів, якщо вони володіють більш як 10% акцій. Разом з тим, володіти та створювати українські медіа, інформаційні ресурси заборонялось громадянам Росії, а також через офшори [32].

Одночасно з процесами реформування законодавства, що стосується питань інформаційної діяльності та безпеки, почали утворюватися незалежні, волонтерські організації та групи, які визначили мету своєї діяльності у протистоянні російській пропаганді проти української держави.

Хоча офіційно функції з захисту інформаційного поля України та здійснення заходів контрпропаганди було покладено на такі державні структури як МІП, «УКРІНФОРМ» або Українське національне інформаційне агентство (з 2015 року стало частиною Мультимедійної платформи іномовлення України - UATV) та Державний комітет телебачення та радіомовлення, який є виконавчим органом, що формує й здійснює державну політику в сфері теле і радіо мовлення, інформаційній, видавничій сфері. Відсутність єдиного центру для здійснення інформаційної політики і управління інформаційними процесами робить українську контрпропаганду менш ефективною, а відповідь на інформаційні атаки менш оперативною, не дивлячись на те, що головні функції в цій сфері покладені на Міністерство інформаційної політики. Треба зазначити, що саме на Міністерство інформації покладена головна відповідальність в питанні забезпечення інформаційної незалежності, а саме в спомаганні розповсюдження суспільнозначущої інформації в Україні і за кордоном; забезпечення функціонування державних інформаційних ресурсів; здійснення реформ ЗМІ щодо розповсюдження суспільнозначущої інформації. А також ціла низка функцій щодо інформаційної політики та безпеки країни, як от створення позитивного іміджу України закордоном (позиціонування), в тому числі в питаннях підтримки іномовлення; підтримка виробництва вітчизняної медіа продукції та популяризації її у світі; захист українського інформаційного

поля від зовнішніх інформаційних загроз, крім того має право законодавчої ініціативи, стосовно інформаційної сфери. Крім того Міністерство збирає Докази для Гааги, що складаються відео та фото, які в майбутньому можуть стати доказами присутності російських регулярних військ на території ОРДЛО [90].

Як ми вже зазначали вище, в Україні після початку гібридного протистояння почала швидко розвиватися мережа незалежних, приватних та волонтерських інформаційних ресурсів (організацій, агенств), які інтегрувалися в систему української контрпропаганди і стали учасниками забезпечення інформаційного суверенітету країни. Так, до прикладу, ефективним інструментом контрпропаганди стало об'єднання української журналістів, що працюють на волонтерських засадах і концентрують свою увагу на протистоянні російському інформаційному впливі, тобто в цьому питанні можуть бути більш успішні ніж українські ЗМІ, які, як правило, охоплюють широке коло питань та спрямувань в своїй діяльності [84].

З метою протистояння російській інформаційним атакам у 2015 році Міністерство інформаційної політики утворило державну організації (назарав вийшли з підпорядкування МПП), яке проте об'єднує волонтерів, що бажають боротися з російською пропагандою – «Інформаційні війська України». Діяльність цієї організації спрямована на формування відповіді на російські інформаційні атаки проти України через моніторинг російських медіа на наявність у них фейкових новин, проявів антиукраїнської пропаганди, просліджуючи артикуляцію цих фейків у проросійських групах та пабліках у соціальних мережах. Проте завданням «Інформаційних військ України» не є вироблення наступальної пропаганди, а лише надання відповіді на російську інформаційну агресію, крім того проводячи публічні виступи, обговорення, конференції, що в сукупній дії збільшує ефективність контрпропагандистських заходів [66].

Крім того, на деяких українських каналах з'явилися передачі, які були спрямовані на боротьбу з російською пропагандою. Наприклад, досить

популярною стала одна з телепередач каналу ICTV «Антизомбі», що займається відстеженням російської пропаганди, спростуванням чуток, фейків, а також дослідження російської пропаганди, виробленої для росіян, показує факти та методи, за допомогою яких російські ЗМІ впливають на власних громадян [4].

Одним з найконверсійніших засобів забезпечення інформаційної безпеки став сайт «Миротворець», який проводить контрпропагандистську діяльність, створюючи бази даних «ймовірних злочинців», в діях яких є ознаки або прямі факти злочину проти безпеки і суверенітету України. Проте ведення таких списків з осудженням без вироку суду людей фактично суперечить українському законодавству, як от Закону «Про захист персональних даних», і як показав досвід може використовуватися в політичних цілях (пам'ятаймо випадок з вношенням дружини тоді кандидата на пост Президента України Зеленського на «Миротворець»). Хоча з одного боку, цей сайт є ефективним інструментом контрпропаганди, діючи на психологічний стан людей, внесених у базу, з іншого боку існування подібного ресурсу є прикладом фрагментарного застосування законів в Україні і прямо суперечить її законодавству [132].

### **3.2 Проблемні питання української журналістики та інформаційної політики**

В цілому ситуація, в якій опинилася Україна після початку гібридного протистояння та повномасштабної інформаційної війни, виявила неготовність української держави, її структур до повноцінної відповіді діям російської влади та протидії впливу російської пропаганди на власне інформаційне поле. Навіть реформи та новостворені інформаційні підрозділи на сьогоднішній день не вирішують всієї проблеми. Разом з тим самого початку було вирішено сконцентруватися на засобах контрпропаганди, спрямованої на боротьбу з російською пропагандою та дезінформацією, а

також на введення широких обмежень щодо російських ЗМІ. Ніхто в Україні не може заперечувати факт інформаційного протиборства, що зіграло надзвичайну роль на початку гібридного протистояння і призвело в результаті до інформаційної ізоляції окупованих територій від решти території України. Ситуація інформаційної ізоляції ОРДЛО, Криму та часткової ізоляції підконтрольних Україні територій, що знаходяться біля лінії розмежування відображає також проблему недостатньої представленості думок, потреб в українських медіа мешканців Луганської та Донецької області та Криму [24].

Серйозною проблемою українських ЗМІ в процесі освітлення подій на Сході, в Криму, і окремо в межах трансляції української пропаганди, є недодержання професійних журналістських стандартів, що мають негативні наслідки. Наприклад, ще у 2015 році були опубліковані результати моніторингу, проведеного інтернет виданням Телекритикою (тепер Детектор Медіа), показали, що українські телеканали героїзують українські Збройні Сили та демонізують сепаратистів самопроголошених республік, одночасно, замовчуючи проблеми переселенців, і майже не згадують волонтерів. Крім того, на той час українські телешоу були повні мови ненависті, що провела лінію чіткого розділення на «нас» та «них», на «хороших» та «поганих». Моніторинг показав, що такі шоу в кінцевому результаті культивують ненависть та інші негативні емоції щодо «тієї» сторони [93].

І навіть після двох років з початку гібридного протистояння на Сході України ці проблеми не втратили своєї актуальності. Про це свідчить дослідження журналістської школи Українського католицького університету, опубліковане у березні 2016 року. Результати дослідження показали, що для українських медіа основним джерелом інформації є офіційні документи, які, в свою чергу, мають чіткий відтінок пропаганди. Недивлячись на таку тенденцію, моніторинг також відобразив зростання кількості матеріалів з спробами критичного й повноцінного висвітлення питань стосовно

гібридного конфлікту, спрямовані на їх передумови та наслідки та генерування шляхів для їх вирішення.

За словами Голови спілки журналістів С. Томіленко, одна з проблем на шляху повноцінного освітлення подій та думок людей на окупованих територіях є те, що робота на цих територіях ставить під загрозу безпеку робітників українських медіа. Можна згадати випадок з журналістом Станіславом Асєєвим, який вів журналістську діяльність в ОРДЛО, а у 2017 році був заарештований і потім засуджений на 15 років за звинуваченням у шпигунстві. (проте за програмою обміну був визволений з в'язниці у 2019 році) [8].

Також треба мати на увазі, що проросійська влада «республік» може промониторити соціальні мережі, що становить реальну загрозу для українських журналістів адже може стати підставою не тільки для відмови від надання акредитації, але й реального аресту під час їх перебування в ОРДЛО.

Фактор небезпеки призводить до нестачі журналістів на окупованих територіях, що, в свою чергу, породжує нестачу інформації про події, які там відбуваються.

Коріння цієї проблеми також виходять з того факту, що багато українських журналістів відкрито висловлюють власні політичні переконання і вкрай негативно відносяться до людей, які відмовились визнати результати Євромайдану, висловили підтримку самопроголошеним республікам і бажання приєднатися до Росії.

Крім того за даними доповіді, опублікованої Фондом Демократичних Ініціатив у 2019 році, близько 48% опитаних українських журналістів визнали, що практикують самоцензуру під час роботи в ЗМІ і майже 65% вважають, що війна на Донбасі збільшила, інтенсифікувала випадки самоцензури [110].

Деякі журналісти крім всього розповідають про тиск з боку українських радикальних груп, якому вони піддалися після відвідання лінії

розмежування. Подібний тиск і можливе неодобрення обмежує журналістів в їх бажанні повноцінно освітлювати події на окупованих та прикордонних територіях [39].

Проте не всі погоджуються з таким баченням ситуації. Деякі журналісти, які працюють на лінії розмежування вважають, що тиск з боку радикальних груп значно перебільшений і що насправді проблема нестачі інформації, публікацій про окуповані території криється у відсутності інтересу українських медіа щодо цього предмету і в реальній загрозі арешту для українських журналістів в ОРДЛО.

Крім того важливою проблемою стало те, що більшість мешканців ОРДЛО та Криму просто не вірять українським ЗМІ, що робить вкрай складним донесення української позиції до місцевої аудиторії. Так в листопаді 2019 року видання «Дзеркало тижня» опублікувало результати соціального опитування мешканців непідконтрольних територій, яке виявило, що більше як 80% опитаних не мають довіри до українських телеканалів. Головна причина цього – впевненість, що вони, в великій чи малій мірі, викривляють правду, розповсюджують дезінформацію та фейки. Майже стільки ж не довіряють українським інтернет виданням. Тому цілком природно, що в ситуації відсутності довіри, люди дивляться та читають російські медіа [103].

В контексті поновлення переговорів про врегулювання конфлікту та при фактичній відсутності довіри до українських ЗМІ, важливим є обговорення змін в превалюючій до нині риториці в українському журналістському середовищі, особливо в питаннях висвітлення подій на окупованих територіях [6].

Для розкриття особливостей риторики та проблем самоцензури необхідно розглянути соціально-політичний дискурс в Україні, тенденції подання інформації. Треба зазначити, що після Євромайдану і на початку гібридного протистояння на Сході соціально-політичний дискурс визначався агресивністю, ворожістю, разючою критикою, мовою ненависті по



відношенню до супротивної сторони. Нерідкі були випадки використання мови ворожнечі, навіть на центральних телеканалах. Граючи на свідомих та підсвідомих упередженнях(у вигляді негативних установок), стереотипах, що у кінцевому результаті породжувало і сприяло дискримінації як упередженого ставлення до певної групи людей. Актуалізація негативних установок пояснюється тим, що саме негативні образи та погані події краще і більш яскраво запам'ятовуються, що може призвести навіть до мови насильства з закликами до певних дій. Адже, як правило, різноманітні метафори на позначення ворога – необхідний компонент будь-якого збройного конфлікту [86].

Найпопулярнішим відображенням наявної атмосфери ворожнечі стали меми, які активно циркулюючись в українському інформаційному просторі, вони є ефективним інструментом впливу на велику кількість людей. Адже справжній зміст мема закамouflьований, щоб відвернути на певний час критичне консервативне і раціональне мислення і проникнути у підсвідомість людини за допомогою непрямих, опосередкованих асоціацій. Докази успішності мема – емоційна реакція і пов'язана з нею здатність поширюватися, тиражуватися в свідомості інших людей, змінюючи їх світогляд [31].

Утім, медіа- простір України нині не залучав активно мову ворожнечі до свого арсеналу комунікативних засобів. Це підтверджується результатами моніторингу Центру контент- аналізу щодо мови ворожнечі в українських ЗМІ за серпень 2016 року. Виявилось, що частка таких повідомлень становить 1,7 %. Серед найчастіше вживаних слів – «ватник» (22 %), «москаль» (18 %), «рашист, рашизм» (16 %), «Мордор» (13 %), «Лугандон» (9 %), «колорад» (7 %), «Раша» (7 %), «кацап» (5 %), «московит» (3 %) [128].

Хоча більшість висловів мови ворожнечі спрямовані на Росію, об'єктами її в Україні є не лише росіяни, а й переселенці зі сходу країни. До прикладу, якщо першу хвилю тих, хто виїхав із Донбасу, ЗМІ характеризували як патріотів, що зробили вибір на користь України, то вже з

літа 2015 року в медіа закріпилися концепти «неправильних» переселенців – невдячні нероби. Особливо багато матеріалів у такому ключі містились у регіональних ЗМІ. Мешканців окупованих територій ЗМІ часом називали «ватниками», «терористами», «сепаратистами», які закликали до «руського мира» або при будь-якій негативній події акцентували увагу на місці походження [30].

Журналісти нерідко таким чином хочуть посилити, як їм здається, цікавість до своєї новини і для цього спеціально вдаються до маніпуляцій, порушуючи кодекси журналістської етики. Це також відбувається через недостатній рівень знань та відсутність толерантності. Вживання «мови ворожнечі» у цьому випадку часто не усвідомлюється тими, хто готує матеріали.

Крім того одною з рис соціально-політичного дискурсу в українських медіа, особливо на початку гібридного протистояння, було утворення лексичних фантомів, спрямованих на розмивання меж між словом і дійсністю, спотворювали її на кшталт визначення війна - це мир. Наприклад, активно говорилося про «шлях до ЄС та НАТО», «боротьбу з корупцією», «реформи», хоча насправді люди бачили зростання рівня корупції, подекуди імітацію реформ, бідність, авторитарні тенденції нової влади тощо [20].

До того ж однією з проблем українських ЗМІ є те, що політична позиція приватних центральних телеканалів України багато років визначалася й визначається інтересами їхніх власників. Медіа, скуплені чи створені олігархічними групами, стали інструментом у політичній боротьбі: чи то для захисту / утримання при владі, чи то для боротьби з оппонентами / конкурентами, чи для шантажу одне одного і влади [136].

Системною проблемою була прозорість власності українських ЗМІ. Незважаючи на те, що формально в Україні створено умови для вільної конкуренції ЗМІ, проте в силу цілого ряду обставин, починаючи з розпаду СРСР українські медіа так і не набули незалежності, яка б дозволяла їм

виконувати свої основні функції без необхідності обслуговувати приватні інтереси.

Упродовж усього періоду власники телеканалів використовують новинні ефіри для зведення рахунків із політичними опонентами чи бізнес-конкурентами. Особливо показовою була війна між групами Фірташа / Львовичкіна та Коломойського, які з'ясовували стосунки прямо в ефірах новин своїх телеканалів, чи то через конфлікт навколо компанії «Укратранснафта», чи то довкола банку «Приват».

Як наслідок українські ЗМІ практично так і не змогли стати класичним бізнесом, натомість розглядалися власниками (як державними, так і приватними) виключно як ретранслятори волі і бажань власників, а також як інструмент забезпечення їх політичних і економічних інтересів. Все це у сукупності призвело до засилля т.зв. «джинси» (замовних матеріалів у ЗМК, що публікуються журналістами без зазначення того, що ці матеріали оплачувалися як рекламні), зниження якості журналістики, неефективності впровадження будь-яких кодексів етичної поведінки журналістів, а також до падіння рівня довіри до ЗМІ.

Події 2014-2015 років хоча дещо і змінили цю ситуацію, проте не завжди в кращу сторону. З одного боку, спостерігалася поява нових медіа та нових стандартів в медіасфері, з іншого – військове протистояння на Сході України призвів до посилення, як вже згадувалось вище, «мови ненависті» в українських медіа, почасти – до спотворення фактів або їх тенденційної подачі. Проблема відсутності прямої відповідальності ЗМІ перед суспільством та не відповідності журналістським стандартам криється в недоліках українського законодавства щодо інформаційної сфери, що відображається у відсутності цілісної нормативно-правової системи регулювання інформаційної діяльності в цих питаннях [93].

Пропагандистська і контрпропагандистська українські кампанії на окупованій території або відсутні (так вважають деякі), або провалені (так вважає більшість). Хоча стосовно південно-східного регіону країни

проводиться комплекс інформаційних заходів в районі зони ООС на території ОРДЛО. Ці заходи включають в себе дуже багато складових. Наприклад, моніторинг інформаційних загроз. Інша важлива складова - інформування світової спільноти українців про ситуацію в районі зони ООС і в Україні в цілому. Третя складова - відновлення телерадіомовлення і роботи українських ЗМІ на території, які тимчасово окуповані і знаходяться під контролем самопроголошених республік «ДНР» і «ЛНР» [38].

Стратегічні цілі звільнення та реінтеграції окупованої частини Донбасу диктують необхідність повернення під контроль України телерадіо простору власних окупованих територій, щоб забезпечити доступність загальнонаціональних українських телеканалів та нейтралізації російської медіа-присутності. На момент початку окупації найпотужніші в Донецькій та Луганській областях передавачі аналогового телевізійного мовлення і найвищі точки їх підвісу, що знаходяться у містах Донецьк, Луганськ та Ровеньки, опинилися під контролем сепаратистів, що дало їм вирішальні переваги у витісненні з медіапростору українського контенту і налагодженні власного пропагандистського мовлення. Наприклад, захоплення телецентру Концерну РРТ в Донецьку дозволило угрупованню «ДНР» замість українських каналів запуснути ретрансляцію пакета заборонених українським законодавством російських програм та створених бойовиками місцевих проросійських каналів

У Луганську ще у 2014 році на базі захоплених телекомпаній діє канал «Луганськ 24». Зміст програм характеризується антиукраїнською спрямованістю, з використанням матеріалів російських мовників, транслюються фільми радянського часу, російські серіали та бойовики [69].

Відновлену Донецьку обласну державну телерадіокомпанію («ДоТБ») було запуснено у Краматорську 2 квітня 2015 року в режимі тестового мовлення з перспективою подальшого переходу на повноцінний режим роботи. Згідно з інформацією на офіційному сайті ДоТБ, станом на середину липня 2015 року, її мовлення здійснюється у цифровому форматі Т-2 і є

доступним «у більшості кабельних мереж регіону»; крім того в Маріуполі та Красноармейські у аналоговому форматі (Донецкая областная государственная телерадиокомпания. Важливого значення набуло відновлення телевежі на горі Карачун, розташованої біля Славянська, що була зруйнована військовими угрупованнями «ДНР» у 2014 і знову відкрита лише наприкінці 2016 року. За словами колишнього президента Порошенка, після запуску цієї вишки, площа покриття мала збільшитися в десятки разів, а отже вся територія Донецької області, контрольована та окупована, буде перекрита сигналом українського телебачення та радіо [70].

Держкомтелерадіо України ще у березні 2015 року офіційно заявив, що «у концерну РРТ та ТОВ «Зеонбуд» існують технічні можливості для відновлення трансляції програм обох ОДТРК» Водночас в той час, на момент 2015 року, означені передавачі не були встановлені, а компанія не в змозі повністю задіяти свій потенціал через надто довгі бюрократичні процедури, гострий брак кадрів, обладнання і бюджетних коштів. ЛОДТРК нині покриває аналоговим та цифровим сигналом майже всю північ Луганщини, проте не має технічної можливості мовити на окуповані та деякі прикордонні території, де, відтак, домінують російські і проросійські медіа [135].

У березні 2015 року на базі Міністерства інформаційної політики України була створена Комісія з питань забезпечення стабільного функціонування системи національного телебачення і радіомовлення, в її межах на постійній основі функціонує моніторингова місія в Донецькій та Луганській областях – на лінії зіткнення, так і в інших населених пунктах. Головним завданням місії є перевірка присутності в ефірі українського мовлення та тих теле і радіоканалів, які пов'язані з РФ чи сепаратистами.

Через проблему незаконного виключення енергопостачання українські телеканали пропадали з ефіру, припинялась трансляція теле та радіо програм. Щоб протидіяти даній загрозі українською владою було ініційовано та прийнято постанову «Питання забезпечення сталого функціонування об'єктів

державної власності, що мають стратегічне значення для економіки і безпеки держави у сфері телекомунікацій та зв'язку в особливий період» [78].

Крім суто технічних, майнових, фінансових та юридично-правових питань важливою проблемою стало питання змістового наповнення українських радіо та теле ефірів, особливо, для тих програм, що мали бути орієнтовані для населення окупованих територій.

При цьому до рахунку при розробці контенту мають прийматися особливості соціально-політичної, фінансово-економічної, гуманітарної ті соціокультурної ситуації, що, як загальні суспільні настрої і масова свідомість – травмована, дізорієнтована в результаті страшних подій, дещо відрізняються від решти регіонів України. За даними соціологічних досліджень, проведених у лютому 2015 року, близько 70 % мешканців окупованих територій вважали, або були схильні вважати, що «дії української влади на Донбасі це війна проти власного народу». За цими ж опитуваннями, 50 % населення самопроголошених республік бажають відділитися від України, а 50 % готові розглянути можливість лишитись за умови зміни статусу цієї території [105].

Доручення щодо налагодження такого мовлення, а саме виробництво і поширення контенту призначеного спеціально для окупованих територій було дано колишнім президентом Порошенко Національній Раді з питань телебачення і радіомовлення на початку липня 2014 року, яка і нині виконує цю функцію [80].

Проте навіть з розробкою спеціальних заходів та концепцій, справа реінтеграції окупованих територій, повернення їх в український простір, українська пропаганда кволо досягає своїх цілей, навіть, беручи до уваги, що цей процес складний, багатовимірний та довгостроковий. Факторами здебільшого відторження українського контенту жителями ОРДЛО стало те, що це зона воєнно-політичного конфлікту, що призвело до глибинної всеосяжної кризи; знаходження в інформаційному полі Росії; здебільше негативне відношення жителів до української влади; специфіка самого

процесу реінтеграції потребує комплексних зусиль, розробки довгострокової інформаційної стратегії. Це вимагає значно більш фундаментального підходу, а саме: створення окремої редакції програм для Донбасу, розробка унікальної програмної концепції, запуск окремих повноцінних каналів (такий канал був створений «Донеччина ТВ» у 2018 році, який спрямований на освітлення локальних новин), забезпечення впевненого прийому її сигналу на відповідній території, нейтралізація небажаних трансляцій і багато іншого.

Як вже зазначалось однією з проблем, що стоїть на заваді вироблення якісного медіа контенту, залишається професійний та етичний рівень української журналістики. За даними ГО «Телекритика», а також «Інституту масової інформації» що на постійній основі проводить моніторинг українських телеканалів на предмет відповідності їх загальним стандартам журналістики, українська журналістка знаходиться на стабільно низькому рівні щодо відповідності журналістським стандартам та далеко не завжди додержується поняттям етичності та інших стандартів у своїй роботі. Наприклад, найчастіше в інтернет-ЗМІ порушувався стандарт балансу думок і точок зору, порушувався стандарт достовірності, та в діяльності майже всіх загальнонаціональних каналів - матеріали з ознаками замовності, «джинса», замовчування фактів, поширення недостовірної та неперевіреної інформації, порушення при оприлюдненні соціологічних даних тощо [71].

У контексті медіа-простору зони «ЛНР-ДНР» такі матеріали (особливо коли глядачі стикаються з некоректним викладом подій у місцевості, де вони мешкають) поглиблюють недовіру, підживлюють антиукраїнські настрої, а подекуди викликають необґрунтовану паніку.

Все виразнішою стає тенденція до зміщення преференцій в бік нагальних питань повсякденного життя віддзеркалює втому від пропаганди, радикальних гасел і неправдивої інформації на тлі прогресуючої розрухи, нестабільності та постійної небезпеки. У такому контексті більш позитивно будуть сприйматися аудиторією матеріали, присвячені роз'ясненню намірів та політики українського уряду, дій українських військ, різним аспектам

життя в Україні, її історії, культури, загальносвітовим темам, крім того тим, що використовуються пропагандою Росії для маніпуляції суспільною думкою. Весь контент має бути якісним, розробленим фахівцями та бути, за своїми тональністю і змістом, спрямований на реалізацію головної мети – загальноукраїнське примирення.

Хоча офіційно будь-який кодекс поведінки журналістів відсутній, влітку 2015 року експерти Інституту масової інформації розробили "Словник нейтральної термінології" щодо конфліктів на Сході України і в Криму, яким можуть користуватись журналісти. В ньому рекомендується, наприклад, визначати ситуацію на Донбасі як військовий конфлікт, збройний конфлікт, конфлікт на Сході України, гібридна війна тощо, а «ДНР» і «ЛНР» з додаванням так звані або угруповання «ДНР», «ЛНР». Це можна розглядати і як важливий крок до створення таких принципів та правил і як стимул до саморегулювання галузі та до формування загальноновизнаного і дієвого Національного кодексу журналіста [43].

Якщо окреслити проблеми, які стоять перед українською державою на окупованих територіях в інформаційній сфері, вони складається з забезпечення інформаційної присутності на окупованих територіях, з нею тісно пов'язана інша - проблема висвітлення подій (як?) та позиції журналіста, а саме якою вона повинна бути. Якщо одні українські журнали говорили про необхідність примирення, діалогу з мешканцями та владою самопроголошених республік, противники такого підходу вважали, що названа позиція призведе до моральної підтримки терористів, деморалізації українських військових, роботі проти інтересів країни. Представники негативістського підходу не брали до уваги, що тоді українське суспільство позбавляється можливості отримати адекватну і збалансовану інформацію про те, що ж відбувається на окупованих територіях і настрої місцевих жителів. Здіяльністю українських ЗМІ пов'язані проблеми недодержання журналістських стандартів, відсутності кодексу етики журналіста в Україні [47.]



Ще однією проблемою, з якою стикається Україна, є неготовність та небажання місцевого населення, що проживають на окупованих територіях, сприймати проукраїнську позицію (або відсутність довіри, як йшлося вище) І якщо окремі громадяни (переважно – молодшого віку) мають змогу (за бажання) компенсувати ці незручності доступом до мережі інтернет, то для багатьох літніх людей основним джерелом інформації все ще залишається телебачення та друкована преса, які зазнають найбільшої цензури. На додачу невизначений статус та відсутність чіткого плану дій щодо деокупації, реінтеграції територій і населення самопроголошених республік обмежує можливість розробки ефективної інформаційної стратегії [109], [24].

### **Висновки до розділу 3**

Отже, з 2015 року почалася інтенсивна робота з реформування українського інформаційного законодавства як відповідна реакція на інформаційну війну, яку на той момент Росія активно проводила проти України. Тоді були прийняті важливі концептуальні документи – Доктрина та Концепція інформаційної безпеки, ціла низка окремих законів, спрямованих на забезпечення інформаційної безпеки та реформування медіа простору. Наприклад, закони про іномовлення, про суспільне телебачення, забезпечення прозорості власності ЗМІ тощо. Основна діяльність української пропаганди проти Росії була фактично спрямована на протидію російському впливові через застосування контрпропагандистських заходів. З метою обмеження російського впливу на український публічний та медійний простір і забезпечення відходу від радянського минулого прийняті чотири «закони про декомунізацію», які, наприклад, засуджували радянський режим, забороняли радянську символіку і розірвували ототожнення Другої Світової війни з Великою Вітчизняною війною, прибираючи радянські нарративи з українського медіа простору. Були заборонена діяльність більшості російських телеканалів, доступ до російських соціальних мереж, сайтів,

пошукових систем тощо. Хоча єдиний центр управління інформаційними процесами в Україні, головні функції в забезпеченні інформаційного суверенітету покладені на Міністерство інформаційної політики. Окремий прошарок учасників контрпропагандистської діяльності склали недержавні, волонтерські, приватні організації, об'єднання, медіа ресурси діяльність яких спрямована на боротьбу з російською пропагандою через спростування фейків, чуток, неправдивої інформації.

Головним питанням для української інформаційної політики залишається питання інформаційної реінтеграції окупованих територій. Українська пропаганда не сприймається більшістю їх мешканців, відсутня довіра до українських ЗМІ як до надійних джерел інформації. Також важливу проблему складають низький рівень журналістики, нетолерантність, відсутність кодексу етики, професійно розробленого контенту для мешканців цих територій і довготривалої інформаційної стратегії. Також цю проблему значно ускладнює інформаційна ізоляваність «ДНР-ЛНР» та Криму, коли основним джерелом інформації є російські ЗМІ.

## ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було розкрито питання специфіки, методів, цілей російської пропаганди в інформаційній війні проти України та одночасно розглянутий стан та проблеми забезпечення інформаційної безпеки України через пропаганду та контрпропаганду.

В процесі проведення аналізу категоріально-понятійного апарату, були виявлені різні погляди до розуміння поняття пропаганда, гібридна війна, інформаційна війна, виявлена специфіка цих явищ.

Аналіз стану наукової розробки свідчить про те, що питання явища пропаганди, гібридної війни і її основного інструменту – інформаційної війни і конкретно російської пропаганди проти України достатньо вивчено, проте далеко не завжди комплексно, здебільшого надаючи фрагментарне уявлення, що робить наше дослідження актуальним. Джерельна база з проблематики нашої роботи широко відображена в джерелах офіційного та неофіційного походження: від нормативно-правових актів до матеріалів Засобах масової інформації.

Аналіз особливостей російської пропаганди, її прийомів, технік та цілей в інформаційній війні проти України дозволяють надати їй комплексну характеристику. Загалом існує мережа офіційних(як державні ЗМІ) та недержавних структур, як от підконтрольні і фінансовані Росією різноманітні групи та організатори, які виконують роль трансляторів російської пропаганди. Спрямована на різні цільові аудиторії, російська пропаганда спрямована на досягнення різних цілей: на українському напрямі внутрішня дестабілізація та пониження міжнародного авторитету країни, на внутрішньому – консолідація суспільства, забезпечення підтримки, легітимності влади, на зарубіжному – нав'язування інтерпретацій подій, легітимізація агресивних дій щодо України, прикриття російської присутності в збройному протистоянні на Донбасі.

Аналіз використаних технік, прийомів російської пропаганди, що були застосовані під час інформаційного супроводу операцій Москви з анексії Криму і утворення самопроголошених республік «ДНР-ЛНР» свідчить про наявність чітко спланованої інформаційної компанії і наявність достатніх ресурсів для її виконання, що забезпечило їх практичну ефективність та успішність. До прикладу, надзвичайно популярним був метод переписування історії: анексія Криму зображувалась «справедливим поверненням», виправленням свавілля Хрущова; розроблювався проєкт «Новоросія» як органічної частини «руського світу», історично, культурно, за походженням і мовою близької до Росії тощо.

Ефективному впровадженню російській пропаганді допомагає те, що вона діє на випередження, наступально, досягаючи ефекту першості, надаючи швидку реакцію на інформаційні приводи.

Також сферою її дії є кіберпростір. Створюються кібергрупи, працюють висококваліфікаційні хакери, які у гібридному протистоянні стають ефективним інструментом дестабілізації супротивника через блокування роботи сайтів, серверів, розповсюдження вірусів, заволодіння секретною інформацією тощо. Крім того, Росія використовує фабрики тролів та ботів для забезпечення домінування російських інформаційних приводів на просторах Інтернету.

На основі аналізу матеріалів і публікацій було виявлено, що з початку Євромайдану та до 2016 року Росія проводила інформаційні компанії проти України, що включали наступні гранд наративи: Майдан – антиконституційний заколот, організований США та ЄС, в результаті якого до влади прийшли радикали-русофоби; українська влада проводить каральну операцію проти населення Сходу країни, що відмовилось прийняти результати Майдану, нерідко лунали тези про «геноцид» та «громадянську війну»; Україна знаходиться під зовнішнім управлінням (особливо від США); Україна держава, що не відбулась, де загострюються увага на внутрішніх проблемах української держави, надавались прогнози про скорий розпад.

Контрпропагандистські та пропагандистські заходи України відображені у законодавчій базі щодо інформаційної сфери життєдіяльності країни. Включаючи цілу низку нормативно-правових актів, що суттєво обмежують російський інформаційний вплив, стали поштовхом реформування українських ЗМІ, відповідаючи на виклики інформаційної російсько-української війни тощо. До прикладу, були прийняті «закони про декомунізацію», які прибрали радянські наративи з українського медіа простору, була заборонена сукупність російських каналів, соціальних мереж, значно обмежена можливість видання ліцензії на показ російських фільмів у кіно, вводилися мовні квоти та ін. В інтернет просторі для забезпечення кібербезпеки були створені кібер підрозділи, кіберполіція, працюють волонтерські кібер групи.

При аналізі специфіки української пропаганди та контрпропаганди, разом з тим, був виявлений широкий спектр проблем, особливо стосовно інформаційної інтеграції окупованих територій. Існує проблема недодержання журналістських стандартів та відсутності українського кодексу етики журналіста. Іншою проблемою є відсутність достатньої інформації про настрої, думки мешканців ОРДЛО, Криму, а також низького рівня довіри місцевого населення до українських ЗМІ і як наслідок несприйняття української пропаганди. А найголовніше відсутня повноцінна інформаційна стратегія, що стає результатом відсутності чіткого плану реінтеграції окупованих територій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абульханова К.А. Психологія і свідомість особистості. Київ : УН, 2012. 234 с.
2. Алексеева Д. О. Сучасні підходи до розуміння поняття «гібридна війна» // Суспільні науки та сучасність: актуальні питання: матеріали нак.-практ. конф. (Запоріжжя 17-18 квіт. 2020 р.). Запоріжжя: Балашак, 2020. С. 98 – 101.
3. Аналіз роботи МІП за 2016 рік. URL: [http://mip.gov.ua/files/pdf/MIP\\_2016\\_Year\\_report-UA.pdf](http://mip.gov.ua/files/pdf/MIP_2016_Year_report-UA.pdf) (дата звернення: 9.10.2020).
4. Антизомби. О проекте. URL: <https://ictv.ua/ru/antyzombi/ostanni-vypusky-antyzombi/> (дата звернення: 10.10.2020).
5. Беженка из Славянска вспоминает как при ней казнили маленького сына и жену ополченца. URL: [https://www.1tv.ru/news/2014-07-12/37175-bezhenka\\_iz\\_slavyanska\\_vspominaet\\_kak\\_pri\\_ney\\_kaznili\\_malenkogo\\_syna\\_i\\_zhenu\\_opolchentsa](https://www.1tv.ru/news/2014-07-12/37175-bezhenka_iz_slavyanska_vspominaet_kak_pri_ney_kaznili_malenkogo_syna_i_zhenu_opolchentsa) (дата звернення: 11.10.2020).
6. Березін В.М. Сутність і реальність масової комунікації. Москва : РИП-холдинг, 2002. 182 с.
7. Бернейс Э. Пропаганда. Москва : Нипро Publishing, 2010. 176 с.
8. Боевики «ДНР» признали, что журналист Асеев находится в их застенках. URL: <https://www.ostro.org/general/society/news/528928/> (дата звернення: 13.10.2020).
9. В «ЛНР» отключили 23 украинских телеканала и Дождь. URL: <http://mignews.com.ua/regiony/lugansk/5076733.html> (дата звернення: 04.10.2020).
10. В Голландии снимут пропагандистский сериал против ассоциации с Украиной. URL: <https://www.stopfake.org/v-gollandii-snimut-propagandistskij-serial-protiv-assotsiatsii-s-ukrainoj/> (дата звернення: 03.10.2020).

11. В Крыму начали информационную войну против мусульманских организаций. URL: <http://www.araaid.org/ru/node/3876> (дата звернення: 3.11.2020).
12. В Сирии на стороне ИГИЛ воюет 78 крымских татар –омбудсмен. URL: [https://krym.aif.ru/society/v\\_sirii\\_na\\_storone\\_igil\\_voyuet\\_78\\_krymskih\\_tatar\\_ombudsmen](https://krym.aif.ru/society/v_sirii_na_storone_igil_voyuet_78_krymskih_tatar_ombudsmen) (дата звернення: 5.11.2020).
13. Василенко И. А. Информационная война как фактор мировой политики. Государственная служба. Москва, 2009. № 2. С. 76 – 77.
14. Вежливые люди: как Крым встречал защитников. URL: <https://vestnik.ru/vezhliyaya-armiya-kak-krym-vstrechal-zashhitnikov-video/> (дата звернення: 3.11.2020).
15. Вершинін М.С. Політична комунікація в інформаційному суспільстві // Міжнародні відносини. Львів, 2013. Вип. 32. С. 245 – 253.
16. Визитка Яроша или Пять пунктов ТВ пропаганды. URL: [https://www.bbc.com/russian/international/2014/04/140422\\_russia\\_ukraine\\_propaganda\\_5points](https://www.bbc.com/russian/international/2014/04/140422_russia_ukraine_propaganda_5points) (дата звернення: 9.11.2020).
17. Галас А. Мультиmodalний дискурс пропаганди крізь призму епістемічної моделі оцінки // Мова і суспільство. Івано-Франківськ, 2017. Вип. 8. С. 56 – 72. URL: [https://www.researchgate.net/publication/338139900\\_MULTIMODALNIJ\\_DISKURS\\_PROPAGANDI\\_KRIZ\\_PRIZMU\\_EPISTEMICNOI\\_MODELI\\_OCINKI](https://www.researchgate.net/publication/338139900_MULTIMODALNIJ_DISKURS_PROPAGANDI_KRIZ_PRIZMU_EPISTEMICNOI_MODELI_OCINKI) (дата звернення: 11.09 2020).
18. Герасимов В. Ценность науки в предвидении. URL: <https://www.vpk-news.ru/articles/14632> (дата звернення: 28.09.2020).
19. Гібридна війна на Сході України в міждисциплінарному вимірі: витоки, реалії, перспективи реінтеграції. URL: [http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2019/10/gibridna.viyna\\_.pdf](http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2019/10/gibridna.viyna_.pdf) (дата звернення: 2.11.2020).
20. Гібридна війна: in verbo et in praxi: монографія / під заг. ред. Р.О. Додонова. Вінниця: ТОВ «НіланЛТД», 2017. 412 с.

21. Горбулін В. «Гібридна війна» як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу. URL: [http://gazeta.dt.ua/internal/gibridna-viyna-yak-klyuchoviy-instrument-rosiyskoyigeostrategiyi-revanshu\\_.html](http://gazeta.dt.ua/internal/gibridna-viyna-yak-klyuchoviy-instrument-rosiyskoyigeostrategiyi-revanshu_.html) (дата звернення: 18.11.2020).
22. Горбулін В. П. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання. Київ: Інтертехнологія, 2009. 164 с.
23. Гриценко О. Політична комунікація // Журналістика. Київ: Віче, 2006. Вип 3. С. 103.
24. Грідіна. І. Н, Алексєєва Д. О. Пропагандистська складова російсько-української війни: на прикладі тимчасово окупованих територій Донецької та Луганської областей. Тенденції розвитку сучасної системи міжнародних відносин та світового політичного процесу: матеріали наук.-практ.-конф. (Маріуполь, 29 трав. 2020 р.). Маріуполь: МДУ, 2020. С. 188 – 194.
25. Десять священних заповідей воєнних пропагандистов. URL: <https://warhead.su/2019/04/06/10-svyaschennyh-zapovedey-voennyh-propagandistov> (дата звернення: 20.09.2020).
26. Деятели культуры России поддержали Путина по Крыму. URL: [https://www.bbc.com/russian/russia/2014/03/140312\\_russian\\_artists\\_letter](https://www.bbc.com/russian/russia/2014/03/140312_russian_artists_letter) (дата звернення: 15.10.2020).
27. Діалог в умовах війни? URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/dialog\\_v\\_umovakh\\_viyni/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/dialog_v_umovakh_viyni/) (дата звернення: 18.11.2020).
28. ДНР-ЛНР як втілення «радянської мрії». URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/donbass-realii/30121936.html> (дата звернення: 3.11.2020).
29. Донбас Медіа Форум: інформаційний простір та інформаційна політика в умовах війни. URL: <http://www.isdpa.org.ua/news/donbas-media-forum-informaciyniy-prostir-tainformaciyna-politika-v-umovah-viyni> (дата звернення: 16.11.2020).



30. Донецчанин намагався винести продукти з франківського супермаркету. URL: [https://kurs.if.ua/news/25richnyy\\_donechchanyn\\_namagavsya\\_vynesty\\_produkty\\_z\\_frankivskogo\\_supermarketu\\_28827.html/](https://kurs.if.ua/news/25richnyy_donechchanyn_namagavsya_vynesty_produkty_z_frankivskogo_supermarketu_28827.html/) (дата звернення: 12.11.2020).
31. Жаботинская С.А. Язык как оружие в войне мировоззрений. URL: [http://uaclip.at.ua/zhabotinskaja-jazyk\\_kak\\_oruzhie.pdf](http://uaclip.at.ua/zhabotinskaja-jazyk_kak_oruzhie.pdf) (дата звернення: 12.11.2020).
32. Закон «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості власності засобів масової інформації, а також реалізації принципів державної політики у сфері телебачення і радіомовлення». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/674-19#Text> (дата звернення: 9.11.2020).
33. Закон Про суспільне телебачення і радіомовлення України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18#Text> (дата звернення: 6.11.2020).
34. Закон України «Про реформування державних та комунальних друкованих засобів масової інформації. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/917-19#Text> (дата звернення: 8.11.2020).
35. Закон України про внесення змін до Закону України «Про гастрольні заходи в Україні» щодо особистостей організації та проведення гастрольних заходів за участю громадян держави-агресора. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2165-19#Text> (дата звернення: 6.11.2020).
36. Закон України Про внесення правок до деяких законів України щодо аудіовізуальних(електронних) засобів масової інформації. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2054-19#Text> (дата звернення: 8.11.2020).

37. Закон України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/317-19#Text> (дата звернення: 6.11.2020).
38. Звіт представника Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення у Луганській області Прівальцева Андрія Віталійовича за 2014 рік. URL: <http://www.nrada.gov.ua/userfiles/file/2015/Zvitna%20informacia/Vzitu%20predstavnikiv/%D0%9B%D1%83%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0.rar> (дата звернення: 16.11.2020).
39. Известный украинский телеведущий удивил поездкой к боевикам «ДНР». URL: [https://news.24tv.ua/ru/izvestnyj\\_ukrainskij\\_televedushhij\\_udivil\\_poezdkoj\\_k\\_boevikam\\_dnr\\_n612760](https://news.24tv.ua/ru/izvestnyj_ukrainskij_televedushhij_udivil_poezdkoj_k_boevikam_dnr_n612760) (дата звернення: 14.11.2020).
40. Инструкции по ведению информационной войны для ДНР-ЛНР готовит Сурков – СБУ. URL: <http://www.profi-forex.org/novosti-mira/novosti-sng/ukraine/entry1008247017.html> (дата звернення: 1.11.2020).
41. Информационно-психологическая война. Восточный фронт. URL: <http://argumentua.com/stati/informatsionno-psikhologicheskaya-voina-vostochnyi-front> (дата звернення: 3.11.2020).
42. Итоги независимости: нищета, неонацизм, внешняя зависимость. URL: <https://www.vesti.ru/doc.html?id=#2791311> (дата звернення: 8.11.2020).
43. ІМІ розробив «Словник нейтральної термінології» щодо конфліктів на Сході і в Криму. URL: <http://imi.org.ua/news/49655-imi-rozrobila-slovník-neutralnoji-terminologiji-schodokonfliktiv-na-shodi-i-v-krimu.html> (дата звернення: 18.11.2020).
44. Индекс результативности российской пропаганды. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=510> (дата звернення: 2.11.2020).

45. Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії. URL: [http://old2.niss.gov.ua/public/File/2016\\_nauk\\_anal\\_rozrob/inform\\_vukluku.pdf](http://old2.niss.gov.ua/public/File/2016_nauk_anal_rozrob/inform_vukluku.pdf) (дата звернення: 12.10.2020).
46. Ісакова Т. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору. URL: <http://ippi.org.ua/sites/default/files/isakova.pdf> (дата звернення 13.11.2020).
47. Канал Россия 24 снял эксклюзивный митинг, который сам же и срежиссировал. URL: <https://www.stopfake.org/ru/kanal-rossiya-24-snyal-eksklyuzivnyj-miting-kotoryj-sam-zhe-i-srezhissiroval/> (дата звернення: 8.11.2020).
48. Кара-Мурза С. Г. Маніпуляція свідомістю. Москва: Алгоритм, 2002. 133 с.
49. «КиберБеркут»: в украинском полку «Азов» служат боевики ИГ. URL: <https://www.vesti.ru/doc.html?id=2705296> (дата звернення: 5.11.2020).
50. Кобзон посетит закладку памятника жертвам геноцида в Донецке. URL: <https://lenta.ru/news/2014/10/23/kobzon/> (дата звернення: 16.10.2020).
51. Конфликт в Донбассе: с чего все начиналось. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NHdCgBErQiI> (дата звернення: 28.10.2020).
52. «Коричневый» мятежна Украине. URL: [www.aif.ru/euromaidan/opinion/korichnevyu\\_myatezh\\_na\\_ukraine](http://www.aif.ru/euromaidan/opinion/korichnevyu_myatezh_na_ukraine). (дата звернення: 21.10.2020).
53. Крим. Війна: передумови російської агресії. Директор Національного інституту стратегічних досліджень, академік НАН України Володимир Горбулін презентував аналітичні матеріали. URL: <https://www.rnbo.gov.ua/ua/Diialnist/2399.html> (дата звернення: 6.10.2020).
54. Круглый стол «История и культура Новороссии» в Царицыно. URL: [http://rushistory.org/?page\\_id=3489](http://rushistory.org/?page_id=3489) (дата звернення: 21.10.2020).

55. Крым. Путь на Родину. Документальный фильм Андрея Кондрашова. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=t42-71RpRgI&bpctr=1601571405> (дата звернення: 15.10.2020).
56. «Крымская весна»: движение полуострова к России. URL: <https://www.vesti.ru/doc.html?id=1359839> (дата звернення: 17.10.2020).
57. Крымчане не признают киевскую власть. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=50YIMn2-QXA&app=desktop> (дата звернення: 6.11.2020).
58. Лизанчук В. Журналістська правда і пост правда в контексті гібридої війни Російської Федерації проти України. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/10015> (дата звернення: 12.10.2020).
59. Лисичкин В., Шелепин Л. Третья мировая информационно-психологическая война URL: [http://conrad2001.narod.ru/russian/library/books/wwIII/ww\\_1.htm](http://conrad2001.narod.ru/russian/library/books/wwIII/ww_1.htm) (дата звернення: 4.10.2020).
60. Магда Є. Виклики гібридної війни: інформаційний вимір. Київ: Генеза, 2014. 64 с.
61. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. Москва: КАНОН, 2003. 464 с.
62. Матеріали міжнародної-науково практичної конференції. Інформаційний вимір гібридної війни: досвід України. URL: <https://nuou.org.ua/assets/documents/zbirn-gibr-mizhn-konf.pdf> (дата звернення: 1.11.2020).
63. Медиа и пустота. Чем и как заполняется информационный вакуум на Луганщине. URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/media\\_i\\_pustota\\_chem\\_i\\_kak\\_zapolnyaetsya\\_informatsionnyu\\_vakuum\\_na\\_luganschine/](http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/media_i_pustota_chem_i_kak_zapolnyaetsya_informatsionnyu_vakuum_na_luganschine/) (дата звернення: 5.11.2020).

64. Мета російської пропаганди – посіяти зневіру і параною. Як протидіяти?  
URL:  
[https://texty.org.ua/articles/70089/Meta\\_rosijskoji\\_propagandy\\_posijaty\\_zneviru\\_i-70089/](https://texty.org.ua/articles/70089/Meta_rosijskoji_propagandy_posijaty_zneviru_i-70089/) (дата звернення: 15.10.2020).
65. МИД Росии заметил «ударный кулак» НАТО у границ России. URL:  
<https://www.rbc.ru/politics/07/03/2020/5e639c939a7947bc234c33e2> (дата звернення: 5.10.2020).
66. Министерство информации открыло сайт информационных войск Украины. URL: <https://gordonua.com/news/war/ministerstvo-informacii-otkrylo-sayt-informacionnyh-voysk-ukrainy-68047.html> (дата звернення: 10.10.2020).
67. Михаил Эпштейн: «Они любить умеют только мертвых». О смерти, постмодерне и российской цивилизации. URL:  
<https://snob.ru/profile/27356/blog/118291> (дата звернення: 12.10.2020).
68. Моніторинг: телеканали посилюють бар'єри і ненависть при висвітленні конфлікту на Донбасі. URL:  
<https://www.radiosvoboda.org/a/news/27443074.html> (дата звернення: 13.11.2020).
69. Мутовкін Л. А. Політичні міфи в процесі маніпуляції свідомістю. Київ: Арго, 2015. 72 с.
70. На горе Карачун открыли восстановленную телевишку. URL:  
[https://zn.ua/UKRAINE/na-gore-karachun-otkryli-vosstanovlennuyu-televyshku-232283\\_.html](https://zn.ua/UKRAINE/na-gore-karachun-otkryli-vosstanovlennuyu-televyshku-232283_.html) (дата звернення: 16.10.2020).
71. Нацрада зафіксувала на 4 телеканалах порушення під час оприлюднення соцдосліджень. URL: <https://imi.org.ua/news/natsrada-zafiksuvala-na-4-telekanalakh-porushennia-pry-opryliudnenni-sotsdoslidzhen-i22665> (дата звернення: 18.10.2020).
72. Нет гарантии, что оружие США и Канады не попадет с Украины к террористам – МИД РФ. URL:

[https://tvzvezda.ru/news/vstrane\\_i\\_mire/content/8-201712261022kun.htm](https://tvzvezda.ru/news/vstrane_i_mire/content/8-201712261022kun.htm)

(дата звернення: 5.10.2020).

73. Новая медреформа: бесплатно на Украине теперь можно только умереть. URL: <http://www.mk.ru/politics/19/10/2017/novaya-medreforma-besplatno-na-ukraine-teper-mozhno-tolko-umeret.html> (дата звернення: 5.10.2020).
74. Об урегулировании кризиса на Украине. URL: <https://www.mid.ru/situacia-na-ugo-vostoke-ukrainy> (дата звернення: 1.10.2020).
75. Павлов Д. М. Особливості технологій політичної пропаганди // Вісник Національної металургійної академії України. Дніпро, 2018. № 3. С. 12 – 34.
76. Панарин И.С. Информационная война: крепкий щит и острый меч. URL: [http://www.panarin.com/comment/16/?sphrase\\_id=9391](http://www.panarin.com/comment/16/?sphrase_id=9391). (дата звернення: 1.10.2020).
77. Пиджак рвется по шву. URL: [.http://svoboda.org/content/article/25362031.html](http://svoboda.org/content/article/25362031.html) (дата звернення: 21.09.2020).
78. Питання забезпечення сталого функціонування об'єктів державної власності, що мають стратегічне значення для економіки і безпеки держави у сфері телекомунікацій та зв'язку в особливий період: Постанова Кабінету Міністрів України від 25 травня 2015 р. № 317. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/317-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення: 2.10.2020).
79. Польша, Венгрия и Румыния готовятся приступить к разделу Украины. URL: <https://www.politnavigator.net/polsha-vengriya-i-rumyniya-gotovyatsya-pristupit-k-razdelu-ukrainy.html> (дата звернення: 2.10.2020).
80. Порошенко доручив розробити спеціальне мовлення для Донбасу. URL: <http://ua.korrespondent.net/ukraine/politics/3389277-poroshenko-doruchyv-rozrobyty-spetsialne-movlennia-dliadonbasu> (дата звернення: 17.10.2020).

81. Порошенко лишил жителей Донбасса возможности ездить в ЕС без виз. URL: <https://vz.ru/news/2017/5/24/871673.html> (дата звернення: 7.10.2020).
82. Порошенко отправит упавшего на инаугурации солдата на войну. URL: <https://www.ntv.ru/novosti/1028016/> (дата звернення: 18.10.2020).
83. Почему Крым не Косово и не Шотландия. URL: <https://www.svoboda.org/a/25300289.html> (дата звернення: 28.10.2020).
84. Почепцов Г. Г. Контрпропаганда как объект. URL: [https://ms.detector.media/trends/1411978127/kontrpropaganda\\_kak\\_obekt/](https://ms.detector.media/trends/1411978127/kontrpropaganda_kak_obekt/) (дата звернення: 12.10.2020).
85. Почепцов Г. Г. Пропаганда и контрпропаганда. Москва: Центр, 2004. 256 с.
86. Почепцов Г.Г. Особенности пропагандистских механизмов с двух сторон российско-украинского конфликта. URL: <http://discourse.in.ua/node/4221> (дата звернення: 6.10.2020).
87. Премьер ДНР: под Красноармейском обнаружены тела 286 женщин. URL: <https://ria.ru/world/20141031/1031105901.html#ixzz3HoSahEUY> (дата звернення: 8.10.2020).
88. Присяжнюк М., Жарков Я. Аналіз засобів ведення інформаційної боротьби з використанням інформаційних технологій, форм і способів їх застосування. Центр воєнної політики та політики безпеки, 2009. 16 січ. (№ 5) С. 38–42.
89. Причины и следствия в гражданском конфликте на Донбассе. URL: <http://www.foreignpolicy.ru/analyses/prichiny-i-sledstviya-v-grazhdanskom-konflikte-na-ukraine/> (дата звернення: 2.09.2020).
90. Про міністерство. URL: <https://mip.gov.ua/content/pro-ministerstvo.html> (дата звернення: 12.09.2020).
91. Про схвалення концепції популяризації України у світі і просування інтересів України у світовому інформаційному просторі. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/739-2016-%D1%80#Text> (дата звернення: 9.11.2020).

92. Проблеми інформаційного законодавства України в сфері створення, поширення та використання інформації та шляхи їх вирішення. URL: <http://old2.niss.gov.ua/articles/1189/> (дата звернення: 15.11.2020).
93. Протидія російській інформаційній агресії: спільні зусилля задля захисту демократії. Аналітичний звіт. Київ: Телекритика, 2015. 77 с.
94. Прямая линия с Денисом Пушилиным. URL: <https://xn--80aa4b4b.xn--p1acf/> (дата звернення: 26.10.2020).
95. Путин о событиях февраля 2014 года в Украине: США грубо и нагло обманули Россию. URL: <https://gordonua.com/news/politics/putin-o-sobytyah-fevralya-2014-goda-v-ukraine-ssha-grubo-i-naglo-obmanuli-rossiyu-235228.html> (дата звернення: 25.10.2020).
96. Путин: украинским властям обидно проигрывать вчерашним шахтерам и трактористам. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vG2HdlHOswM> (дата звернення: 25.10.2020).
97. Пять громких заявлений Путина об истории Украины. URL: [http://www.bbc.co.uk/ukrainian/ukraine\\_in\\_russian/2014/11/141110\\_ru\\_s\\_putin\\_on\\_history\\_ukraine](http://www.bbc.co.uk/ukrainian/ukraine_in_russian/2014/11/141110_ru_s_putin_on_history_ukraine) (дата звернення: 20.10.2020).
98. Разрыва с советским прошлым не произошло: пять лет назад на Украине официально начался процесс декоммунизации. URL: <https://russian.rt.com/ussr/article/735760-dekommunizaciya-ukraina-pyat-let> (дата звернення: 14.10.2020).
99. Решение о передаче Крыма в 1954 году УССР от РСФСР было принято с грубейшими нарушениями - председатель СФ. URL: <http://council.gov.ru/press-center/news/50024/> (дата звернення: 17.10.2020).
100. Рік фейків: як брехала російська пропаганда. URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/12241/2014-12-30-rik-feikiv-yak-brekhala-rosiiska-propaganda/> (дата звернення: 1.11.2020).



101. Російська інформаційна експансія: український плацдарм. URL: <https://mail.google.com/mail/u/0/?pli=1#inbox/FMfcgxwJXpSCcSrprbtgJwNMwDHLXhxG?projector=1&messagePartId=0.2> (дата звернення: 11.02.2020).
102. Російська пропаганда використовує методи КДБ - французьке дослідження. URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/21900/2018-10-05-rosiiska-propaganda-vikoristovue-metodi-kdb-frantsuzke-doslidzhennya/> (дата звернення: 10.10.2020).
103. Російська пропаганда перемагає на територіях, підконтрольних «ДНР-ЛНР» - соціологічне дослідження. URL: <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/12850/2015-03-20-rosiiska-propaganda-peremagae-na-teritoriyakh-pidkontrolnikh-dnr-lnr-sotsiologichne-doslidzhennya/> (дата звернення: 1.10.2020).
104. Російська пропаганда про події в Україні: тенденції 2014-2016 років/ URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/19200/2017-07-04-rosiiska-propaganda-pro-podii-v-ukraini-tendentsii-20142016-rokiv/> (дата звернення: 5.01.2020).
105. Російська пропаганда у зоні конфлікту: соціологічне опитування. URL: <http://medialiteracy.org.ua/rosijska-propaganda-u-zoni-konfliktu-sotsiologichne-opytuvannya/> (дата звернення: 2.11.2020).
106. Сайт Донеччина ТВ. URL: <https://www.dtv.dn.ua/> (дата звернення: 18.01.2020).
107. Сайт МЗС РФ. URL: [http://www.mid.ru/ru/foreign\\_policy/official\\_documents/-/asset\\_publisher/CptICkV6BZ29/content/id/2542248](http://www.mid.ru/ru/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptICkV6BZ29/content/id/2542248) (дата звернення: 22.10.2020).
108. Сайт телеканалу РТ. URL: [russian.rt.com/ussr/article/365905-ukraina-isk-gaaga-rossiya?utm\\_source=smi2](http://russian.rt.com/ussr/article/365905-ukraina-isk-gaaga-rossiya?utm_source=smi2) (дата звернення: 19.10.2020).

109. Світова гібридна війна: український фронт / За заг. ред. В. П. Горбуліна. Національний інститут стратегічних досліджень. Київ: НІСД, 2017. 496 с.
110. Свобода слова та виклики для роботи журналістів в умовах збройного конфлікту в Україні. URL: <https://pen.org.ua/freedom/svoboda-slova-ta-vyklyky-dlya-roboty-zhurnalistiv-v-umovah-zbrojnogo-konfliktu-v-ukrayini/> (дата звернення: 13.10.2020).
111. Симоненко: Асоціація с ЕС уничтожит економіку України. URL: <https://telegraf.com.ua/biznes/ekonomika/870591-simonenko-assotsiatsiya-s-es-unichtozhit-ekonomiku-ukrainyi.html> (дата звернення: 9.10.2020).
112. СК России получены неопровержимые доказательства применения Вооруженными силами Украины оружия массового поражения. Следственный комитет РФ. URL: <https://sledcom.ru/news/item/1100662/> (дата звернення: 4.10.2020).
113. Спикер Госдумы РФ Нарышкин: в Новороссии идёт восстание против нацизма. URL: <http://rusvesna.su/news/1413290480> (дата звернення: 22.10.2020).
114. Стан та проблеми забезпечення державної інформаційної політики: зона проведення АТО та окуповані території. URL: [https://niss.gov.ua/sites/default/files/2016-12/AD\\_InfoStrat-8505e.pdf](https://niss.gov.ua/sites/default/files/2016-12/AD_InfoStrat-8505e.pdf) (дата звернення: 8.11.2020).
115. Тысячи жителей Донбасса зверски уничтожены карателями. URL: <https://rg.ru/2014/09/24/karateli-site.html> (дата звернення: 15.10.2020).
116. У РНБО кажуть, що за останніми кібератаками стоять росіяни. URL: <http://www.pravda.com.ua/news/2016/12/14/7129820/> (дата звернення: 8.11.2020).
117. Указ Президента Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про доктрину інформаційної безпеки України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#Text> (дата звернення: 10.11.2020).

118. Указ Президента України №96 від 15 березня 2016р. «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 27 січня 2016р. «Про стратегію кібербезпеки України». URL: <http://www.president.gov.ua/documents/962016-19836> (дата звернення: 9.11.2020).
119. Указ Президента України №133 2017 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)». URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1332017-21850> (дата звернення: 9.11.2020).
120. Украина объединяет «Правый сектор» и боевиков ИГИЛ. URL: <http://politrussia.com/world/ukraina-obedinyayet-natsistov-354/> (дата звернення: 5.11.2020).
121. Украина обязана принимать мигрантов из Африки и Ближнего Востока. URL: [https://kpu.ua/ru/82120/evrokomysyja\\_ukrayna\\_objazana\\_prynyumat\\_mygran\\_tov\\_yz\\_afryky\\_y\\_blyzhnego\\_vostoka](https://kpu.ua/ru/82120/evrokomysyja_ukrayna_objazana_prynyumat_mygran_tov_yz_afryky_y_blyzhnego_vostoka) (дата звернення: 8.11.2020).
122. Украина перешла под управление министров – иностранцев. КП. URL: <https://www.crimea.kp.ru/daily/3193847/26314/> (дата звернення: 2.11.2020).
123. Украина уже четвертый год безуспешно ищет виновных в делах Майдана. URL: <https://ria.ru/20180220/1514957475.html> (дата звернення: 17.10.2020).
124. Украине Крым не светит. URL: <https://rg.ru/2015/12/02/krim.html> (дата звернення: 2.11.2020).
125. Украина-российская кибервойна: невидимый фронт. URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/columns/2018/02/22/7172439/> (дата звернення: 7.11.2020).

126. Українці на експорт: британське рабство по європейському безвізу. URL : <https://politikus.ru/events/98239-ukraincy-na-eksport-britanskoe-rabstvo-po-evropeyskomu-bezvizu.html> (дата звернення: 3.11.2020).
127. Україна та проект «русского мира»: аналітична доповідь / С. І. Здіорук та ін.; Київ: НІСД, 2014. 80 с.
128. Уникання мови ворожнечі наблизить мир. URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/unikannya\\_movi\\_vorozhnechi\\_nablizit\\_mir/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/unikannya_movi_vorozhnechi_nablizit_mir/) (дата звернення: 12.11.2020).
129. Фейк: ВСУ обстріляли представителів ОБСЄ во время інспекції. URL: <https://www.stopfake.org/fejk-vsuoobstrelyali-predstavitelej-obse-vo-vremya-inspektsii/> (дата звернення: 7.11.2020).
130. Фейк: Міжнародні спостерігачі звинуватили українських силовиків в геноциді мирного населення. URL: <https://www.stopfake.org/fejk-mezhdunarodnye-nablyudateli-obvinili-ukrainskih-silovikov-v-genotside-mirnogo-naseleniya/> (дата звернення: 7.11.2020).
131. Хакслі О. Пропаганда в демократическому суспільстві. URL: <https://pub.wikireading.ru/hBIpPYVoM6> (дата звернення: 13.09.2020).
132. Центр дослідження ознак злочинів проти національної безпеки України, світу, безпеки людства і міжнародного правопорядку «Миротворець». URL: <https://psb4ukr.org/> (дата звернення: 10.11.2020).
133. Чорний список СБУ: кого і за що не пускають в Україну. URL: [https://lifestyle.24tv.ua/ru/chernyj\\_spisok\\_sbu\\_ukrainy\\_kogo\\_i\\_za\\_cho\\_ne\\_puskajut\\_v\\_ukrainu\\_n899623](https://lifestyle.24tv.ua/ru/chernyj_spisok_sbu_ukrainy_kogo_i_za_cho_ne_puskajut_v_ukrainu_n899623) (дата звернення: 18.10.2020).
134. Шангіна Л. «Русский мир» для України: російський і руський світи. Національна безпека і оборона. Київ, 2012. №5. С. 91 – 92.
135. Як відродити ТБ на Донбасі? Експерт «Дня» – про три основні загрози інформаційній безпеці сходу. URL: <http://www.day.kiev.ua/uk/article/media/yak-vidrodyty-tb-na-donbasi> (дата звернення: 17.11.2020).

136. Як політика формує новини: тенденції 2014-2017. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/19185/2017-06-30-yak-politika-formatue-novini-tendentsii-2014-2017-rr/> (дата звернення: 15.11.2020).
137. Якубова Л., Головка В., Приймаченко Я. Русский мир на Донбасі та в Криму: історичні витоки, політична технологія, інструмент агресії: аналітична доповідь. Київ: Інститут історії України, 2018. 227 с.
138. Яценюк – боевик. URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2015/10/22/66090-yatsenyuk-boevik> (дата звернення: 17.10.2020).
139. The new encyclopedia Britannica. Chicago. № 9. P. 122 – 128.
140. Benbow T. «Talking ‘Bout Our Generation? Assessing the Concept of Fourth-Generation Warfare». Comparative Strategy. New York, 2008: 163.p.
141. Cambridge learner’s dictionary . Cambridge University Press. Omnia Books Ltd. 2001. P. 415 – 423.
142. Evans M. From Kadesh to Kandahar: Military Theory and the Future of War. New York: Naval War College Review, 2003. 230 p.
143. Hoffman F. Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars. New York: Arlington, 2007. 164 p.
144. Hybrid Warfare: Fighting Complex Opponents From The Ancient World To The Present. Cambridge University Press; 8th Edition. 2012. 334 p.
145. In Eastern Ukraine, an information vacuum – and a debate over journalistic standarts. URL: <https://www.opendemocracy.net/en/odr/information-vacuum-ukraine/> (дата звернення: 15.11.2020).
146. Jacques E. Propaganda: The Formation of Men's Attitudes. New York: Vintage Books, 1973. 54 p.
147. Kuperwasser Y. Lessons from Israel’s Intelligence Reforms. Miami: The Saban Center for Middle East Policy at the Brookings Institute, 2007. 78 p.
148. Lanoszka A. Russian hybrid warfare a and extended deterrence in eastern Europe. International Affairs, 2016. Vol. 31. No 2. P. 56 – 57.

149. Lasswell H. The Theory of Political Propaganda. New York: The American Political Science Review, 1927. 627 p.
150. Libicki M. C. What is Information Warfare? Washington : National defense university, 1995. 121 p.
151. Maigre, M. Nothing New in Hybrid Warfare: The Estonian Experience and Recommendation for NATO. Policy Brief, 2015. No 9. P. 2 – 6.
152. NATO Strategic Communications Center of Excellence (StratCom COE), Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine. URL: [http://issuu.com/natostratcomcoe/docs/ukraine\\_research\\_natostratcomcoe\\_02](http://issuu.com/natostratcomcoe/docs/ukraine_research_natostratcomcoe_02) (дата звернення: 4. 10. 2020).
153. Newson, R. A. Counter-Unconventional Warfare Is the Way of the Future. How Can We Get There? Janine Davidson Blogspot: Defense in Depth. 2014. P. 13-14.
154. Qiao L. and Wang X. Unrestricted Warfare. Beijing: PLA Literature and Arts Publishing House, 1999. 228 p. URL: <https://www.oodalooop.com/documents/unrestricted.pdf> (дата звернення: 28.09.2020).
155. Snegovaya M. Russia Report I. Putin's Information Warfare in Ukraine. Soviet origins of Russia's Hybrid Warfare // Institute for the Study of War. Washington, 2015. P. 36 - 40.
156. The encyclopedia Americana. International edition Grolier Inc, 1998. № 22. P. 47 -78.
157. U.S. Government Accountability Office, Hybrid Warfare URL: <http://www.gao.gov/products/GAO-10-1036R> (дата звернення: 26.09.2020).