

ІНСТИТУТ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

КАФЕДРА ВНУТРІШНІХ КОМУНІКАЦІЙ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

капітана 3 рангу
ПАЩЕНКО
Андрія Валерійовича

Тема: “Вдосконалення захисту особового складу військ (сил) від негативного впливу російської пропаганди в умовах російсько-української війни”.

Керівник -- кандидат філософських наук,
доцент Віктор МУЛЯВА

(підпис)

“ ____ ” _____ 2024 року

До захисту допускається.

Начальник кафедри -- кандидат психологічних наук, доцент
полковник Олександр КОВАЛЬЧУК

(підпис)

“ ____ ” _____ 2024 року

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....		3
ВСТУП.....		4
РОЗДІЛ 1. ЗАСАДИ, РІЗНОВИДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ ЯК ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ ЗБРОЇ У ВІЙНІ ПРОТИ УКРАЇНИ.....		9
1.1	Сутність, різновиди та особливості пропаганди в умовах війни.....	9
1.2	Аналіз основних напрямів російської пропаганди щодо негативного впливу на Україну	18
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ, ОСНОВНІ НАРАТИВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ПІДРИВНОЇ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ ПРОТИ ВІЙСЬК (СИЛ) ТА НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....		28
2.1	Сучасна російська пропаганда: сутність, особливості та основні цілі в умовах російсько-української війни.....	28
2.2	Головні наративи негативного впливу російської пропаганди в ході російсько-української війни.....	37
РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМИ, ШЛЯХИ ТА ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОСИЛЕННЯ ЗАХИСТУ ОСОБОВОГО СКЛАДУ ВІД НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ ВОРОЖОЇ ПРОПАГАНДИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....		51
3.1	Організація, напрями та сучасні шляхи вдосконалення захисту населення та ЗС України від негативного впливу російської пропаганди..	51
3.2	Практичні рекомендації особовому складу по захисту від негативного впливу російської пропаганди в умовах російсько-української війни.....	60
3.3	Досвід організації захисту від російської пропаганди в Європейському союзі та можливості використання західних медіа.....	69
ВИСНОВКИ.....		76
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....		82

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ:

РУВ	_ російсько-українська війна
РП	– російська пропаганда
ПР	– пропаганда
ІПВ	– інформаційно-психологічний вплив
ЗСУ	– Збройні Сили України
ЗС	– Збройні Сили;
МО	– Міністерство оборони України;
МПЗ	– морально-психологічне забезпечення;
ГШ	– Генеральний штаб Збройних Сил України
ГК	– Головнокомандувач Збройних Сил України
ЗМК	– засоби масової комунікації
РНБО	– Рада національної безпеки і оборони;
ЗМІ	– засоби масової інформації
США	– Сполучені Штати Америки;
СВ	– Сухопутні війська;
рф	– російська федерація
ЗНВ	– захист від негативного інформаційно-психологічного впливу
ІПВ	– інформаційно-психологічний вплив
ІБ	– інформаційна безпека

ВСТУП

Актуальність теми. Перманентна ескалація усіх складових гібридної війни РФ проти України за роки її незалежності перетворило інформаційну сферу на ключову арену протистояння. Саме проти України російська пропаганда постійно використовує найновіші інформаційні технології впливу на свідомість і поведінку громадян, спрямовані на розпалювання національної і релігійної ворожнечі, пропаганду своєї агресивної політики, зміну конституційного ладу насильницьким шляхом, порушення суверенітету і територіальної цілісності України.

Комплексний характер актуальних загроз національній безпеці в інформаційній сфері потребує визначення інноваційних підходів до формування системи захисту та розвитку інформаційного простору, особливо зараз, в умовах жорсткої повномасштабної російсько-української війни.

Саме під час війни РП значно посилила свої спеціальні інформаційні операції, що відкрито спрямовані на руйнування національної безпеки України, її національних інтересів, провокування проявів екстремізму, панічних настроїв у суспільстві, загострення і дестабілізацію суспільно-політичної та соціально-економічної ситуації в Україні, ліквідацію української державності та знищення української ідентичності,.

Сучасна війна Росії з Україною — це війна нервів навіть більшою мірою, ніж війна ракет і танків. Агресор використовує всі доступні засоби, аби прискорити результат, найбільш вигідний для нього: капітуляцію. Над інформаційно-психологічними операціями проти України працює величезна кількість російських спеціалістів. Поки військові ведуть бій на землі та в повітрі, посилюється атака особового складу в інформаційному просторі.

Наразі головний плацдарм інформаційного наступу РП вже не в телебаченні, де домінує українська інформація, а в інтернеті, зокрема, в соціальних мережах. Нещодавнє соціологічне дослідження показало, що вони стали головним джерелом новин для більшої частини українців[5]. Тож головні інформаційні акції та операції РП зараз розгортаються в фейсбуку, твітері, інстаграмі, телеграмі та на інших платформах, якими користуються українці. Налякані, емоційно виснажені, дезорієнтовані в ЗМК люди — перша, найлегша мішень для негативного ПІВ російської пропаганди.

З початком відкритої збройної агресії РФ проти України значно зросла увага науковців та медіапрактиків до питань організації та здійснення захисту населення та особового складу ЗС України від негативному впливу РП. Вже в ході війни ухвалено ряд спеціальних законів та указів Президента України з вирішення проблем такого захисту [33,34,35,35, 40,41]. Особливо треба відмітити укази Президента України про створення Центру протидії дезінформації(ЦПД) [35], затвердження Положення про цей Центр [36] та випуск Посібника з протидії дезінформації [39]. НДЦ гуманітарних проблем ЗС України випустив розлогий збірник з критичним аналізом 100 брехливих російських наративів про російсько-українську війну [31]. Заслужують уваги дослідження Л. Кочубей щодо напрямів й інструментів захисту українського інформаційного поля [25], В. Гусарова щодо першочергових кроків протидії інформаційному тиску Кремля [15], виконана науково-дослідна робота в Національному університеті оборони України [48] та випущений навчальний посібник В. Муляви по системі захисту військ (сил) від негативного інформаційно-психологічного впливу [30], праця Р.Шутова з дослідження ролі російської пропаганди в українському інформаційному полі [54]. Однак проблема прискороного формування ефективної, адекватної величезному монстру РП, системи вітчизняної наступальної контрпропаганди ще далеко не відповідає вимогам затяжної РУВ.

При цьому процес подальшої розбудови та діяльності структур захисту від негативного ІПВ РП виявив і низку проблемних питань, які і визначили актуальність обраної магістерської роботи:

з початком війни зримо проявилась відсутність дієвої системи інформаційної безпеки України: слабкість вертикалі управління, недостатність сил і засобів, координації можливостей захисту від РП силами оборони України та вітчизняних медіа;

у ЗС України (існуючій системі внутрішніх комунікацій) недостатньо враховано значне зростання ролі пропаганди під час сучасної війни, пріоритетність інформаційної складової «гібридної війни» росії проти України;

відсутність реального моніторингу постійного нарощування сил і засобів, видозміни форм, методів, наративів та месіджів підривної російської пропаганди проти ЗС та населення України в умовах ведення РУВ;

несформованість цілісної системи захисту військ (сил) від негативного ПІВ РП, недостатність та недосконалість її нормативно-правової бази. В МО, ГШ та апараті ГК ЗС України існує ряд структур, які так чи інакше дублюють (декларують) завдання такого захисту без об'єднання зусиль;

державі та ЗС критично бракує системи підготовки фахівців контрпропаганди, методологій та дієвих методик її проведення ;

практично не ведеться вивчення та врахування ефективного зарубіжного досвіду захисту військ і населення від негативного ПІВ РП.

Об'єктом дослідження є організація та здійснення негативного впливу російської пропаганди проти військ (сил) та населення України в умовах РУВ.

Предметом дослідження є розробка шляхів вдосконалення та методичних рекомендацій щодо посилення захисту особового складу військ (сил) від негативного впливу ворожої пропаганди в умовах російсько-української війни.

Мета магістерської роботи – на підставі дослідження організації та здійснення підривної російської пропаганди у війні проти України розробити основні шляхи вдосконалення та методичні рекомендації щодо посилення захисту особового складу військ (сил) від її негативного впливу

Мета магістерської роботи була реалізована шляхом виконання шляхом виконання наступних **часткових наукових завдань**:

1. Проаналізувати засади та особливості сучасної російської пропаганди як інформаційно-психологічної зброї у війні проти України.

2. Дослідити організацію, основні наративи та особливості здійснення підривної російської пропаганди проти військ (сил) та населення України в умовах РУВ.

3. Розробити основні напрями і шляхи вдосконалення та методичні рекомендації щодо посилення захисту особового складу військ (сил) від негативного впливу ворожої пропаганди в умовах російсько-української війни.

4. Визначити можливість використання досвіду протидії російській пропаганді в європейському союзі та західних медіа.

Теоретико-методологічною базою дослідження в магістерській роботі склали: принципи історизму, всебічності, системності; загальнонаукові методи: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, комплексний підхід до аналізу РП;

порівняльно-історичний та логічний методи - дослідження організації РП та захисту від її негативного ППВ в історичному контексті та конкретній обстановці РУВ; методи емпіричного дослідження: спостереження, порівняння, метод статистики, соціологічні опитування для визначення, стану та тенденцій негативного ППВ; спеціальні методи: експертних оцінок, контент-аналіз керівних документів. аналіз незалежних характеристик, використання результатів соціологічного опитування.

Наукова новизна магістерської роботи

У межах дослідження висунуто низку положень, які конкретизують наукову новизну магістерської роботи і виносяться на захист:

вперше зібрані та систематизовані конкретні рекомендації безпосередньо особовому складу по особистісному захисту від негативного впливу РП в умовах РУВ (щодо сприйняття, оцінки та використання інформації з інтернет - ЗМІ та вербальної комунікації);

набули подальшого розвитку теоретичні положення щодо сутності та особливостей здійснення пропаганди в умовах ведення війни (уточнено зміст низки понять, показано зміни функцій, форм і методів);

здійснено комплексний аналіз особливостей сучасної РП - оновлення її завдань, організаційно-структурних змін, форм і методів здійснення в умовах РУВ (застосування нейролінгвістичних психотехнологій, тролінгу, сутєстивного впливу), зібрано та систематизовано більшість наративів, які використовуються нею щодо РУВ.

визначено актуальні проблеми та розроблено сучасні шляхи вдосконалення захисту населення та особового складу ЗС України від негативного впливу РП в умовах РУВ;

оновлено та узагальнено досвід організації захисту від впливу РП в Європейському союзі та можливості використання для цього західних медіа.

Практичне значення отриманих результатів визначається сукупністю викладених у роботі теоретичних та практичних положень, висновків та рекомендацій, які спрямовані на розвиток теорії політичної комунікації, ведення інформаційної боротьби, розширення поточної нормативно-правової бази та підвищення ефективності системи інформаційної безпеки держави щодо удосконалення організації та здійснення заходів захисту військ (сил) від

негативного впливу РП на усіх рівнях військового управління в умовах РУВ.

Матеріали магістерської роботи можуть бути використані і в освітньому процесі усіх рівнів підготовки фахівців з питань стратегічних та внутрішніх комунікацій, в першу чергу з проблем інформаційної боротьби та контрпропаганди у військових навчальних закладах та різних курсах підготовки

Апробація основних положень магістерської роботи здійснювалась під час занять з дисциплін “Морально-психологічного забезпечення діяльності військ (сил)” та «Сучасні суспільно-політичні процеси», обговорювалась на науково-практичних семінарах гуманітарного інституту та інституту стратегічних комунікацій Національного університету оборони України, інших науково-практичних семінарах та конференціях за участі магістранта.

Основні положення магістерської роботи викладені в наступних авторських публікаціях

1. Пащенко А. Способи протидії військ (сил) негативному інформаційно-психологічному впливу. // Збірник матеріалів науково-практичного семінару «Система морально-психологічного забезпечення у ЗС України: уроки російсько-української війни» (Київ, 24 листопада 2022 року.- Київ,: НУОУ. 2022. С.76-79.

2. Пащенко А. Концепція інформаційної безпеки України та її актуальність у сучасних умовах. // Збірник матеріалів науково-практичної конференції «Філософсько-соціологічні та психолого педагогічні проблеми підготовки особистості до виконання завдань в особливих умовах» (Київ, 1 грудня 2022 року.- Київ,: НУОУ. 2022. С.115-117.

3. Пащенко А. Методи, засоби та технологічні прийоми інформаційних війн в сучасних умовах

4. Пащенко А. Аналіз основних напрямів негативного впливу російської пропаганди щодо України в сучасних умовах // Збірник наукових праць інституту стратегічних комунікацій №5.- Київ,: НУОУ. 2024. С.131-143

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, 3 розділів, 7 параграфів, висновків та списку використаних джерел (61 наім.), загальний обсяг роботи 89 с.

РОЗДІЛ 1. ЗАСАДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ ЯК ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ ЗБРОЇ У ВІЙНІ ПРОТИ УКРАЇНИ

1.1 Сутність, різновиди та особливості пропаганди в умовах війни

Сутність пропаганди Слово «пропаганда» походить від латинських слів pro – «для», «на користь» та paganus – «язичник, сільський житель, простий, невчений», propagatio – «розповсюдження, розширення меж» [26, с. 225]. Отже, етимологічно слово «пропаганда» означає розповсюдження деякої інформації серед простих, невчених людей.

Propaganda дослівно – «яка підлягає поширенню (віра)», від лат. Propago – «поширюю») – форма комунікативної взаємодії, яка спрямована на поширення фактів, аргументів, чуток та іншої інформації для впливу на громадську думку на користь певної громадської справи чи громадської позиції» [52, с. 201].

Термін пропаганда почав використовуватися з 1622 року у релігійному контексті, «коли Ватикан створив Конгрегацію пропаганди віри» [20]. Але у сучасному політичному розумінні пропаганда набула значення у період Першої світової війни. Засобам масової комунікації приписувались майже безкрайні можливості впливу. Ідея могутності ЗМІ походить з агітаційної діяльності засобів масової інформації у період Першої світової війни. За їх допомогою аудиторія піддавалась досить ефективній воєнно-політичній пропаганді та агітаціям з боку держави.

Сьогодні не існує однозначного підходу до визначення цього явища. Визнання поняття «пропаганда» надається практично в усіх енциклопедичних словниках, які повною мірою розкривають сутність цього процесу. Майже всі джерела зазначають, що, на відміну від об'єктивного подання інформації, пропаганда подає насамперед інформацію, спрямовану на спеціальний цілеспрямований вплив на аудиторію. часто використовує емоційні повідомлення, а не раціональні відповіді на подану інформацію.

Тому в магістерській роботі автором пропонується уточнити (осучаснити), дати своє трактування поняття пропаганди - це навмисні, систематичні зусилля змінити сприйняття, маніпулювати когніцією та

спрямувати соціальну поведінку з метою досягнення реакції, яка веде до поставленої пропагандистом мети. Пропаганда не примушує, а радше переконує та маніпулює мотиваційним середовищем поведінки людей. Пропаганда об'єднує мислення, оцінні судження та реакції людей, перетворюючи суспільство на монолітну масу з деформованою правосвідомістю та тоталітарною культурою [49, с. 83].

Генеральна Асамблея ООН у своїй резолюції «Заходи, які необхідно вжити проти сприяння та розпалювання війни» непрямо тлумачить термін «пропаганда війни» та зазначає, що «засуджує будь-яку форму пропаганди війни», має мету або здатність загрожувати миру або заохочувати війну, порушувати мир або брати участь в акті агресії». Так, Організація Об'єднаних Націй визначила, що пропаганда війни спрямована на створення загрози миру, його порушення чи акту агресії та може проявлятися в різних формах [45].

Важливими чинниками пропаганди є наступні положення: комунікація має лінійну структуру і є спостережуваним лінійним процесом, не враховується реакція одержувача інформації, оскільки вона визнається універсальною.

Кількісний контент-аналіз у пропаганді є найбільш прийнятним методом дослідження. Адже цей підхід розглядає пропаганду як комунікаційний процес, який однаково впливає на всіх, хто піддається йому. Цим пояснюється ефективність пропаганди як інструменту впливу на людей, їх свідомість і погляди.

Будь-яка пропаганда спрямована на початок практичної роботи. Пропагандисти сприяють створенню комунікативних зв'язків з місцевим населенням і спонукають його до активної співпраці. Без такої співпраці, насамперед окупаційна система, не може довго залишатися ефективною. Комплекс відносин між окупантом і окупованим населенням у всіх сферах життя складає суть явища колабораціонізму.

Пропаганда в основному здійснюється за допомогою засобів масової комунікації, у формі яких вона має вигляд спонукального впливу, але насправді переважно актуалізується за допомогою методу психологічного навіювання, що зводиться до безпосереднього введення певної розумової

інформації. Сказане від однієї до іншої людини, що відбувається без участі волі сприймаючої особи, а часто навіть без ясної свідомості [10, с. 638].

Основні елементи пропагандистського процесу: його а) суб'єкт (соціальна група, чий інтереси виражаються за допомогою пропаганди), зміст, форми і методи, засоби або канали пропаганди (радіо, телебачення, преса, система лекційної пропаганди тощо), б) об'єкт (пропаганда щодо цільових аудиторій чи соціальних спільнот). Для розуміння процесу пропаганди вирішальне значення мають соціальні інтереси його суб'єкта, їх співвідношення з інтересами суспільства в цілому та окремих груп, на які він спрямований. Це визначає її зміст і впливає на вибір форм, методів і засобів пропаганди.

Основною психологічною метою пропаганди є вплив на систему ідеологічних, соціальних і політичних відносин людей, які можуть бути змінені шляхом формування нових відносин або посилення (послаблення) існуючих відносин.

Крім того, слід відзначити ефективність пропаганди для дітей, яка підвищується внаслідок онтогенезу їх віку та підвищеної емоційності сприйняття, а ступінь шкоди слід оцінювати як прямий негативний вплив інформації на свідомість дитини, як дія, визначена періодом, що впливає на її психофізичне здоров'я та емоційний стан, формування її особистості, створює основні закономірності на майбутнє. Тому питання протидії негативним інформаційним впливам на дитину слід розглядати не лише з позиції інформаційної безпеки особистості, а й як елемент національної безпеки держави [42, с. 198].

Якщо доросла людина має стійкі життєві принципи та цінності, керується усталеними морально-правовими нормами, має в своєму арсеналі розвинену систему балансування проти негативних інформаційно-психологічних впливів, то дитина перебуває на етапі їх формування, отже, вона є незахищеною від різного роду негативних інформаційних впливів. Тому вплив пропаганди на свідомість дітей слід розглядати у двох аспектах: прямий негативний вплив інформації на свідомість дітей, як вплив на їх психофізичне здоров'я та емоційний стан; як її ефект, зумовлений часом, тобто як вплив негативних інформаційних впливів на формування особистості, встановлення основних

закономірностей майбутнього [42, с. 200]. І це не лише питання інформаційної політики, інформаційної безпеки дитини, а й виклик національній безпеці держави.

Отже, пропаганда – це маніпулятивна форма комунікації, сформована за певною технологією для зміни позиції суб'єкта в цільовій аудиторії чи в суспільстві в цілому, його цінностей, думок, поведінки та переконань, поширення знань, фактів, чуток і символів з метою зміни обмеженого кола осіб у бажаному напрямку. Пропаганда характеризується захопленням і подальшою активізацією своїх прихильників, а також збільшенням їх кількості, забезпеченням своєї переваги в діалозі за допомогою напівправди або неправдивої інформації.

Різновиди пропаганди та їх характеристика. Протягом усієї історії свого розвитку людство постійно вдосконалювало різноманітні технології пропаганди. При цьому, можна виділити низку особливостей, які визначали ці зміни. Залежно від рівня розвитку комунікацій, у суспільстві домінував той чи інший канал пропагандистського впливу. При проведенні інформаційних війн використовують три основні *форми її ведення*:

- пропаганда безпосередня: контролюючи орієнтацію переконань соціальної аудиторії та її поведінкові відносини, пропагандистські технології виступають як високо емоційно насичений засіб передачі інформації. Глибоким символічним змістом просякнуті методи запобігання перевазі емоційної форми над змістом пропаганди;

- «джинса»: також «прихована реклама», «іміджева реклама» тощо. Це і пропаганда, і реклама, і PR. Але в будь-якому випадку він обов'язково замовний, оплачуваний, з завдяки певній анонімності, неупередженості, він надійніший за просте пропагандистське чи рекламне повідомлення;

- паблісіті: пропагандистське повідомлення не створюється і не замовляється, а скоріше «виготовляється» за допомогою новин, які мають право на самостійне життя;

- пропаганда 2.0: максимально «приховати» інформацію, яка використовується в організації кампаній, до населення, масової свідомості та громадської думки. Засоби створення ідеологічного посилу практично безмежні: архітектура, театр, музика, спорт, одяг, зачіски можуть виражати політичну думку, а також можуть бути показані публіці у вигляді спалення книг, самогубств і тероризму. Повітряне бомбардування цивільного населення, яке стало загальною рисою сучасної війни, часто трактується як комунікативна акція, а не військова [38].

У сучасному світі пропаганда поділяється на такі види класифікації:

- чорна пропаганда приховує справжнє джерело певної інформації та використовує інше як «першоджерело»;
- сіра пропаганда – поширення певної інформації без певного джерела чи автора;
- позитивна пропаганда – головна мета – зміцнення соціальної злагоди, виховання людей відповідно до сучасних цінностей для розвитку суспільства тощо. тип пропаганди, який існує і не має на меті маніпулювання людьми;
- негативна пропаганда – це тип, який більшість людей асоціює зі словом «пропаганда». Її завдання, на думку В. Лизанчука, «розпалювати соціальну ворожнечу, розпалювати соціальний конфлікт, загострювати протиріччя в суспільстві, пробуджувати елементарні інстинкти людей тощо» [18, с. 21]. Така пропаганда використовується в тоталітарних державах для контролю над громадянами, а під час війни – для дезінформації ворожого населення та залучення його до військових формувань .

У науковій літературі виділяють такі **види пропаганди**:

- офіційна пропаганда – пов'язана з використанням супутніх технологій і є офіційно оголошеною метою суб'єкта інформаційної політики (державної, партійної тощо);
- неофіційна кампанія – ґрунтується на використанні інформаційних технологій, що забезпечують просування на політичному ринку, а також негласно сформульованих суб'єктом інформаційної політики завдань і цілей (тому є таємною);
- пряма пропаганда – відкриті заяви, заклики, відверта критика опонентів тощо. використовує;

- непряма пропаганда – різноманітні підтексти, приховані натяки тощо. опосередковано впливає на аудиторію через використання вбудованих технологій;
- пропаганда засобами мистецтва – спрямована на створення системи суб'єктивного схвалення, внутрішньої прив'язки, ідейної прив'язки людей до певних доктрин, понять чи цілей за допомогою літератури, музики,
- монументальної архітектури, живопису, графічних засобів та ін.;
- наукова пропаганда – ґрунтується на наукових концепціях і доктринах, здійснюється з використанням висновків і рекомендацій, що випливають з їх змісту;
- ідеологічна пропаганда – включає пропаганду певної системи цінностей, формування «національних ідей», загальних цілей, спрямованих на інтеграцію всього суспільства чи окремих політичних груп, спільнот та інших;
- справжня пропаганда є масовим об'єктом, призначеним для взаємодії з широкою соціальною аудиторією і потребує спеціальних структур, інститутів та механізмів поширення інформації: ЗМІ, спеціальних агентств тощо. включає використання;
- осьова пропаганда – розрахована на роботу з вузькою, спеціально відібраною частиною населення [8, с. 36].

Зазвичай *критеріями ефективності пропаганди* є:

- наявність центральної тези, релевантної цільовій аудиторії;
- легкість розуміння пропагандистського тексту цільовою аудиторією;
- складність контрпропаганди чи критики (обґрунтованість і узгодженість доказової бази та аргументів) [49, с. 83].

Проте в сучасних умовах цього може бути недостатньо. Тому послідовність форматів системного політико-психологічного впливу на маси зазвичай реалізується як цілісно-циклічна структура, де пов'язані один з одним політичний маркетинг, позиціонування, політична реклама, PR, пропаганда та агітація як «сфера впливу»

Типології пропаганди також поділяються відповідно до: сфери життєдіяльності суспільства; можливих наслідків; встановленої мети; напрямлення сигналів зв'язку; мотивів спілкування; ідентифікації джерела; оперативного реагування на події; інтенсивності використання; соціальної

організації; особливостей кодування та декодування інформації; масштабів дій; залежно від характеру впливу в «територіальному» напрямку [19, с. 152].

Крім того, *пропаганда також поділяється* на: умовно наукову пропаганду, освітню пропаганду, культурну пропаганду, соціальну пропаганду, військову пропаганду, релігійну пропаганду, економічну пропаганду, екологічну пропаганду, політичну пропаганду, спортивну пропаганду, пропаганду здорового способу життя, пропаганду художніх творів, громадську пропаганду ініціативи тощо [56, с. 152].

За метою впливу пропаганду поділяють на:

- пропаганда створення: покликана переконати в необхідності побудови чогось нового (інституту, суспільства), пропонує приєднатися до процесу. не завжди позитивні;
- пропаганда руйнування: переконує нас, що є ворог, який планує щось проти нас, не зовсім негативний;
- пропаганда розколу. Розпалює ворожнечу, переконує, що «ми не такі як вони». Лише під час локальних військових дій чи воєн така пропаганда виконує позитивну функцію;
- сприяння залякуванню – переконує потенційного супротивника у своїй економічній силі. впливати на внутрішню аудиторію;
- пропаганда безнадійності: підкреслює безвихідність потенційного супротивника, змушує його здатися. не використовується для впливу на власний народ;
- пропаганда мужності: закликає до єдності навколо певних цінностей, допомагає легко долати труднощі, наводить приклади, які варто спробувати. зазвичай має позитивний характер;
- сприяння освіти: виконує інформаційну функцію, тобто інформує населення про діяльність різних рівнів управління, рекламує спосіб життя. Така кампанія залежно від обставин може бути як негативною, так і позитивною [37, с. 130].

У сучасних умовах неможливо описати всю сукупність *пропагандистських методів маніпулювання*, оскільки вони дуже різноманітні та включають цілий комплекс спеціальних прийомів, методів і технологій. *Найпоширенішими з них є:* систематичне викладення суспільних міфів, фальсифікація фактів, розповсюдження брехні та наклепу, подрібнення

інформації та необ'єктивне її коментування, а також використання спеціальних методів формування ілюзорної свідомості («напівправди», «мимохідь», «чужа влада» тощо), показ людей у невідповідних ракурсах, використання фотомонтажу, який спотворює реальність з метою компрометації опонентів, використання складних маніпулятивних технологій тощо [14, с. 103].

У сучасному суспільстві мас-медійна пропаганда базується на певних «цінностях» і соціальних образах, політичних міфах та ілюзіях, які концентруються у свідомості людей у вигляді системи певних спрощених

В останні роки вчені і політики по всьому світу почали усвідомлювати, що соціальні мережі – потужний механізм впливу, який можна набагато ефективніше використовувати для маніпуляції громадською думкою, ніж традиційні медіа – телебачення, радіо та друковані видання. Недавно ІТ-фахівці розкрили особливу методику передачі і поширення інформації через Twitter, яка допомогла їм перемогти в конкурсі «Мережевий виклик» DARPA. Автори публікації відкрито стверджували, що подібний прийом можна використовувати для координування в соціальних мережах дій активістів під час революції або для дезінформації противника.

Таким чином, форми пропагандистського впливу поділяються на пряму пропаганда як така, «джинса», пабліситі, пропаганда 2.0. Найчастіше виділяють такі види пропаганди: чорна пропаганда – це маскуванню правдивого джерела в певній інформації та використання іншого як «першоджерела»; сіра пропаганда – це поширення певної інформації без визначеного джерела чи автора; позитивна пропаганда – це той тип пропаганди, де основною метою є сприяння соціальній гармонії, вихованні людей за сучасними цінностями задля розвитку суспільства та не має цілі маніпуляції людьми; негативна пропаганда – це той тип, який більшість з людей і асоціює зі словом «пропаганда». В цьому аспекті засоби масової інформації як один із ключових елементів цивілізаційного та соціокультурного розвитку людства завжди мали пропагандистську природу.

Особливості пропаганди в умовах війни

Пропагандистська як складова інформаційна війна працює як допоміжний механізм збройної боротьби. У минулому можна було

спостерігати, як інформація трансформувалася з функції інформування населення в ідеологічну функцію.

Таким способом пропагандистський метод вперше був використаний під час Першої світової війни. Але на той час це було інформативно, і джерело новини не приховували. Проте вже під час Другої світової війни почала використовуватися «чорна пропаганда»: приховувалося джерело повідомлення, інформація була неповною або недостовірною, пропаганда стала набувати багатофункціонального характеру. У післявоєнний радянський період активно формувалися досить масштабні інформаційні кампанії, а суто пропаганда займала практично весь офіційний інформаційний простір.

Наразі при переході до інформаційного суспільства сформувалося підґрунтя для ведення нового типу війни, що впливає на суспільну свідомість, – суто інформаційної війни (як окремої стратегії впливу). головним із завдань цієї війни стало відірвати суспільну свідомість від реальності, змусити людей діяти в віртуальному полі інтересів інших людей.

Так, наприклад, під час війни в Перській затоці строго контролювалося інформаційне забезпечення воєнних дій. Опитували лише спеціально відібраних респондентів. Була мінімізована кількість повідомлень про жертви та постраждалих. Поширення інформації про хід бойових дій піддавалося суворій цензурі. Ефірний час, наданий суперникам, обмежений. Ефективність дезінформації в ЗМІ дозволила приховати час початку операції [14, с. 105].

Щодо воєнної кампанії в Югославії, то перед початком бойових дій була проведена потужна пропагандистська кампанія, спрямована на формування у населення західних країн відповідного противника та моральну підтримку воєнного втручання. Інформаційний вплив на населення відбувався з одного офіційного джерела. В результаті вдалося створити сприятливе інформаційно-психологічне середовище навколо воєнних дій в Югославії [13, с. 53].

З 2014 року Україна перебуває у військовому конфлікті, а з 24.02. 2022 року фактично у стані війни з Росією, складовою якої є загострення «гібридної війни» з використанням різноманітних інформаційно-комунікаційних технологій. При цьому, незважаючи на значні втрати особового складу, населення, території, інформаційного простору, економічних активів тощо, у нашій державі необхідний стан національної інформаційної безпеки не

повністю реалізувався, що призводить до ще більших людських і матеріальних втрат у масштабній війні з росією.

В умовах загострення «гібридної війни» бойові дії ведуться із застосуванням спеціальної російської пропаганди як інформаційно-психологічної зброї, що спрямована на розкол та дискредитацію, деформацію певні поглядів частини політичних діячів на власний народ і світову спільноту, спроб проведення маніпулятивних заходів для формування негативних стереотипів і руйнування масової патріотичної свідомості тощо [13].

У медіа-кампаніях, зокрема під час російсько-грузинської війни, використовуються добре перевірені та перевірені раніше методи та прийоми:

- однобічність трансляції (телебачення показує лише страждання російськомовного населення і жахає жорстокістю українських солдатів);
- інформаційна блокада (перекриття в'їзду журналістам неросійських видань у зону конфлікту);
- надання неправдивої інформації та маніпулювання фактами (росіяни спотворюють громадську думку, використовуючи брехню, фейки, підмінюючи картини та довільно трактуючи війну в Україні);
- замовчування незручних для РФ подій;
- упереджений відбір/відбір «свідків подій»;
- активне використання можливостей Інтернету для ведення інформаційної війни: інтернет-форуми, жарти та анекдоти про українців тощо[26, с.120].

За метою впливу пропаганду поділяють на пропаганду створення; пропаганду руйнування; пропаганда роз'єднання; пропаганда залякування; пропаганда відчаю; пропаганда героїзму; пропаганда просвітництва.

1.2. Аналіз основних напрямів російської пропаганди щодо негативного впливу на Україну

Актуальність цієї теми напряму пов'язана із застосуванням російською пропагандою сучасних інформаційних технологій впливу на свідомість, спрямованих на всебічну підтримку порушення суверенітету і територіальної цілісності у широкомасштабної агресивної війни проти України, розпалювання національної і релігійної ворожнечі, зміну конституційного ладу насильницьким шляхом. В сучасних умовах іде активне перетворення інформаційної сфери на

ключову арену протиборства, активний розвиток форм, способів, технологій і методів впливу на психіку людини; постійне посилення загроз у зв'язку із застосуванням росією технологій гібридної війни проти України. Разом з тим у ЗС України недостатня організація протидії негативному психологічному впливу, насамперед, з боку РП, на військовослужбовців та суспільство в цілому.

Аналізом основних напрямів, які використовуються в сучасній російській пропаганді проти України займались досить багато дослідників. Одним з найважливіших джерел є дослідження, які проводять різні міжнародні та українські експерти з проблем пропаганди та дезінформації. Наприклад, Л.Белкін провів комплексне дослідження методів антиукраїнської російської пропаганди в інформаційних війнах проти України. Професор Львівського університету П. Бурковський провів аналіз тенденцій російської пропаганда щодо подій в Україні починаючи з 2014 року [3] Монографія "Особливості технологій політичної пропаганди" відомого дослідника РП Д. Павлова розглядає роль медіа в сучасних конфліктах та способи, якими Росія використовує дезінформацію для досягнення своїх цілей [32].

В роботі П. Гетьманчука "Гібридна війна Росії проти України: інформаційний аспект". досліджуються різні форми гібридної війни Росії проти України, включаючи пропаганду та дезінформацію [11, С. 296-307]. Дослідження, проведені українськими науковцями також надають корисну інформацію про негативний інформаційний вплив росії в умовах війни проти України. У монографії В. Лизанчука "Просвітницька і маніпулятивна пропаганда в умовах нинішньої російсько-української війни". розглянуті різні методики російської пропаганди та її вплив на суспільство [23].

Пропаганда - це система методів та прийомів впливу на свідомість та поведінку людей з метою досягнення її суб'єктами певних політичних, соціальних та економічних цілей. Російська пропаганда щодо України заснована на широкому використанні різноманітних методів, насамперед, таких як дезінформація, маніпулювання, імітація та створення альтернативної реальності.

Загалом, проведений автором огляд літератури показує, що російська пропаганда щодо України базується на різних підходах, включаючи залучення медіа, соціальних мереж, дезінформації та інформаційної війни. Ключові цілі російської пропаганди полягають у формуванні негативного образу України,

створенні позитивного образу Росії, дискредитації української влади та підтримці проросійських сил в Україні. У цьому процесі використовуються різні технології, включаючи підробку інформації, маніпулювання емоціями та формування альтернативних реалій [22, с.3].

Першим з найбільш поширених напрямів російської пропаганди щодо України є створення альтернативної реальності, в якій Україна зображується як незаконна, нестабільна та несприятлива для життя країна. Російські ЗМІ, насамперед, телеканали RT та Sputnik, а також кремлівські веб-сайти, неперервно створюють та поширюють фейкові новини та дезінформацію про Україну, щоб спотворити реальну картину подій [8].

Дуже часто, в різноманітних інтерпретаціях, створили та розвивають російські ЗМІ поширюють зображення України як країни, де переважає хаос та насильство, де права людини порушуються, а економічна ситуація є катастрофічною. Вони також створюють ілюзію про те, що російська анексія Криму та війна на сході України є наслідком "дикого заходу" України та її прокремлівської влади [9, с.33].

Другий основний напрям російської пропаганди щодо України - це використання дезінформації та маніпулювання інформацією з метою вплинути на українське суспільство та змінити його погляди на актуальне питання. Російська пропаганда поширює фейкові новини, вигадані історії та зловживає термінологією, щоб спотворювати реальну картину подій.

Наприклад, російські ЗМІ використовують терміни "нацистський режим" та "бандерівські вбивці", щоб описати українську владу та її підтримувачів, намагаючись створити враження, що Україна є країною фашистів та націоналістів. Російські ЗМІ також вигадують фейкові історії про події в Україні, наприклад, що українські війська вбивають цивільних на сході країни, або що українці відкидають свою національну ідентичність [9, с 57].

Третій напрям російської пропаганди щодо України - це підтримка "проросійських" сил в Україні. Російська пропаганда використовує свої засоби масової інформації, а також інтернет-форуми та соціальні мережі, щоб сприяти поширенню проросійських ідей та підтримки політиків, які підтримують Росію.

Наприклад, російські ЗМІ підтримують політиків, які виступають за більш тісні відносини з Росією, а також пропагандують ідеї федералізації України,

зменшення ролі української мови та культури, і встановлення "сприятливих" відносин з Росією. Ці ідеї далі поширюються серед українського населення за допомогою соціальних мереж та інтернет-форумів. При цьому російська пропаганда часто намагається зображати "проросійських" політиків як героїв та мучеників, які борються за свої права та свободи, і які стикаються з насильством та репресіями з боку української влади.

Четвертий напрям російської пропаганди щодо України - це демонізація Заходу, зокрема США та Європи, які підтримують Україну в її конфлікті з Росією. Російські ЗМІ часто зображують Захід як агресора, який підтримує фашистський режим в Україні та змушує її до антиросійської політики. Російська пропаганда також часто використовує термін "контрреволюція", щоб описати те, що відбувається в Україні після Майдану Незалежності. Це намагається показати, що українська революція була викликана Заходом, щоб знищити російський вплив в країні.

П'ятий напрям російської пропаганди щодо України - це використання культурних зв'язків. Російська пропаганда намагається зображувати Україну як частину "єдиного російського світу", який об'єднує не тільки росіян, а й українців та білорусів [3. с.21]. Використання спільної культурної спадщини, зокрема літератури, музики та телевізійних програм, допомагає російській пропаганді створювати відчуття спільності та єдності між Росією та Україною. Наприклад, багато українців мають російське походження та говорять російською мовою, тому використання російської культури може бути ефективним інструментом пропаганди.

Одним з прикладів використання культурних зв'язків є російський телеканал "Росія 1", який щороку проводить телевізійний конкурс пісні "Євробачення". Російська пропаганда намагається змінити уявлення українців про Європу та про своє місце в європейській спільноті, показуючи, що Росія є кращим варіантом для України, а Європа - це місце з високим рівнем безробіття та соціальних проблем.

Шостий напрям російської пропаганди щодо України - це використання дезінформації та фейків. Російські ЗМІ часто створюють фейки про події в Україні, щоб створити хаос та паніку серед населення. Наприклад,

після Майдану Гідності РП поширила вірусологічну теорію зв'язку між вбивством українського журналіста та початком пандемії COVID-19.

Крім того, російська пропаганда використовує дезінформацію, щоб дискредитувати українських політиків та владу. Наприклад, були поширені фейки про те, що українська влада забороняє використання російської мови в Україні, що є неправдою. Російська пропаганда також намагається звинуватити українську владу у порушенні прав людини та приниженні міноритарних груп, зокрема російськомовного населення.

Сьомий напрям російської пропаганди щодо України - це використання соціальних мереж. Російська пропаганда активно використовує соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter та Instagram, щоб поширювати свої ідеї та впливати на громадську думку в Україні. Наприклад, були створені фейкові аккаунти, які поширювали дезінформацію про події в Україні та створювали штучний образ Росії як "дружелюбної країни" [6].

Восьмий напрям російської пропаганди щодо України - це використання культурної спадщини. Російська пропаганда намагається змінити сприйняття українців щодо своєї історії та культурної спадщини. Наприклад, використання історичних персонажів та подій для підкреслення "історичного зв'язку" між Росією та Україною.

Одним з найяскравіших прикладів цього підходу є конфлікт щодо спільної історії України та Росії, зокрема, щодо Голодомору 1932-1933 років. Російська пропаганда намагається використовувати цю трагічну подію, щоб показати, що це було не лише українське страждання, а й "російське". РП також стверджує, що Голодомор був спричинений українськими націоналістами та Польщею.

Використання культурної спадщини також включає в себе використання російської мови та культури для поширення РП в Україні. Наприклад, російська телевізійна станція "Росія-1" виходить з передачами в Україні, які змінюють історичні факти та стверджують, що Україна є частиною Росії.

Дев'ятий напрям російської пропаганди щодо України - це розпалювання націоналізму. Російська пропаганда намагається показати українських націоналістів як фашистів та ворогів. [16. с.33]. Розпалювання націоналізму - це підхід, який зазвичай використовується тільки в екстремальних випадках, оскільки його наслідки можуть бути

непередбачуваними та небезпечними. Однак, російська пропаганда активно використовує цей підхід в контексті України, намагаючись показати український націоналізм як небезпечний та екстремістський.

Наприклад, під час Майдану РП активно використовувала зображення українських націоналістів як фашистів та нацистів, що воюють проти мирного населення. Російські ЗМІ активно використовували ці зображення, щоб залучити підтримку в Росії та світі проти "українських фашистів".

Однак, розпалювання націоналізму також може бути використано для протидії українському націоналізму, зокрема, використання підозрілих терористичних актів, які приписуються українським націоналістам, для створення враження про загострення політичної ситуації в Україні та потребу в ефективному захисті населення від "українських терористів" [12, с.11].

Отже, російська пропаганда щодо України використовує широкий спектр підходів, які мають на меті змінити сприйняття українців щодо своєї країни та її історії. Ці підходи включають в себе використання дезінформації, вигадок, маніпуляцій, створення сприятливих образів, використання емоцій, розпалювання націоналізму та інших прийомів. Ці підходи допомагають російській пропаганді створити образ України, який є негативним та погіршує сприйняття України як незалежної країни та держави.

Зокрема, російська пропаганда намагається створити образ України як держави, яка не має національної свідомості та культури, яка є безладною та дестабілізуючою силою в регіоні, яка створює загрозу для світового миру. Це допомагає російській пропаганді правити своїм впливом на світову спільноту, а також на населення в Україні, зокрема на місцеві російськомовні групи.

Проте, важливо пам'ятати, що російська пропаганда не має об'єктивних підстав для своїх заяв та образів України. Більшість її тверджень є неправдивими та маніпулятивними, а більшість образів є створеними штучно та не відповідають реальному життю в Україні. Отже, важливо підтримувати незалежність України, попри спроби російської пропаганди її змінити.

Пропаганда є потужним інструментом, який можна використовувати для маніпулювання переконаннями та думкою людей. У випадку з російською пропагандою щодо України тактика маніпуляції особливо підступна. Неправда та викривлення часто використовуються для спотворення історичних подій і

фактів, тоді як емоційна маніпуляція використовується для викликання страху, використання національної гордості та створення відчуття жертви. Крім того, методи пропаганди використовуються для дискредитації опонентів через напади *ad hominem*, поширення чуток і теорій змови, а також дискредитацію джерел інформації та альтернативних точок зору [29, с.45].

Однією з найпоширеніших тактик маніпулювання в російській пропаганді щодо України є використання неправди та викривлень. Історичні події та факти часто спотворюються, щоб намалювати певний наратив. Наприклад, анексію Криму зображували як необхідний захід для захисту етнічних росіян від переслідувань з боку українського уряду. Насправді доказів такого переслідування не було, а анексія була явним порушенням міжнародного права. Крім того, пропагандистські ЗМІ часто вигадують історії та свідчення, щоб підкріпити свій наратив. Наприклад, російський канал новин випустив репортаж про те, що на сході України українські військові розіп'яли трирічного хлопчика. Пізніше цю історію розвінчали як вигадку, але шкоди вже було завдано. Маніпульовані зображення та відео часто використовуються для створення хибного враження. Наприклад, РП використала фотографію дитини, вбитої в Сирії, щоб стверджувати, що це українські війська вбили дитину [28, с39].

Ще одна тактика маніпуляції в російській пропаганді щодо України – емоційна маніпуляція. Пропагандистські ЗМІ часто використовують страх, щоб викликати певну реакцію у своєї аудиторії. Наприклад, російські ЗМІ часто зображують Україну як фашистську державу, яка має намір переслідувати етнічних росіян. Цей наратив покликаний викликати страх і гнів серед російськомовних українців і виправдати російське втручання. Крім того, російська пропаганда часто використовує національну гордість і патріотизм, щоб створити відчуття єдності та підтримки дій Росії. Наприклад, анексію Криму зображували як перемогу Росії та захист російських інтересів. Нарешті, російська пропаганда часто створює відчуття жертви та несправедливості, щоб виправдати свої дії. Наприклад, російські ЗМІ часто зображують Росію як жертву західної агресії та як захисника традиційних цінностей [11].

Нарешті, російська пропаганда щодо України часто використовує пропагандистські методи для дискредитації опонентів. Напади *ad hominem* і вбивства персонажів є поширеною тактикою, яка використовується для підриву

довіри до опонентів. Наприклад, українських чиновників часто зображують корумпованими та некомпетентними. Крім того, російські пропагандистські ЗМІ часто поширюють чутки та теорії змови, щоб створити сумніви та плутанину. Наприклад, російські ЗМІ часто стверджують, що український уряд контролюється західними інтересами, а українські чиновники є маріонетками Заходу. Нарешті, РП часто прагне дискредитувати джерела інформації та альтернативні точки зору. Наприклад, російські ЗМІ часто зображують західні ЗМІ як упереджені та не заслуговують довіри, водночас пропагуючи альтернативні джерела інформації, які підтримують російський наратив.

Таким чином, російська пропаганда в умовах агресивної війни проти України базується на різних підходах, включаючи залучення медіа, соціальних мереж, дезінформації та інформаційної війни. Ключові цілі російської пропаганди полягають у формуванні негативного образу України, створенні позитивного образу Росії, дискредитації української влади та підтримці проросійських сил в Україні. У цьому процесі використовуються різні технології, включаючи підробку інформації, маніпулювання емоціями та формування альтернативних реалій.

Тому одним з найбільш ефективних методів протидії російській пропаганді є збільшення медійної грамотності серед населення та створення альтернативних джерел інформації. Для цього необхідно залучати якісні джерела, які здатні забезпечити об'єктивну та достовірну інформацію. Крім того, важливо активно залучати громадськість до процесів формування громадянської свідомості та підтримки демократичних цінностей, зокрема, створення антиросійських громадських організацій, ініціативних груп та рухів може бути ефективним засобом протидії російській пропаганді[30, с.157].

Висновки по першому розділу

В результаті дослідження об'єкта магістерської роботи в I розділі визначені такі основні положення.

Пропаганда — форма комунікативної взаємодії, яка спрямована на поширення фактів, аргументів, чуток та іншої інформації для впливу на громадську думку на користь певної соціальної групи чи громадської позиції. Це система методів та прийомів впливу на свідомість та поведінку людей з

метою досягнення її суб'єктами певних політичних, соціальних та економічних цілей. Світові війни 19-20 століть, економічні та соціальні кризи, панування тоталітарних режимів та, разом з цим, утвердження пропаганди як засобу впливу на свідомість, призвели до викривленого деформованого відображення суспільством соціально-правової реальності.

При цьому автор пропонує уточнити (осучаснити) поняття ПР таким чином - це потужний інструмент управління суспільною думкою - навмисні, систематичні зусилля змінити сприйняття, маніпулювати когніцією та спрямувати соціальну поведінку з метою досягнення реакції, яка веде до поставленої пропагандистом мети.

При проведенні інформаційних війн використовують такі її основні форми ведення пропаганди: а) безпосередня, коли пропагандистські технології виступають як засіб передачі інформації при перевазі емоційної форми над змістом пропаганди; б) «джинса» - прихована реклама, іміджева реклама, тобто це і пропаганда, і реклама, і PR.

У сучасному світі пропаганда чорна пропаганда приховує справжнє джерело певної інформації та використовує інше як «першоджерело»; сіра пропаганда – поширення певної інформації без певного джерела чи автора; позитивна пропаганда для зміцнення соціальної злагоди, виховання людей відповідно до сучасних цінностей; негативна пропаганда – її завдання розпалювати соціальну ворожнечу, соціальний конфлікт, загострювати протиріччя в суспільстві.

За метою впливу пропаганду може бути як: пропаганда створення: покликана переконати в необхідності побудови чогось; пропаганда руйнування: переконує нас, що є супротивник, який не є ворогом; пропаганда розколу - розпалює ворожнечу, переконує, що «ми не такі як вони»; сприяння залякуванню – переконує потенційного супротивника у своїй економічній силі. впливати на внутрішню аудиторію; пропаганда безнадійності: підкреслює безвихідність потенційного супротивника, змушує його здатися. не використовується для впливу на власний народ; пропаганда мужності: закликає до єдності навколо певних цінностей, допомагає долати; сприяння освіті: виконує інформаційну функцію, тобто інформує населення про діяльність

різних рівнів управління, рекламує спосіб життя. Така кампанія залежно від обставин може бути як негативною, так і позитивною.

З розвитком демократичних цінностей та формуванням громадянського суспільства мас-медіа поступово вийшли з-під тотального державного контролю та перестали використовуватися як інструмент пропаганди, адже сутність пропаганди суперечить журналістським стандартам, нівелює принцип свободи слова та підриває основи функціонування системи ЗМІ демократичного суспільства.

Загалом, проведений автором огляд літератури показує, що російська пропаганда щодо України заснована на широкому використанні різноманітних методів, насамперед, таких як дезінформація, маніпулювання, імітація та створення альтернативної реальності. Вона базується на різних підходах, включаючи залучення медіа, соціальних мереж, методів інформаційної війни. Ключові цілі російської пропаганди полягають у формуванні негативного образу України, створенні позитивного образу Росії, дискредитації української влади та підтримці проросійських сил в Україні. У цьому процесі використовуються різні технології, включаючи підробку інформації, маніпулювання емоціями та формування альтернативних реалій

Найбільш поширеними напрямками російської пропаганди щодо України є створення альтернативної реальності, в якій Україна зображується як незаконна, нестабільна та несприятлива для життя країна; використання дезінформації та маніпулювання інформацією з метою вплинути на українське суспільство та змінити його погляди на актуальні проблеми; підтримка "проросійських" сил в Україні; демонізація Заходу, зокрема США та Європи, які підтримують Україну в її конфлікті з Росією; намагання зображувати Україну як частину "єдиного російського світу", який об'єднує не тільки росіян, а й українців та білорусів; створення фейків про події в Україні, щоб створити хаос та паніку серед населення; активне використання соціальних мереж, щоб поширювати свої ідеї та впливати на громадську думку в Україні; намагання змінити сприйняття українців щодо своєї історії та культурної спадщини; показати українських націоналістів як фашистів та ворогів.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ, ОСНОВНІ НАРАТИВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ПІДРИВНОЇ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ ПРОТИ ВІЙСЬК (СИЛ) ТА НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

2.1. Сучасна російська пропаганда: сутність, особливості та основні цілі в умовах російсько-української війни

Сучасна російська пропаганда (синонім - кремлівська пропаганда) — російська державна інформаційна політика, спеціальні інформаційні заходи («інформаційно-психологічні спецоперації», «політичні технології» та конгломерат відповідних державних органів і установ, які під виглядом «суспільного інформування» займаються психологічною обробкою населення РФ, а також населення інших країн — в першу чергу України та держав пострадянського російськомовного простору і російської діаспори[5]. Також об'єктом російської пропаганди є іншомовне населення у ЄС, США, арабських країнах тощо. Загалом російська пропаганда розповсюджується більше 40 мовами у близько 160 країнах світу [5, с17-19].

Як провідну складову всієї сучасної агітаційно--пропагандистської машини антиукраїнську і антизахідну РП ретельно розробляли та втілювали в Росії на початку 2000-х років, а вже на 4-ій фазі путінського режиму, з 2013—2014 рр., у зв'язку з початком Революції гідності, російська пропаганда швидко еволюціонувала до тоталітарної — стала відверто шовіністичною.

Відмінні риси сучасної РП: провідною рисою РП є ідея про множинність варіантів правди, а надійність джерел зовсім несуттєва; далі йде гнучкість та безпринципність, цинізм, постійне вкидання дезінформації в інформаційний простір ЗМІ, брехливість, невідповідність дійсності та вигадки потрібних «фактів» — моделювання та створення так званої «паралельної реальності», одномоментність, моментна ситуативність, протиріччя самій собі, невідповідність тому, що тільки не повідомлялось нею з розрахунком на втрату пам'яті аудиторією тощо[8, с.27-39].

Її мета — не переконати, як у класичній пропаганді, а зробити інформаційне поле «брудним», щоб ніхто нікому не довіряв. Коли інформаційне поле вбито, то поширюються страхи, паніка та апатія[27, с.57-63]

РП розглядає територію сучасної Української держави як історичні «російські землі», формуючи такі погляди у громадян Російської Федерації з дитинства. Основним джерелом формування цих поглядів є шкільні підручники з історії., на основі яких російські вчителі готують власні робочі програми

Розпочата в лютому 2014 року пропагандистська кампанія, надзвичайна за своєю інтенсивністю, тотальністю і агресивністю тону, різко змінила настрої в суспільстві проти України. Пропаганда оглушила людей, вони переведені у збуджений стан, всі імперські комплекси стали надзвичайно оживлені. Тоді інформаційному спецназу путінського режиму вдалося домогтися набагато більш вражаючої перемоги, ніж спецназу ГРУ, що окупував Крим. Той зміг захопити півострів з двома мільйонами жителів, цей — свідомість 123 мільйонів (86 %) жителів Росії [37].

Внутрішні об'єкти пропаганди. На першому місці - пропаганда агресивної війни проти України у зв'язку з військовою агресією РФ проти України, як один із напрямків інформаційної війни агресором використовується пропаганда війни через засоби масової інформації, а також представниками керівництва країни та наближеними до нього політичними діячами і науковцями[39]. З іншого боку російські ЗМІ усіляко демонізували в очах російського та світового суспільства керівництво України[28].

Звинувачення влади України у нацизмі та опис України як нацистської держави є одним з головних наративів кремлівської та всієї проросійської пропаганди[43], не дивлячись на те, що Верховна Рада України прийняла закон про засудження націонал-соціалістичного режиму.[33].

Безпосереднім джерелом аморальності РП є президент Росії Путін, який спочатку категорично заперечував наявність російських військових в Криму, а пізніше сам визнав, що російські військові забезпечували та охороняли проведення цієї анексії [46]. Супротивників війни з Україною у РФ Путін називає не інакше як «зрадниками» та «п'ятою колоною»[47].

Під керівництвом Путіна РП однозначно називає агресивну війну Росії проти України, яка супроводжується вторгненням Росії з південного, східного та північного кордону України, «спеціальною воєнною операцією» з метою «демілітаризації та денацифікації України»[26, с.91-93]. Неонацизм є головною темою РП, він всіляко приписується чинній українській владі та її союзникам.

Ідеолог РП, російський фашист, якого називають «мозком путіна», А. Дугін вже з вересня 2008 року вимагав вторгнення в Україну та інші країни, що раніше входили до складу СРСР[35]. Він стверджує що Україна повинна бути анексована російською федерацією, тому що нібито «Україна як держава не має геополітичного значення, особливого культурного імпорту, географічної унікальності, етнічної винятковості, ... без розв'язання проблеми „українського питання“, говорити про континентальну політику взагалі безглуздо. Не можна дозволити Україні залишатися незалежною».[53] Книга мала колосальний вплив на зовнішню політику путіна, що врешті призвело до РУВ. [51, с.63-69]

Контроль над ЗМІ в росії - місцевим ЗМІ заборонили використовувати слово «війна» у матеріалах, що стосуються «воєнної операції» Росії в Україні. 3 березня 2022 року Комітет Держдуми Росії з держбудівництва та законодавства схвалив поправку про запровадження відповідальності та штраф до 5 млн рублів або позбавлення волі терміном до 15 років за «публічне поширення завідомо неправдивої інформації про використання збройних сил рф» [26].

Згодом на вимогу Генпрокуратури Роскомнадзор заблокував доступ до інтернет-ресурсів радіостанції «Ехо Москви» та телеканалу «Дощ», заблоковано також телеканал «Настоящее время», створений «Радіо Свобода» з участю «Голосу Америки», радіостанцію «Ехо Москви», «The Village», «Тайга.інфо», «DOXA», «The New Times» та всіх українських видань [49].

РП активно використовує **психотехнології** на різних рівнях інформаційно-пропагандистської війни: глобальний рівень, міжнаціональний рівень, між-груповий рівень (консолідація, сепарація), міжособистісний рівень (само презентація, побутові контакти), внутрішньо-особистісний рівень (внутрішні конфлікти, самоідентичність). До них відносяться **базові нейролінгвістичні психотехнології**: модальний вплив, масова емпатія, робота зі станами, фреймінг та рефреймінг, асоціація/дисоціація, лінія часу, мета-програми, а також **психотехнології впливу на масову свідомість**: субмодальності, шкалювання, долання (створення) фобій, вирішення (актуалізація) інформаційних конфліктів, внесення змін у минуле, швидка зміна переконань, перебудова системи цінностей, переривання логічного ланцюга суспільної думки[10]..

Наразі найбільш застосовується **сугестивний вплив** на суспільне

несвідоме: масовий гіпноз, переконуючий вплив (навіювання), мілтон-модель, пропагандистські метафори, бренд-легенди (історії успіху), утилізація спадщини, політичний міфодизайн. Масовий психоз — це своєрідна психічна епідемія, в основі якої лежать наслідування та навіюваність. Масовий психоз вражає колектив, групу людей або натовп, унаслідок чого люди втрачають свідому здатність до тверезого судження і нормальний спосіб оцінювати ситуацію, що робить їх одержимими[6].

Канали застосування психотехнологій інформаційної боротьби: преса, телебачення; кінопропаганда (хроніка, художні фільми); інтернет: форуми, соціальні мережі, вірусна реклама (фотожаби, шаржі, фейки, троллінг тощо); неформальна комунікація (анекдоти, чутки, плітки, байки тощо); “культурний фольклор” (вірші, пісні, графіті та ін.); ритуали та церемонії (масові заходи, обряди тощо) [1, с.23-27]..

Російські політтехнологи дотримуються класичних **принципів пропаганди**, серед яких: нехтування критично мислячими людьми; зосередження уваги на кількох простих позиціях при зверненні до масової аудиторії (наприклад, що «Росії загрожують зовнішні вороги»); спрощення кожного питання до його найменшого спільного знаменника, щоб звернутися до найменш освічених людей (наприклад, навіязування ідеї, що «Наша робота на Донбасі є священною»); намагання спиратись на історичні істини, пов'язані з відомими подіями та символами (наприклад, священна ідеологія «Великої перемоги») та звертання до емоцій, а не до розуму[2]..

Основним методом пропаганди Кремля проти України є **тролінг**, який має на меті викликати емоційну реакцію, створити полеміку, відвернути увагу від історичних і моральних істин. Російська пропаганда набуває агресивного тону, що помітно на федеральних телеканалах. Часто ведучі та гості програми вдаються до ненормативної лексики та образ на адресу військовослужбовців ЗС України, щоб підкреслити свій наратив. Початковий образ послідовно асоціює українську армію з негативом і специфічними конотаціями. Термін «фашисти» зазвичай використовується як загальний ярлик для українських солдатів. Тактика приниження активно використовується для демонстрації могутності російської армії, створюючи деморалізуючу атмосферу для українських військ (сил). Не зважаючи на клеймування конфлікту як «спецоперації», російська

влада все ще доводить до своїх громадян, що так звані українські «нацистські організації» становлять загрозу для російської федерації, і в цьому переконані приблизно 76% росіян. Крім того, 88% росіян вважають, що в Україні існують організації, які «дотримуються нацистської ідеології». Значна частина населення, 78%, підтримує дії президента росії, тоді як 74% схвалюють рішення напасти на Україну [5, с.84-92].

В основі російської антиукраїнської пропаганди лежить **міфологізація масової свідомості**, перетворення її на спотворений світогляд. Пропагандистські міфи створюють віртуальну реальність, в яку потрапляють як широкі маси населення, так і його лідери. Спираючись на міфи навколо «геноциду», уявлення про «братній український народ, який потребує звільнення від націоналістичних і бандерівських впливів», твердження, що «Україна утворилася на російських землях», твердження, що «Україна і НАТО планували напад Донбас і Крим», і вірячи, що «український народ обожає росію і путіна та тепло зустріне російську армію з квітами, хлібом і сіллю, президент путін вирішив розпочати наступ на Україну. Російська пропаганда постійно демонструє безпомилкову агресивну позицію путіна, донесену усіма федеральними телеканалами [13].

Основними інструментами російської пропаганди є ЗМІ, російські та різноманітні проросійські політики. Попередній аналіз російської агресії та пропаганди проти українського народу показує причетність різноманітних неурядових організацій та нібито незалежних суб'єктів громадянського суспільства, які насправді підтримують зв'язки з владою. Ці актори сприяють просуванню наративів російського уряду про війну та увічнюють ілюзію так званої «спеціальної військової операції» [17].

Російська державна пропаганда стала активно інтегруватися в інтернет-простір за **повної фінансової підтримки влади**. А Міністр оборони Росії Сергій Шойгу назвав ЗМІ РФ «ще одним видом **Збройних сил**» [46, с.74]. Таким чином, сучасна РП є не тільки складовою авторитарної, а раніше тоталітарної держави, вона є **основою для сучасної російської ідентичності** [18].

Головним штабом з вироблення пропагандистських концепцій є адміністрація президента росії, де конкурують кілька центрів впливу.

Домінуюче положення (роль куратора) займає перший заступник голови адміністрації — В'ячеслав Володін (раніше цю посаду займав В.Сурков).

Основні засоби поширення впливу РП: LifeNews — російський телеканал, інтернет; Russia Today — російський телеканал з мовленням 4 мовами, інтернет; Комсомольська правда — міжнародне видання, інтернет; Росія-24 — російський інформаційний телеканал, інтернет; РИА Новости — інформагенція, інтернет; Перший канал (росія) — загальноросійський телеканал, інтернет; Голос росії — радіостанція з мовленням 38 мовами у 160 країнах, інтернет; РЕН ТВ, Известія, 5 канал — «незалежний» холдинг, телеканали, інтернет; бригади тролів — чисельні організовані групи різномовних «коментаторів на зарплаті», інтернет.

Окремим прикладом використання Росією ботів у Twitter, що впливали на політичні вподобання громадян інших держав був акаунт «@TEN_GOP», котрий був дуже помітним «голосом» у американських правих, за яким стежили понад 130 000 осіб, а деякі помічники Трампа робили репости його записів під час передвиборчої кампанії. А в жовтні Twitter підтвердив, що акаунт «@TEN_GOP» був фейковим і керувався російським оператором, пов'язаним із так званою «фабрикою тролів» в Санкт-Петербурзі.[461]

Головні політичні куратори сучасної РП: Дмитро Пєсков — прес-секретар Путіна, Владислав Сурков, В'ячеслав Володін — чиновники адміністрації Путіна, Гліб Павловський — організатор, «політтехнолог».

Ідеологи РП: Сергій Марков — політик, політолог, Олександр Дугін — «філософ», ідеолог, Наталя Нарочницька — історик, представник у Франції, Андраник Мігранян — політолог, представник в США, Микита Михалков — кінорежисер, голова Союзу кінематографістів РФ, Карен Шахназаров — кінорежисер, гендиректор «Мосфільму»

Фінансування - станом на 2012 рік Росія посідала (згідно з даними своїх державних ЗМІ) перше місце у світі за фінансуванням пропаганди, сумарно витрачаючи на неї 1,6 мільярда доларів США — більш ніж Китай та інші країни. Від 2011 року в Росії діє безпрецедентна путінська програма «Інформаційне суспільство (2011—2020 роки)», загальною вартістю 40,6 мільярда доларів, що дорівнює 4 мільярдам на рік.

Особливості та завдання російської пропаганди в умовах війни проти України. Нинішня РУВ відбувається не лише на землі, у повітрі і на воді, а й в інформаційному просторі, який, на щастя, за останні вісім років значною мірою зачищений від медіа, які належали агресору або просували його меседжі, й могли би стати зброєю прямої дії, просто в голови українців..

Та це не значить, що Росія не атакує в українському інфопросторі. Просто головний плацдарм інформаційного наступу — не в телеєфірі, де домінує офіційна українська точка зору, а в соціальних мережах. які є головним джерелом новин для 64% українців. Налякані, емоційно виснажені, дезорієнтовані люди — перша найлегша мішень для проведення інформаційних акцій та спецоперацій, якими РП користується для досягнення своїх основних цілей в умовах РУВ, серед яких можна виділити такі

Деморалізувати військових. Для цього до них у будь-який спосіб РП доносить, що спротив не має сенсу, керівництво держави втекло і «всіх злило», їхні товариші вже склали зброю, і самим їм варто зробити це якнайшвидше. Зазвичай, професійних військових вчать протистояти таким впливам, але на цивільних, які зголосились йти до війська, це може діяти.

Деморалізувати цивільних. Налякати, паралізувати кожного страхом за своє життя і життя своїх дітей. Агресор розраховує на те, що суспільство схвалить і буде вимагати від керівництва держави припинення бойових дій на будь-яких умовах (капітуляцію).

Зруйнувати єдину комунікацію держави. Під час війни особливо важливо, аби абсолютно вся влада й військове керівництво озвучували одну позицію, одну версію того, що відбувається. Україні на початку війни це вдалося. Однак чим далі єдиний голос держави губиться серед нескінченної кількості фейків, версій, хибних спростувань чи інтерпретацій.

Створити колапс в інфопросторі. Для цього за допомогою соціальних мереж, месенджерів, публікацій у контрольованих агресором медіа (які, на жаль, часто з власної волі поширюють інші) інформаційний простір насичують величезною кількістю неправдивих повідомлень. Але можливості людського мозку споживати й аналізувати інформацію обмежені, тому людина, занурена в отруєний інфопростір, невдовзі опиняється в ступорі. Вона більше не бачить межі між реальністю й вигадкою, може почати вірити будь-якому

неправдивому повідомленню або навпаки — вбачати фейки в повідомленнях офіційних джерел.

Посіяти хаос і паніку. В перші місяці війни РП досить ефективно використовувала ефект паніки, коли в багатьох регіонах України почалися справжні бойові дії. Інформаційні фейки на ТОТ провокували хаос, створювали затори на дорогах, якими користуються військові; направляли натовп наляканих цивільних на позиції української армії фіктивним «зеленим коридором та інш.

Зібрати інформацію. Наприклад, змусити українців фотографувати військову техніку і публікувати її в соцмережах під яким-небудь дурнувтим вигаданим приводом, або розпитати в місцевих, як зараз найкраще проїхати до Києва з «гуманітарною допомогою» — підкажуть краще за будь-які гугл-мапи.

Дезорієнтувати військових, дезінформувати їх та відтягнути ресурси - коли марнують головне - час реагуючи на повідомлення про загрози, яких насправді немає, але мусить приділяти увагу такій інформації, перевіряти її — на це йдуть дорогоцінні ресурси.

Зробити з українців поширювачів фейків, на жаль, порівняно легко. Особливо піддаються на різні маніпуляції люди старших поколінь, які опанували смартфон, але досі не зрозуміли, що не все в інтернеті правда.

Залюкати і зламати бойовий дух. Якщо бомбардувати свідомість людей меседжем «все пропало» і «все дарма», це може подіяти. - можна змусити людей сфокусуватись на базових потребах безпеки та виживання. І довести їх до стану, коли вони можуть згодиться на все, що сприяє ворогу.

Наразі ейфорія від перших перемог природно буде йти на спад. Сюди ж додається втома, моральне виснаження частини населення та військ(сил) Саме на цьому зараз намагається грати РП на інформаційному фронті. Тобто максимально ділити українців за соціальними тріщинами, які вона зможе намацати. Деякі з них Росія вже хнайшла і регулярно інвестує ресурси в їх розширення, поглиблення, перетворення на розломи.

З аналізу українського інфополя можна виділити такі ключові напрями роботи РП в сучасних умовах.

Посилити пріоритетний наратив росії про Україну як «недодержаву». Такі історії ми чули давно, проте зараз ворог використовує

плітки на кшталт історій про «розпилювання гуманітарки» та корупційні схеми. І загалом намагатися показати, як багато чого у державі вже не працює. Сюди ж належать спекуляції на темі зриву мобілізації.

Дискредитувати військових на фронті і в територіальній обороні на місцях. Поки що РП не вдається дискредитувати політичне керівництво країни, тому вона вирішила спуститися на локальний рівень. Уже фіксуємо фейкові історії про величезні суми, які нібито розпилюють на усіх рівнях, особливо представники територіальної оборони західних областей. Таких історій стає все більше.

Активне нав'язування наративу, що **краще мир на будь-яких умовах**, (російської стоони) **ніж активні воєнні дії**, який домінує у групі кремлівських телеграм-каналів із самого початку вторгнення. Проте зі зростанням кількості жертв серед цивільних дедалі частіше пропагандисти намагаються схилити українців до того, що нам не потрібні Крим чи Донбас, якщо стільки людей гине. Тут дуже важливо комунікувати, адже росія не зупиниться. Тобто допоки мир не буде на її умовах, гарантій безпеки в Україні також не буде.

Роздмухати внутрішньополітичні чвари та всілякі негараздів влади. Наразі перші дні паніки й шоку пройшли, тому очікувано що окремі політичні сили почнуть, а деякі вже почали, вилазити з різних щілин. При цьому, кожна політична сила чи особа з хворобливими політичними амбіціями буде формувати навколо себе якусь спільноту шляхом відколювання її від загального масиву. Росія дуже вправно вміє підживлювати чвари наших політиків. Свідченням цього є безперервна робота анонімних телеграм-каналів із їхніми «інсайтами» та «розкладками» [3].

Загострення мовного питання. До початку цієї війни всім вже здавалося, що мовне питання нарешті розв'язане, але зараз, на жаль, це не так. Тому що воно штучне й роздмухане російською пропагандою. Більше того, під час такої війни нерозумне його використання окремими регіональними політиками вже демонструє неочікуваний та негативний ефект.

Провокація розчарування в НАТО, ЄС та міжнародних партнерах України. Реальність така, що українці справді очікували більшого від світової демократичної спільноти. Проте важливо розуміти, що кількість грошей, зброї й товарів, яку передають українцям, безпрецедентно велика, а наші громадяни

отримують притулок і допомогу за кордоном. Звісно, всім хочеться більшого. Очікування від міжнародної спільноти завищує й політичне керівництво нашої держави [5]. Загалом це дуже плідний ґрунт для дезінформації. Механізми міжнародних відносин, моделі стримування, формат бюрократичних процедур є складними для розуміння і РП на цьому спеціалізується.

2.2. Головні наративи негативного впливу російської пропаганди в ході російсько-української війни

Наративна війна стає основною в інформаційну добу, коли відео і медіа заміняють ракети та снаряди. Тепер перемога приходить до того, хто цілить в свідомість, а не тіло. Російські наративи визначають причини воєнних дій, щоб виправдати їх в очах свого населення та всього світу. Науково-дослідний центр гуманітарних проблем ЗС України підготував збірник інформаційно-аналітичних матеріалів щодо спростування багатьох наративів російської пропаганди в ході російсько-української війни. Їх аналіз дав можливість виділити найбільш актуальні та вагомі з них з боку негативного впливу на особовий склад військ (сил) та населення України в сучасних умовах широкомасштабної військової агресії та інформаційно-пропагандистської війни росії проти України та світу[31].

1. РП, насамперед, використовує свій пропагандистський наратив про те, що **Україна є недодержаною**, для ствердження, що вона не здатна забезпечити свою власну безпеку та територіальну цілісність, тому росія повинна втручатися, щоб захистити російськомовне населення. Цей наратив направлений на те, щоб заперечити існування українського народу, як окремого від російського, дискредитувати українську державність[3]..

2. Наратив що **українська влада є «неонацистською, нелегітимною та дискредитованою»** направлений на дискредитацію української влади та розкол в українському суспільстві. Такий наратив допомагає росії легітимізувати свою агресивну поведінку щодо України та повномасштабну агресію. РП використовує його як аргумент, що вона захищає своїх співвітчизників в Україні від українських «неонацистів» [16].

3. Наратив що **«Захід є деструктивним для світового порядку та експлуатує Україну»** направлений на те, щоб представити Захід на чолі зі

США як експлуататора України у своїх геополітичних інтересах і загрозу світовому порядку, а також на формування в українському суспільстві недовіри до заходу. Це спроба зміцнення внутрішньої підтримки в росії шляхом створення образу ворога і презентування себе як захисника прав слабких держав[46].

4. Наратив **«російська меншина є об'єктом утисків в Україні»** й направлений на формування переконань про незаконне і насильницьке витіснення всього російського в Україні: мови, церкви, історії та культури, російської меншини, проросійських ЗМІ та політиків. Він полягає в підриві довіри між Україною та її партнерами на Заході, щоб сформувати у своїх партнерів на Заході відчуття недовіри та сумніву щодо України, яка має значну російську меншину і знущується над нею.

5. Наратив, що **«існує зовнішня загроза для росії»** спрямований на залякування НАТО, США й України; представлення їх агресорами, які планують військовим шляхом повернути окуповані росією території України, а також на виправдання необхідності вирішення росією українського питання військовим шляхом.

6. Наратив РП, що **«у війні винне НАТО»** дозволяє росії відволікти увагу від своєї агресії проти України, створити враження, що Україна є підконтрольною НАТО, що створює загрозу для безпеки москвитів. Цим росія намагається створити враження, що НАТО є агресивним блоком[17].

7. Московія використовує наратив про те, що вона **воює з НАТО на території України**, з метою збільшення підтримки своєї внутрішньої аудиторії і створення образу зовнішнього ворога, на якого можна спрямувати гнів та невдоволення громадян.

8. Росія розвиває пропагандистський наратив про те, що **США та Захід ведуть гібридну війну проти рф в Україні**. Це дозволяє росії звинувачувати США та Захід у втручанні в її внутрішні справи, створює враження, що США та Захід підтримують антиросійську опозицію в росії та протидіють «правильному» розвитку країни. Так росія намагається створити враження, що вона є жертвою зовнішнього втручання та воює проти зовнішньої загрози [17].

9. Наратив про те, що **Україна – це лише маріонетка НАТО й поле бою між ним і росією**, щоб виправдати свої дії в Україні та підірвати довіру до

української влади в очах світової громадськості. Представити росію як жертву та створити образ НАТО як агресивної організації, що прагне оточити росію та загрожує її національній безпеці[23].

10. Наратив про те, що **«спецоперацією» в Україні росія запобігла «великій світовій війні»**, щоб підвищити свою міжнародну авторитетність та відновити власну гідність після поразки в холодній війні та розпаду СРСР. Ним росія намагається позиціонувати себе як головного гаранта стабільності в регіоні та заявляти про свою готовність боротися з «військово-політичними загрозами» у всьому світі.

11. Наратив, що **«окупація України до наших планів не входить»** базується на тому, що Росія намагається максимально швидко засвідчити свою присутність через інтеграцію окупованих територій до російського соціального, економічного і правового поля[31]..

12. Московія використовує міф про те, що **Польща хоче загарбати захід України**, для того, щоб підірвати відносини між Україною та її західними сусідами, для створення образу зовнішньої загрози, допомогти росії в утриманні влади в регіоні, де Польща відіграє вагомий роль та підвищити популярність російського націоналізму серед російських громадян.

13. Наратив **«усе йде за планом»: росіяни виграють, українці програють»** дозволяє росії відображати себе як сильну та впевнену державу, яка діє згідно стратегії та має перевагу над Україною та Заходом, допомагає створити враження, що росія має повний контроль над ситуацією в Україні та не зазнає поразки[31].

14. РП постійно повторює про свою **готовність до переговорів для створення враження, що росія миролюбна, а Україна є перешкодою на шляху до досягнення миру**, намагається показати росію як розумну та розсудливу сторону у конфлікті, а Україну як непримиренну та недалекоглядну. Крім того, такий наратив може бути використаний для того, щоб росія могла перекласти відповідальність за негативні наслідки війни на Україну та її уряд.

15. РП використовує наратив про те, що **санкції не працюють, а Європа через них біднішає**, з метою зменшення підтримки заходів проти неї, в тому числі санкцій з боку країн Європейського союзу та інших країн, створити у

свідомості людей уявлення, що санкції не мають ефекту і тільки шкодять населенню країн, які їх вводять [31].

16. РП намагується довести, що **«західні санкції дестабілізують світову економіку й підвищують вартість життя звичайних громадян у всьому світі»**, що санкції водночас є незаконною, неприйнятною формою примусу і зовсім не впливають на росію, а також допомогти росії уникнути подальшого збільшення обсягів санкцій та зберегти свої ресурси для використання у своїх інтересах, сприяти створенню почуття незадоволеності серед населення країн, які ввели санкції та впливати на їхні політичні рішення[21].

17. РП повторювала наратив про те, що **Європа та Україна замерзнуть зимою**, щоб наголосити на своїй ключовій ролі в постачанні газу для європейських країн [31]..

18. Московія використовує **міф про українських нацистів** з кількох причин: дезінформація та порушення історичної правди: росія звинувачує українську владу у спробах відродження нацизму в Україні. [46].

19. Московіти використовують наратив про те, що **українські біженці шкодять тим країнам, хто їх приймає**, з метою створення негативного настрою серед місцевих жителів і протидії їх підтримці; намагатися підбурити їх до ксенофобії та ворожнечі до українських біженців; зменшити міжнародну підтримку України, яка потребує допомоги у вирішенні гуманітарних проблем та забезпеченні потреб біженців.

20. Московія повторює наратив про те, що **російська армія є другою армією світу**, щоб зберегти й підвищити національний патріотизм та мілітаризм серед своїх громадян і військових. Цей наратив сприяє формуванню уявлення у російського населення про те, що росія має міцну армію, яка може бути протистояти силам західних країн, таких як США і НАТО та посилення впливу росії на міжнародні справи і збереження її статусу як великої держави.

21. Наратив **«білорусь ні на кого не нападала, а просто захищається і прикриває тил для росії»** РП намагалися виправдати участь білорусі у війні проти України, а також безкінечні навчання поблизу українських кордонів. Це є спробою виправдати агресивну поведінку росії на міжнародній арені, виправдати дії росії щодо білорусі, підтримку режиму лукашенка. [31].

22. Наратив РП, що **«допомога Україні тільки напружує ситуацію та ядерну небезпеку»** спрямовано на те, щоб заподіяти шкоду Україні та зменшити підтримку для неї з боку міжнародної спільноти, створивши враження, що допомога Україні може призвести до ескалації конфлікту, використати на залякування країн, які розглядають можливість допомогти Україні, нагадуючи про потенційну небезпеку ядерної війни.

23. Московіти використовують наратив про те що **«постачання зброї продовжує страждання українців»** з метою вплинути на міжнародну спільноту та заблокувати можливість України отримати допомогу від світових лідерів, створити образ України як країни, яка спричинює конфлікт на сході країни та продовжує насильство за допомогою поставок зброї[54]. .

24. РП використовує наратив про те, що Україна здійснює **провокації проти росії**, щоб оправдати свої військові дії на території України. Це дозволяє росії продовжувати виправдовувати війну та проводити мобілізацію свого населення під приводом самозахисту.

25. Наратив РП, що **«росія веде священну війну проти безбожних сатаністів в Україні за захист християнства й традиційних цінностей»** є типовим прикладом використання релігійних або культурних символів для підтримки військових агресійних дій та створення образу ворога в очах громадськості. Такий наратив має на меті мобілізувати релігійних та консервативних громадян, нав'язати їм ідею, що вони захищають свій народ, культуру, віру та традиції від зовнішньої агресії[54].

26. Російський наратив про **використання ПЦУ як інструменту для розпалювання російсько-української ворожнечі** стверджує, що об'єднання УАПЦ та Київського патріархату є політичною акцією з боку української влади, спрямованою на зміну релігійної картини України та на підрив відносин між росією та Україною[31].

27. Наратив РП, що **«перспектив мирних переговорів з Україною немає через її позицію і через те, що захід не допускає її до переговорів»** є спробою уникнути відповідальності за війну з Україною, примусити Захід сприймати Україну як «недружню» державу та зменшити шанси на дипломатичне вирішення конфлікту, змінити внутрішнє ставлення російського народу до України та збільшити їх підтримку воєнної кампанії в Україні[57].

28. Пропагандистський наратив про те, що **«перемога росії неминуча»**, має на меті створення враження непереможності та неперевершеності російської системи перед світом, а також підвищення морального духу в російському суспільстві.

29. Наратив РП, що **«ЗСУ вбиває цивільне населення, обстрілює житлові квартали»** використовує щоб навести інформаційну тінь на свої воєнні дії на території України. Використовуючи цивільних як «живий щит» і перекладаючи відповідальність на ЗС України росія намагається відхрещуватись від своїх злочинів та залишатися на позиції жертви[31]. .

30. Московська пропаганда використовує наратив про те, що **західна зброя, що надається Україні, розкрадається**, з метою досягнення кількох цілей є спробою зменшити вплив та підтримку Заходу для України, зокрема через поширення думки, що західна підтримка не ефективна та економічно не обґрунтована. Це частина загального наративу про те, що Україна є корумпованою та неефективною державою, яка не може управляти своїми ресурсами та отриманою від Заходу допомогою, підкреслити недоліки української влади та необхідність змін у державному управлінні [54].

31. Росія використовує пропагандистський наратив проте, що **«росія все робить для миру, у той час, як захід постачає Україні далекобійну зброю»**, щоб відіграти роль миротворця та позиціонувати Захід як провокатора війни. Цей наратив має на меті відволікти увагу від факту, що саме росія є ініціатором війни з Україною, зменшити підтримку Заходу для України, звинувачуючи його у підтримці насильства та інструменталізації війни[31].

32. Російська пропаганда використовує наратив про те, що **українські військовослужбовці є злочинцями**, щоб дискредитувати українську армію та Україну, зменшити підтримку України на міжнародній арені та сприяти утворенню враження, що війна є внутрішнім українським конфліктом, а не агресією з боку росії.

33. Російська пропаганда використовує наратив **«антисемітська Україна»** для роз'єднання України та Європи: створити ілюзію, що Україна несприйнятлива до європейських цінностей та популяризує антисемітські настрої, для привернення уваги й симпатій української єврейської спільноти[46].

34. Російська пропаганда використовує наратив **«українцям брешуть про втрати України»** щоб підірвати довіру громадськості до української влади, а також щоб змінити громадську думку в Україні та за кордоном щодо ситуації на фронті. Вона стверджує, що українська влада приховує офіційні дані про загиблих і поранених українських військових, щоб зібрати більше грошей від західних країн та організацій.[21].

35. РП використовує пропагандистський наратив про те, що **Україна буде мобілізувати і жінок, і підлітків** щоб створити негативний імідж України в свідомості міжнародної спільноти, адже використання дітей у військових діях є порушенням міжнародного права, викликати паніку серед населення України та додатково дестабілізувати ситуацію в країні.

36. Пропагандистський наратив про **успіхи російської армії** використовується росією для створення ілюзії, що її дії у війні проти України є успішними і що вона може перемогти. Це може бути використано для збільшення підтримки на домашньому фронті, а також для залучення більшої кількості добровольців для бойових дій в Україні, впливу на міжнародну громадськість і демонстрації росії як держави з ефективною армією[31].

37. Пропагандистський наратив про те, що **росія не воює на повну силу** проти України, має створити ілюзію, що росія діє з оборонною метою і не прагне до повного захоплення України. Це може створити враження, що українська влада не може протистояти росії і потребує зовнішньої допомоги, що може сприяти дезінформації та дестабілізації ситуації в Україні Створення враження, що росія має значні запаси сил та засобів і може збільшити свої військові дії в будь-який момент [60].

38. Пропагандистський наратив, що **«українці відмовляються воювати»** намагається створити враження, що українці не готові до війни та відмовляються воювати, тим самим намагаючись показати, що Україна не здатна протистояти росії, хочуть змінити думку світової громадськості про Україну та війну загалом[54].

39. Росія використовує пропагандистський наратив про те, що **на боці України воюють іноземні найманці**, щоб дискредитувати українську владу та зображати російсько-українську війну як міжнародний конфлікт, а не як агресію росії, зменшити рівень підтримки України серед інших країн,

особливо тих, з яких приїхало багато добровольців для підтримки українських сил, викликати страх у громадян України і спонукати їх до підтримки проросійських сил [31].

40. Росія використовує пропагандистський наратив про те, що **повідомлення про злочини російської армії є неправдою**, з метою зменшення міжнародного тиску і відвернення уваги від своїх злочинів в Україні. Цей наратив намагається перенести відповідальність за порушення міжнародного права на Україну та заперечити будь-які звинувачення проти російських військових.

41. Росія використовує пропагандистський наратив про те, що **Україна спричиняє світову продовольчу кризу** з метою дискредитувати українську владу, загострити ситуацію в міжнародних відносинах. РП стверджує, що українська влада забороняє ввезення російських продуктів до країни та порушує права російських виробників[46].

42. Пропагандистський наратив росії про її **неучасть у світовій продовольчій кризі** можна розглядати як спробу відволікти увагу від власної ролі у створенні цієї кризи, вторгнувшись в Україну, росія фактично витіснила українські продукти харчування зі світових ринків і погіршила світову економічну ситуацію[59]. .

43. Пропагандистський наратив про **конфлікт між Зеленським та Залужним** використовується росією з метою створити враження про політичний хаос в Україні та нездатність влади контролювати ситуацію. РП стверджує, що, формальною причиною конфлікту є «некомпетентність та зрада» як у безпосередньому керуванні бойовими діями, так і «в поразках українського війська» [31].

44. РП використовує наратив що **мобілізація в Україні відбувається з порушеннями** для дискредитації української влади та зміцнення стереотипу про неї як неефективну та неспроможну діяти в інтересах своїх громадян, сприяти підбурюванню протестів серед українського населення [31].

45. Пропагандистський наратив, що **або росія виграє війну, або вона призведе до початку третьої світової війни** має на меті налякати і мобілізувати населення росії підтримувати війну з Україною, зберегти підтримку війни серед російської громадськості та сприяти формуванню ідеї

про необхідність збереження росії як держави в умовах загострення міжнародних конфліктів [60].

46. Росія використовує пропагандистський наратив про те, що **єдиний шлях до миру – демілітаризація України** допомагає росії стверджувати, що вона виконує миротворчу місію в Україні та намагається забезпечити стабільність і безпеку в регіоні.

47. Пропагандистський наратив, що **Україна атакує цивільну ядерну інфраструктуру і зберігає зброю на атомних електростанціях**, зумовлений бажанням росії створити ілюзію, що Україна є головною загрозою для міжнародної безпеки.

48. Наратив росії про те, що **Україна працює над створенням «брудної бомби»**, може бути використаний для того, щоб виправдати агресію проти України із залученням ядерної зброї. Він створює загрозу для України, адже росія може використати його як привід для превентивного удару по Україні з метою запобігання можливому використанню «брудної бомби» [59].

49. Пропагандистський наратив росії про те, що **застосування тактичної ядерної зброї проти України було б законним**, є неправдивим та не має жодного підґрунтя. Цей наратив суперечить міжнародному праву та принципам міжнародної безпеки та використовується росією для створення психологічного тиску на Україну та її громадян, створення загрози для безпеки України та її союзників, а також для підсилення своєї позиції на глобальній політичній арені [59].

50. Російська пропаганда намагається переконати своїх громадян та світову спільноту, що **українські землі є історично частинами росії**, що вони завжди були російськими і, що українці не є окремою нацією, а є частиною російської нації. [29].

51. Одним із найбільш вагомих наративів РП є ствердження того, що **«Європа не зможе вижити без російських енергоресурсів»**. Він використовується росією, щоб зміцнити свою позицію як провідного постачальника газу і нафти до Європи, допомагає зменшувати критику за її поведінку в міжнародних відносинах, адже Європа значно залежність від російських енергоресурсів і може боятися втратити доступ до них[61].

52. Пропагандистський наратив, що **«дарма україна чинить спротив, тому що захід її все одно кине напризволяще»** розповсюджується з метою дискредитувати Захід та підірвати довіру української громадськості до країн Європейського Союзу. Російська пропаганда намагається показати Захід як ненадійного партнера, що не виконує своїх зобов'язань та відмовляється від своїх обіцянок [31].

53. Пропагандистський наратив про те, що **«Україна – це проєкт антиросія»** використовується росією для різних цілей викликає певний націоналістичний резонанс серед російської громадськості, що змушує підтримувати політику росії щодо України, може також допомогти росії у відносинах з іншими країнами, які можуть бути більш схильні до сприйняття України як антиросійського проєкту [54].

54. РП стверджує, **«колективний Захід, особливо США, наживається на війні в Україні і тому йому вигідно її затягувати»**, дозволяє росії позбавитись відповідальності за війну в Україні і перекласти її на «колективний захід» та, зокрема, на США, залучити до себе певну підтримку в росії та серед її прихильників за кордоном, підірвати довіру до західних країн та організацій, таких як НАТО і ЄС, серед населення росії та за її межами [57].

55. Пропагандистський наратив росії про те, що **Америці потрібно заборонити втручатися у внутрішні справи інших країн**, має на меті зменшити вплив США в світі та підкреслити власну роль росії як лідера, який бореться проти інтервенції з боку інших держав[31].

56. Актуальний наратив РП, що **«існує вибір між «швидким миром» за рахунок примусу України до капітуляції (шляхом обмеження її підтримки) та тривалою війною шляхом постачанням зброї в Україну»**. В такому випадку росія також використовуватиме спустошену українську землю як плацдарм для нападу на інші країни – так само як вона використовує Крим та інші нині окуповані території для нападу на решту України[31].

57. Наразі наратив, що **«росія не може програти, а захід не може виграти цю війну»** доводить, що Захід не лише може – він повинен виграти цю війну, якщо хоче мати мир у наступні десятиліття і зберегти заснований на правилах світовий порядок. Україна показала, що перемогти росію легше, ніж вважалося раніше.

58. Брехливий наратив, що **«росію загнали в кут, отже, їй потрібні якості шляхи відступу (збереження обличчя)»** неадекватний, тому що програвши, путін просто змінить телевізійну реальність і переконає росіян, що росія виграла. Росіяни не загнані в кут. У них є 17 мільйонів квадратних кілометрів, де вони можуть жити й процвітати[58].

59. РП наративом **«готуємо протигази, здається, Зеленський всерйоз поставив собі за мету вмовити американців вдарити по росії і почати третю світову війну»** має на меті викликати страх і паніку серед російського населення та створити образ Зеленського як небезпечного і недостойного довіри лідера. Такий наратив також може бути використаний для виправдання будьяких можливих військових дій росії, навіть якщо вони будуть насправді необґрунтованими [31].

60. Наратив, що **«американці та захід хочуть знищити традиційні російські цінності та культуру»** створює ілюзію, що росія захищає свою культуру та ідентичність від зовнішніх загроз, і що американська культура та цінності ворожі до російської національної та релігійної ідентичності. Він допомагає російській владі збільшити свій вплив та підтримку населення, зокрема серед консервативно налаштованих росіян, які вважають, що російська культура та традиції під загрозою з боку Заходу[58].

61. Росія використовує пропагандистський наратив **що «Румунія прагне долучитись до розподілу українських земель та повернути собі Буковину»** тому, що бачить Румунію як конкурента за вплив на території України та намагається дискредитувати румунську політику в очах українців, створити напруження між Україною та Румунією, щоб відволікти увагу від своїх дій на міжнародній арені[31].

62. Росія використовує пропагандистський наратив **«україна співпрацює з ісламістськими терористичними організаціями, що може призвести до загрози безпеці в регіоні та в світі»** для того, щоб створити образ України як небезпечної країни, яка не може бути довіреним партнером в боротьбі з тероризмом. Це дає росії підстави для втручання в українські справи та виправдовує її військову агресію проти України[51].

63. РП використовує пропагандистський наратив про те **«росія не може програти війну бо, якщо програє, то наступить кінець всього»** , щоб

створити враження, що війна з Україною для неї не просто питання територіальної цілі, а питання існування держави. Цим намагається підвищити моральний дух своїх військових і громадян, залучити до підтримки своєї військової кампанії внутрішньополітичні та зовнішньополітичні ресурси, а також виправдати свої дії на міжнародній арені.

64. РП розкручує пропагандистські наративи, що **«корупція в Україні процвітає, а влада не робить нічого, щоб вирішити внутрішні проблеми»**, що **«український уряд – це правляча еліта, яка збагачується на розподілі бюджетних коштів та корупції»** з метою дискредитувати владу та показати її як непродуктивну та неефективну, створити образ України як нестабільної та нездатної до вирішення власних проблем, що змушує українську владу відвертати увагу від війни та сприяє утриманню влади росії незмінною[51].

65. Дуже нагальним є наратив про те, що **«невідомо, якою може бути перемога України»**, але весь цивілізований світ впевнений, що перемога України означає відновлення територіальної цілісності України в її міжнародно визнаних кордонах, а також створення умов для безпечної повоєнної відбудови. Це означає, що російські ракети чи артилерія не вбиватимуть українців і не знищуватимуть українські активи. Українська перемога буде також перемогою вільного світу – усіх країн, які вірять, що в майбутньому світ має керуватися правилами та перемовинами, а не законами джунглів[31].

Висновки по другому розділу

Сучасна російська воєнно-політична, пропаганда є тотальною, цинічною, відкрито брехливою, має прямим попередником радянську пропаганду та активно використовує досвід інших історичних авторитарних та тоталітарних режимів. Пропаганда в Росії нерозривна застосовується в тандемі з цензурою, яка рішуче відсікає будь-яке інакомислення.

Провідною рисою РП є ідея про множинність варіантів правди, те, що у неї є різні сторони, а надійність джерел зовсім несуттєва; безпринципність, цинізм, постійне вкидання дезінформації в інформаційний простір ЗМІ, брехливість, моделювання та створення «паралельної реальності», адаптивна ситуативність, протиріччя самій собі.

Її мета — не переконати, як у класичній пропаганді, а зробити інформаційне поле «брудним», щоб ніхто нікому не довіряв. Коли інформаційне поле вбито, все, що лишається — страхи, паніка та апатія.

Розпочата в лютому 2014 року пропагандистська кампанія, незвичайна за своєю інтенсивністю, тотальністю і агресивністю тону, різко змінила настрої в суспільстві проти України. Пропаганда оглушила людей, вони переведені у збуджений стан, всі імперські комплекси стали надзвичайно оживлені.

Державна російська пропаганда розглядає територію сучасної Української держави як історичні «російські землі», формуючи такі погляди у громадян російської федерації з дитинства Звинувачення влади України у нацизмі та опис України як нацистської держави є одним з головних наративів кремлівської та проросійської пропаганди

Головним штабом з вироблення антиукраїнських концепцій РП є адміністрація президента росії, де конкурують кілька центрів впливу. Безпосереднім джерелом аморальності та агресивності російської пропаганди є президент росії путін.

РП активно використовує психотехнології на різних рівнях інформаційно-пропагандистської війни. До них відносяться базові нейролінгвістичні психотехнології: модальний вплив, масова емпатія, робота зі станами, фреймінг та рефреймінг, асоціація/дисоціація, лінія часу, мета-програми, а також психотехнології в плив на масову свідомість: субмодальності, шкалювання, долання (створення) фобій, вирішення (актуалізація) інформаційних конфліктів, внесення змін у минуле, швидка зміна переконань, перебудова системи цінностей, переривання логічного ланцюга суспільної думки.

Наразі найбільш застосовується сугестивний вплив на суспільне несвідоме: масовий гіпноз, переконуючий вплив (навіювання), мілтон-модель, пропагандистські метафори, бренд-легенди (історії успіху), утилізація спадщини, політичний міфодизайн.

Основним методом пропаганди Кремля є тролінг, який має на меті викликати емоційну реакцію, створити полеміку, відвернути увагу від історичних і моральних істин. В основі російської антиукраїнської пропаганди лежить міфологізація масової свідомості, перетворення її на спотворений

світогляд. Пропагандистські міфи створюють віртуальну реальність, в яку потрапляють як широкі маси населення, так і його лідери. Міністр оборони Росії Сергій Шойгу назвав ЗМІ РФ «ще одним видом Збройних сил»

Фінансування -станом на 2012 рік Росія посідала (згідно з даними своїх державних ЗМІ) перше місце у світі за фінансуванням пропаганди, сумарно витрачаючи на неї 1,6 мільярда доларів США — більш ніж Китай та інші країни РП користується для досягнення своїх цілей, головними з них є такі.

Налякані, емоційно виснажені, дезорієнтовані люди — перша найлегша мішень для проведення інформаційних акцій та спецоперацій, якими РП користується для досягнення своїх основних цілей в умовах РУВ, серед яких можна виділити такі:

- масово деморалізувати населення України, насамперед, органи влади та військових-особовий склад Сил оборони;
- залякати і зламати бойовий дух; посіяти хаос і паніку;
- створити колапс в інфопросторі; зібрати потрібну інформацію;
- зруйнувати єдину комунікацію держави;
- дезорієнтувати органи воєнного управління, дезінформувати їх та відтягнути ресурси; скерувати активність у хибному напрямку;
- оновити та адаптувати пріоритетний наратив про Україну як «недодержаву»; загострити мовне питання;
- дискредитувати дії військових на фронті і територіальної оборони;
- нав'язати наратив, що краще мир на будь-яких умовах (російської сторони), ніж активні воєнні дії;
- роздмухати внутрішньополітичні чвари та всілякі негаразди влади;
- спровокувати розчарування в НАТО, ЄС та міжнародних партнерах України. .

РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМИ, ШЛЯХИ ТА ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОСИЛЕННЯ ЗАХИСТУ ОСОБОВОГО СКЛАДУ ВІД НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ ВОРОЖОЇ ПРОПАГАНДИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

3.1. Організація, напрями та сучасні шляхи вдосконалення захисту населення та ЗС України від негативного впливу російської пропаганди

Для розуміння організація захисту населення та ЗС України від негативного впливу російської пропаганди необхідно вияснити сутність, функції, завдання, основні заходи та порядок здійснення цього захисту.

Захист від негативного інформаційно-психологічного впливу пропаганди противника— це комплекс узгоджених і взаємопов'язаних заходів, які проводяться для забезпечення духовної та психологічної безпеки військовослужбовців шляхом прогнозування, запобігання та зриву негативного інформаційно-психологічного впливу пропаганди противника, нейтралізації його наслідків, недопущенням всіляких намагань дезінформувати, деморалізувати особовий склад, дезорганізувати його бойову діяльність[30].

Прогнозування негативного інформаційно-психологічного впливу пропаганди противника передбачає розвідку та виявлення сил і засобів його ІПсО, визначення спрямованості, форм і методів впливу ворожої пропаганди на наші війська; визначення негативних та інших чинників суспільно-політичної обстановки, які може використати пропаганда противника для деструктивного впливу; прогнозування наслідків її впливу та можливі реакції, зміни поведінки особового складу. Виявлення сил і засобів ІПсО противника покладається на органи розвідки[30].

Запобігання інформаційно-психологічному впливу пропаганди противника передбачає: ознайомлення військовослужбовців із силами і засобами ІПсО противника, тактико-технічними характеристиками засобів пропагандистського впливу, основними (можливими) каналами розповсюдження негативної інформації, можливими об'єктами її впливу; роз'яснення мети, завдань, форм і способів впливу противника; створення та організацію роботи груп військовослужбовців із виявлення, збору пропагандистських матеріалів противника; упорядкування (у разі потреби –

заборона) використання теле- і радіоприймачів військовослужбовцями; ретельний відбір осіб для роботи з бойовими документами і на засобах зв'язку.

Зрив негативного інформаційно-психологічного впливу пропаганди противника передбачає: виявлення деморалізованих військовослужбовців (підрозділів), діагностування їх стану і надання психологічної допомоги; своєчасні та рішучі дії із припинення паніки, чуток, ізоляції деморалізованих військовослужбовців (підрозділів); своєчасне, об'єктивне та психологічно доцільне інформування військовослужбовців про зміни обстановки, застосування противником нових видів зброї і засобів інформаційно-психологічного впливу; виявлення, збирання, аналіз і знищення пропагандистських матеріалів противника; виявлення та ураження сил і засобів інформаційно-психологічного впливу противника авіацією, РВіА, придушення його передач засобами РЕБ.

Нейтралізація наслідків інформаційно-психологічного впливу пропаганди противника передбачає: виявлення деморалізованих військовослужбовців (підрозділів), діагностування їх стану, надання психологічної допомоги, у разі потреби – ізоляцію, виявлення причин виникнення дезорганізації особового складу, усунення її причин та наслідків; роботу з розповсюджувачами деморалізуючих чуток, панікерами, аналіз слабких місць у системі захисту від інформаційно-психологічного впливу противника; відновлення організованості і боєздатності деморалізованих та дезорганізованих підрозділів, військових частин; застосування відповідних заходів з оптимізації всієї системи захисту від інформаційно-психологічного впливу противника[48].

До основних *організаційних заходів ЗНВ* належать: удосконалення законодавства держави та координація наукових досліджень в галузі забезпечення інформаційної безпеки; формування на стратегічному рівні державної системи управління забезпеченням інформаційно-психологічної безпеки; визначення завдань і повноважень виконавчих органів державної влади та органів державного самоуправління в галузі інформаційно безпеки; збереження єдиного інформаційного та духовного простору держави, традиційних устоїв суспільства та суспільної моралі; організація міжнародного співробітництва в галузі забезпечення інформаційної безпеки; аналіз, узагальнення змісту та технологій діяльності ЗМІ різних форм власності, а

також підрозділів інформаційних операцій противника у разі проведення інформаційно-психологічних акцій; перегляд, аналіз та висновки із змісту та характеру інформації, що розповсюджується на сторінках Інтернет; організація діяльності кореспондентів вітчизняних та зарубіжних інформагентств кореспондентськими центрами видів ЗС та оперативних командувань; під час ведення бойових дій відновлення системи інформації в умовах знищення противником державних телекомунікацій та виведення з ладу військових засобів інформування особового складу; створення системи підготовки кадрів з проведення ЗНВ та їх подальше працевлаштування[48].

До силових заходів ЗНВ слід віднести розвідку, цілевиявлення та ураження об'єктів інформаційно - психологічного протиборства противника авіацією, ракетним та артилерійським вогнем, подавлення його засобами радіо - електронної боротьби та інше. [30].

Головні зусилля системи заходів захисту від ППВ противника зосереджуються на *попереджувальній роботі*, яка передбачає:

визначення факторів суспільно-політичної, бойової та морально-психологічної обстановки, які можуть бути використані противником для ППВ на населення та наші війська;

вивчення, аналіз та узагальнення змісту, форм, методів, способів та прийомів ППВ противника, прогнозування його можливих наслідків, роз'яснення через ЗМІ, Інтернет в необхідних межах населенню та військовослужбовцям мети, завдань та технологій ПО противника, можливостей їх технічних засобів;

виявлення сил і засобів інформаційних операцій противника, встановлення їх можливостей, у тому рахунку і бойових, та порядку застосування, вживання заходів щодо придушення, припинення їх діяльності;

нейтралізацію діяльності інформаційних агенцій, органів ПО противника через випереджене розповсюдження у ЗМІ країни, комп'ютерних мережах Інтернет, органах військового управління фактів і подій, які відбуваються у державі, районах застосування військ (сил);

попередження (припинення) розповсюдження негативної інформації (чуток) через безперервне, об'єктивне, психологічно доцільне інформування населення, військовослужбовців, своєчасне знищення листівок та інших дезінформаційних матеріалів противника, обмеження індивідуального

використання особовим складом радіоприймачів, організація контролю за використанням радіозасобів в підрозділах зв'язку;

організацію взаємодії (співробітництва) з питань проведення заходів захисту від ІПВ противника (антидержавницьких сил) з органами державної влади та органами місцевого самоврядування, з відповідними органами МВС, ДПС України, Державної служби з надзвичайних ситуацій, СБ України[48]..

Порядок здійснення захисту від негативного ІПВ противника в загальному вигляді може бути таким:

- виявлення основних джерел негативного ІПВ;
- визначення змісту, тез та аргументів офіційної пропаганди, технологій, форм і способів діяльності органів ІПсО, державних ЗМІ противника;
- оцінка МПС населення і своїх військ в районі можливого застосування військ (сил), можливості і ступінь негативного впливу;
- уточнення та усунення факторів бойової, морально-психологічної обстановки, які активно використовуються противником для дезінформації та деморалізації воєнно-політичного керівництва, населення і військ (сил);
- прогнозування можливого розвитку бойових дій, сценарію інформаційної (психологічної) операції противника;
- постійне здійснення організаційних, контрпропагандистських та силових заходів захисту від ІПВ противника[48].

Звідси, організація захисту від негативного ІПВ пропаганди противника у військовій частині являє собою етап практичної реалізації рішення командира щодо всебічного забезпечення підготовки та застосування військ. Військова практика застосування військ (сил) показує, що організація захисту від негативного ІПВ пропаганди противника передбачає:

- доведення завдань захисту від негативного ІПВ пропаганди противника до їх безпосередніх виконавців;
- розгортання сил і засобів захисту від негативного ІПВ противника та системи управління ними;
- налагодження взаємодії в інтересах захисту особового складу військової частини, з'єднання від негативного ІПВ пропаганди противника;
- надання допомоги та всебічний супровід відповідних заходів;

– контроль за виконанням відповідних рішень командира щодо захисту особового складу військової частини від негативного ППВ пропаганди противника тощо[48].

Основними завданнями захисту особового складу військової частини від негативного інформаційно-психологічного впливу пропаганди противника є:

- інформування особового складу та роз'яснення особовому складу державної політики в області оборони та безпеки України, рішень військово-політичного керівництва країни щодо причин та необхідності захисту суверенітету та територіальної цілісності України;

- аналіз і прогнозування інформаційної обстановки районі (регіоні);

- збір і узагальнення даних про джерела негативного інформаційно-психологічного впливу на особовий склад з виробленням конкретних заходів щодо його нейтралізації;

- нейтралізація інформаційно-психологічного впливу противника, недопущення деморалізації, морально-психологічного подавлення особового складу частин, з'єднань;

- зміна на свою користь співвідношення морально-психологічної стійкості у порівнянні з противником, підтримання її на рівні необхідному для успішного ведення бойових дій;

- проведення інформаційно-психологічних заходів, спрямованих на свої війська і місцеве населення з метою захисту від негативного інформаційно-психологічного впливу противника;

- організація профілактичних заходів щодо попередженню розповсюдження неправдивої інформації серед особового складу, недопущення виникнення масових, негативних психічних реакцій;

- надійне перекриття каналів негативного ППВ на особовий склад, організація суворого контролю за використанням радіо засобів, мобільного зв'язку та соціальних мереж в підрозділах;

- попередження розповсюдження чуток, тривожних висловлювань і протиправних дій і недопущення деморалізації, дезінформації і погіршення морально-психологічного стану військ. [30].

До основних шляхів посилення захисту від негативного впливу російської пропаганди в умовах РУВ можна віднести наступні.

1. Оновлення та конкретизація «контентної» та «технологічної» складової інформаційної безпеки держави. Зокрема, треба максимально унеможливити діяльність та поширення впливу проросійських ЗМІ. Насамперед, не допустити дестабілізації українського суспільства через інтернет-ЗМІ. З метою унормування діяльності з поширення інформації в мережі Інтернет треба нарешті ухвалити вже розроблений законопроект «Про media». Адже він є надзвичайно актуальним в умовах повномасштабної війни РФ проти України, унормовує порядок діяльності Нацради та медіа під час воєнного стану, визначає зміст інформації, пов'язаної з війною, яку забороняється поширювати. Серед положень якого також вбачається необхідним: визначення правового статусу та принципів діяльності Інтернет-ЗМК як нетрадиційних ЗМІ; визначення окремого статусу та порядку ліцензування для конвергентних аудіовізуальних ЗМК та електронної преси; визначення прав та обов'язків вітчизняних та зарубіжних суб'єктів інформаційних відносин в національному сегменті мережі Інтернет; недопущення цензури Інтернет-ЗМІ тощо [12, с.47-53].

2. Існує нагальна потреба створення в Україні окремих контрпропагандистських структур. Жителі України у більшості усвідомлюють необхідність переконливого представлення своєї позиції у світі. За результатами опитування, майже половина (49%) підтримують ідею створення в Україні контрпропагандистського телеканалу або формування Міністерства із контролю інформаційного простору [55]..

Тобто патріоти України відчують необхідність рішучих кроків для зміцнення інформаційної політики держави і готові підтримати різні заходи, які могли би стати складовими інформаційної безпеки України – такі як посилення інформаційної антиросійської спрямованості РНБО, , Кабінету Міністрів, Міністерства оборони, Міністерства закордонних справ, Міністерства культури та інформаційної політики, структур розвідки іт.інш.

В Положенні про Центр протидії дезінформації при РНБО прямо вказано про посилення його діяльності «.. в напрямку планування, управління та координації роботи органів державної влади щодо виявлення на ранній стадії ознак проведення різних інформаційних акцій РП, здійснення їх аналізу, формування комплексу загальнодержавних заходів щодо запобігання, зриву та нейтралізації, розроблення заходів контрпропагандистського характеру. [36].

3. Абсолютна більшість (82%) жителів України переконані, що українські медіа мають об'єктивно висвітлювати ситуацію в країні, розповідаючи як про успіхи, так і про помилки у діях українських військових, у діях української влади, надаючи максимально достовірну інформацію про ситуацію [50].

4. *Посилення міжнародного співробітництва з питань інформаційної безпеки.* З цією метою медіа-діяльність ключових публічних осіб держави має бути позбавлена популізму, непослідовності, розбіжності між словами ділом, не публічності та негласності. Лише кризовий дискурс перших осіб держави не може бути містком для комунікації між Україною та світом[50].

5. Діяльність української влади мусить бути прозорою, адже саме закритість, кулуарність ухвалення рішень створюють сприятливий режим для локальних маніпуляторів РП. Правильність цієї позиції підтверджують і останні дослідження: українське суспільство готове до правди, якою б вона не була. Правдиве висвітлення реальності РУВ руйнуватиме міф росіян про брехливість українських ЗМІ і повертатиме до них довіру громадян [48].

6. *Розширення інформаційно-технологічних механізмів протидії РП та нейтралізація впливу колаборанських суб'єктів в українському інформаційному полі* шляхом поглиблення рівня виявлення та швидке знешкодження різного роду проросійських агентів впливу серед місцевого населення, вдосконалення інструментарію медіа-комунікативного менеджменту для блокування поширенню чуток, компромату; створення бази контраргументів[51].

7. Впровадження *технологій «спіндокторства»* (своєрідне «лікування події»), тобто вдосконалення управління розвитком подій, яке передбачає гальмування новин, прискорення їх поширення, продовження життя новин. Цілу низку прийомів такої діяльності виробили західні спіндоктори, серед них: «пробні шари»; «диригування комунікацією», монополізація інформації; «пакетування» негативних новин; пряма комунікація; створення кола «довіrenих» журналістів; підготовка такої комунікації, яка б не допускала журналістської диктатури [8].

8. Створення *якісного національного інформаційного продукту*, в тому числі польською, угорською, німецькою, румунською, та іншими мовами, з метою витіснення антиукраїнського великодержавного російського інформаційного продукту, який створює загрози національній безпеці нашої

держави, а також *наповнення світового інформаційного простору* позитивною інформацією про життя і події в Україні [18].

9. *Забезпечення вільного доступу у будь-якій точці України та за її межами до всього багатства українського культурного світу, до української класичної та сучасної літератури, журналів, музики, архівних матеріалів тощо. Для цього потрібно прискорене оцифрування усіх енциклопедій, словників, довідкових видань, класичних та сучасних художніх, філософських, культурологічних та наукових видань. При цьому важливо щоби доступ до всього названого був з мінімальною вартістю. Дуже бажано підтримувати вихід «товстих» журналів та «серйозних» (системних) електронних видань [7].*

10. *Максимальне підвищення поінформованості населення про реальний стан бойових дій та суспільно - політичної обстановки у фронтових, прилеглих та тимчасово окупованих районах, зокрема, проведення спеціальних воєнних PR-кампаній, створення різних відеоформатів про ситуацію на фронті для підвищення рівня правдивого сприйняття інформації з боку активних верств суспільства, мінімізації поширення наративів РП, чуток тощо[18].*

До базових наративів захисту від негавного впливу РП для активізації контрпропаганди в умовах РУВ важливо додати ще й такі:

вигадавши "міфічний російський світ", який протистоїть параметрам цивілізованої спільноти, росія намагається силою нав'язати свої тоталітарні "рашистські стандарти" іншим країнам;

путін вважає що в нього є "індульгенція" на знищення українців, які не підкорилися його божевільним геополітичним примхам добровільно розчинитися в російському етносі;

війна, яку веде рф в Україні, назавжди розділила українців і росіян. Водночас розпався міф про нібито "братні народи", який створила радянська, а потім розширила путінська пропаганда;

відокремлена від людської раси недолудина "homoputinis" (людина путінська) після своїх злочинів проти людяності в Україні поставила себе поза законами, правилами та приписами людства;

не можна знімати з росіян провини за війну путіна в Україні. Адже абсолютна більшість населення Росії свідомо дозволили тиранові залишатися при владі більше 22 років і з задоволенням демонстрували повну підтримку його злочинному режиму. Росіяни навіть сьогодні поводять себе так, ніби і не

було цих років безглуздої війни, жахливих жертв з боку України та страшних руйнувань наших міст і сіл;

позбавитися путінізму можливо лише після нищівної воєнно-політичної поразки росії, повного банкрутства мафіозного режиму олігархічних політиканів та викорінення російського націонал – імперіалізму[18].

11. Посилення поінформованості населення *прифронтових територій ворога про успіхи ЗС України та воєнні злочини російської армії*, про реальний стан та тенденції розвитку воєнно - політичної обстановки (ВПО) в Україні, росії та світі.. Обізнаність російської громадськості щодо реальної ситуації на фронтах та ВПО формуватиме можливості громадського тиску на свою владу.

12. Нарощування зусиль українських ЗМІ по протидії російській пропаганді не лише в зоні не бойових дій, а і для *громадян тимчасово окупованих територій*, які не отримують правдивої інформації про хід РУВ. Потрібна асиметрична реакція на технології РП, що застосовуються в РУВ – максимально чесний діалог з власним народом. Щоб бути ефективними, *необхідно уникати спроб змагатися з ворогами у брехні [12].* .

13. З метою *підвищення відповідальності журналістів* під час здійсненні своїх професійних обов'язків та дотримання етичних стандартів практикувати проведення PR-кампаній, з закликом до іноземних журналістів дотримуватися «клятви Гіппократа для ЗМІ» [25].

14. Розширення та *активізація суб'єктів системи контрпропагандистської діяльності* типу «Не Формат», «StopFake» та різних суспільних організацій «Центру Медіареформи» в Україні. Громадські організації та рухи в межах своїх можливостей намагаються проводити певну діяльність, але їх можливості надто обмежені. [54].

15. *Оновлення та розширення сайтів «Інформаційних військ України»* Наразі велика кількість блогерів зі значною кількістю підписників зголосилася працювати над виробленням антиросійського контенту. Це наша перевага над ворогом, у якого нічого подібного немає й бути не може. [44].

16. *Відновлення та розширення програми «Відкрита влада»*, яку було започатковано ще в АТО задля відкритості та прозорості роботи відомства, при цьому акцентувати увагу на впровадженні Мультимедійної платформи іномовлення України. [25].

3.2. Практичні рекомендації особовому складу по захисту від негативного впливу російської пропаганди в умовах російсько-української війни.

Методів маніпуляції і потаємних цілей у РП, які представлені в другому розділі цієї роботи, є дуже багато, і від того аби втрапити в інформаційно-психологічну пастку не застрахований ніхто.

Головне — не робити того, чого від кожного з нас сподівається ворожа пропаганда. Тому усім силам контрпропаганди треба активно пропагувати серед особового складу наступні **методичні поради по захисту від негативного інформаційно психологічного впливу**

Не вірте беззастережно будь якій сторонній інформації про воєнні події . Насамперед, тому що ворожа пропаганда дуже вміло маскується під личину структур та діяльність нейтральних або ж навіть проукраїнських інформаційних суб'єктів. Перевіряти інформацію під час війни надзвичайно важко хоча б тому, що звичний зв'язок із джерелами практично зруйнований. Чисельні медіа поширюють багато інформації, яка не пройшла стандартної для якісної журналістики процедури перевірки. Вони не хочуть опустити планку вимог до такої перевірки інформації, адже тоді не буде що повідомляти.

Якщо ви не бачили якусь подію на власні очі, не чули пряму мову, зафіксовану на відео і явно не вирвану з контексту, — довіряйте їй обережно. Завжди тримайте в голові, що будь-яке повідомлення у час війни може бути вміло сфальсифікованими, неточним або зовсім не підтвердитись. [275]

Обережно з інтерпретаціями сприйнятої інформації. Творці фейків та пропагандистських матеріалів добре знають, що новини, доповнені фотографіями, відео- чи аудіозаписами, сприймаються на віру набагато краще — адже ось є і доказ. При цьому часто коментарі чи підводки до цих фото, відео чи аудіо дають готову інтерпретацію, програмуючи на певне сприйняття того, що ви чуєте чи побачите. Наприклад, про фото людей, які стоять при дорозі, вам напишуть, що це мешканці України зустрічають із квітами російські танки. А насправді це черга за пивом у Барнаулі [55].

Не вірте навіть переконливим переказам. Не переказуйте іншим важливу інформацію почуту ще від когось далі без перевірки. Нещодавнє дослідження ГО «Детектор медіа» та фонду «Демократичні ініціативи» засвідчило, що отримання інформації «з уст в уста» є одним із найпоширеніших способів споживання новин. 28% опитаних кажуть, що в першу чергу дізнаються новини від друзів і знайомих.

Усі вони в цей час працюють «зіпсованими телефонами», тому не варто включатися в цей процес. Важливі новини, почуті від інших людей, слід перевіряти в офіційних джерелах, а другорядні пропускати повз вуха [54].

Не звертайтеся джерел чорної та сірої пропаганди. І в мирний час, а особливо у час війни, працює величезна кількість інформаційних смітників. Деякі з них транслюють рафіновану пропаганду і добірну брехню, але частіше — чергують брехню з напівправдою і навіть правдою, іноді навіть на позір «незручною» для агресора. Таке подання контенту викликає більше довіри.

Вас може спокушати ідея подивитися, «що там брешуть», як виглядає ситуація з іншого боку. Не варто піддаватись цій спокусі. Токсичні матеріали засмучують, посилюють сум'яття, змушують марнувати час і сили на суперечки в коментарях із людьми, яких ви ніколи ні в чому не переконаєте. Вам краще не знати, що там брешуть наші вороги— брехня знайде вас і без походів на ворожу інформаційну територію [21].

Стежте за своєю реакцією. Складно рекомендувати «заспокоїтись» і «не хвилюватись» у жахливі та вирішальні для країни та її народу дні. Психологи пояснюють бажання постійно споживати новини у кризових ситуаціях ілюзією контролю. Але виведений з рівноваги, паралізований страхом, розгублений чи охоплений непродуктивним гнівом воїн чи простий громадянин — сумнівна цінність для захисту Батьківщини. Якщо з певних причин ви не можете включитися в боротьбу або допомагати тим, хто бореться, не можете опанувати свої емоції, краще не споживайте новин узагалі - без більшості з них цілком можна прожити кілька днів для психологічного відновлення .

Бути поінформованим — важливо, але зберегти психічне здоров'я, не нашкодити собі та іншим, — важливіше. Адже ми хочемо витримати, відбити навалу й дожити до того дня, коли новини з України знову стануть звичними.

Не будьте бездумними поширювачами. Особливо це стосується повідомлень з припискою «!!!максимальний репост!!!». Саме завдяки автоматичним поширювачам, які вважають, що роблять щось корисне, натискаючи кнопку «репост», найшкідливіші фейки стають вірусними та охоплюють мільйонні аудиторії. Краще — взагалі нічого, так безпечніше. Відсутність ваших репостів не буде великою втратою, зате ви точно не станете мимовільним поширювачем фейків. Перш ніж поширити будь-яке повідомлення, переконайтесь, що ви:

1. Уважно його прочитали, якщо в ньому є відео — переглянули, а якщо аудіо — дослухали до кінця.

2. Знаєте людину, організацію чи медіа, що є джерелом повідомлення, і знаєте, яким є першоджерело і чи компетентна ця людина чи організація, чи її теж «попросили поширити»?

3. Розумієте, навіщо вас просять це поширити. З'ясуйте яка мета масової публікації цієї інформації. Чи допоможе вона комусь? Чи спонукатиме до певних дій? Ви впевнені, що це розумно і правильно?

4. Спочатку зробіть хоча б хвилинну паузу. За цей час початковий імпульс згасне, і ви, можливо, зможете подивитись на інформацію, яку вам пропонують поширити, по-іншому.

5. Не впевнені — не поширюйте. Професійний досвід показує, що зовсім небагато випадків, коли люди шкодували, що не поширили інформацію і маса випадків, коли за бездумне поширення було соромно[55].

Знайдіть «командира». Це якраз та ситуація, коли один у полі не воїн. Якщо тисяча користувачів твітера просуватимуть кожен свій гештег про підтримку України, вийде не твітер-шторм, а безглуздий хаос. Справжній «інформаційний фронт» діє скоординовано й виконує завдання, узгоджені з військовим керівництвом. Знайдіть організацію, яка професійно й системно працює на одній із ділянок інформаційного спротиву — їй можуть бути потрібні волонтери. Або вам підкажуть, куди звернутися, аби ваша енергія була скерована в продуктивне русло [39].

Не виконуйте нічийх вказівок і порад, окрім тих, що опубліковані на офіційних сторінках військового керівництва держави чи органів державної влади, або тих, які лунають в ефірі «Українського радіо» чи інших офіційних каналів оповіщення. Якщо бачите повідомлення з посиланням на офіційні джерела, але на інших платформах — перевіряйте першоджерело.

Не вступайте у соцмережах у жодні конфлікти чи кампанії цькування, ініційовані невідомими вам людьми. Одне з головних завдань Росії — роз'єднати українців і змусити їх битись між собою тоді, коли потрібно разом бити ворога.

Не вигадуйте й не поширюйте патріотичних фейків «для підтримання бойового духу». Вам може здатись це непоганою ідеєю, але це не так. Величезна кількість неправдивих повідомлень, «міських легенд», спростувань раніше поширеної інформації доводить суспільство до того, що воно вже не сприймає на віру жодної інформації навіть із офіційних джерел [39].

Не відкривайте сумнівних листів та повідомлень від невідомих вам відправників. Вірусна атака під час війни дуже ймовірна. Вам може здаватись, що особисто ваш смартфон чи комп'ютер нікому не потрібен, бо ви — не публічна

людина. Але це не так: якщо ви уражені вірусною атакою, ваш гаджет може стати частиною мережі, яка поширює цю атаку далі.

Не залишайте ніде своїх персональних даних — онлайн-анкети, петиції та інші форми, які просять вас вводити інформацію про себе, під час війни є особливо небезпечними. Краще вашого підпису не буде під черговою петицією «забороніть Путіна», ніж інформація про вас потрапить до ворожої бази даних.

Видаліть вайбер — або, принаймні, припиніть читати групи, в яких поширюється неперевірена інформація. Велелюдні немодеровані чати, куди може додаватися хто завгодно — територія особливої небезпеки[9].

Не реагуйте на масову розсилку sms або повідомлень у месенджерах, навіть якщо відправник — нібито якась серйозна організація чи орган влади. Все важливе, що має повідомити влада, вона повідомить через офіційні канали оповіщення та свої верифіковані сторінки у соцмережах[39].

Коли хтось розповідає вам захоптиву, жахливу, тривожну новину — **запитайте про джерело**. Не полінуйтесь перевірити, чи справді в цьому джерелі є така новина. Якщо ні — переконайте співрозмовника не поширювати цю інформацію.

Робіть перерви у споживанні інформації, а особливо — в її поширенні. Хвилини, витрачені на хатні справи, волонтерство, особисте спілкування з рідними і близькими — корисніші, ніж хвилини гортання стрічки новин, яка приносить вам деструктивні емоції.

Постарайтесь максимально утриматися від отруєння ворожими вкидами та фейками, не марнувати час на вигадки, які РП намагається видати за новини.

Як вже було розкрито вище, Росія намагається не тільки фізично знищити українців, ай отруїти «отруїти криниці» — вкидає деструктивну інформацію, тисне на больові точки суспільства, аби розсварити українців, підірвати їхню єдність та готовність чинити спротив загарбникам, примусити до зради чи капітуляції. Оскільки Росія більше не має в Україні власних медіа, головне поле її пропагандистських диверсій — соціальні мережі, месенджери і ютуб. Є також спроби хакерських атак і поширення фейків через зламані українські медіа, але ці спроби часто недолугі: «діпфейку», себто імітації виступу президента В.Зеленського з оголошенням про «капітуляцію навряд чи хтось повірив. Соціологічні опитування свідчать, що за цей час єдність суспільства і віра в перемогу України лише зміцніла.

Втім святкувати перемогу зарано, і в інформаційній війні також. Росія має чимало ресурсів для інформаційно-психологічних спецоперацій. І якщо на полі бою час, грає імовірно на нашу користь, то в інфопросторі це не завжди так: люди виснажуються, конфліктують між собою, вимагають простих рішень і відповідей. Так само закономірно, що новин із офіційних джерел не досить, аби почуватись поінформованим про ситуацію, яка весь час змінюється. Адже «всієї правди» про війну ці джерела не оприлюднюють. Тому рано чи пізно кожен починає шукати інші джерела, з яких можна отримувати додаткові факти і думки [20].

Надаємо пропозиції, як добирати ці джерела, користуватись ними і адекватно оцінювати інформацію.

Неправдивої, неточної, перекрученої інформації під час війни **переважаюча більшість**. Звісно, варто обирати насамперед ті джерела інформації, які перевіряють факти, не публікують псевдо новин або «патріотичних фейків». Але план-мінімум — викреслити зі свого інформаційного меню джерела, які брешуть чи маніпулюють свідомо.

Тому спочатку треба поставити головне запитання щодо джерела, з якого ви бажаєте отримати новини - **навіщо це джерело взагалі поширює інформацію?**

Є люди й організації, які займаються цим професійно: журналісти, медіа, комунікаційники, пресслужби, частина блогерів. Вони отримують за створення і поширення контенту гроші, це їхня робота за просування своїх інтересів, власників, інвесторів, рекламодавців, політичних патронів. Під час війни це стало поширеною маргінальною практикою в Україні[20].

Разом з тим зараз в Україні побільшало людей, які мають бажання, час і можливість долучитися до «інформаційного війська»: допомогти конкретним чи уявним людям, позитивно вплинути на громадську думку, навіть дезінформувати ворога, заспокоїти власну душу або що.

Тут і проявляється головна відмінність між **професійними якісними медіа** та будь-якими іншими джерелами інформації. Медіа, де працюють фахові журналісти, які дотримуються професійних стандартів, вміють фільтрувати інформацію і зацікавлені в цьому. Адже вони добре розуміють наслідки поширення брехні, відчувають відповідальність за якість свого контенту та дбають про свою аудиторію. І серйозно помиляються вони набагато рідше, ніж блогери, анонімні телеграм-канали, новинні агрегатори тощо; і якщо халепа сталася, професійні медіа докладають зусиль, аби виправити помилку і донести до аудиторії правду.

Зворотний бік цієї медалі — завищений рівень вимог саме до медіа, які позиціонуються як незалежні й чесні. Варто їм схибити раз, як на них ллється потік ненависті і деструктивної критики. Отже, більше можна довіряти медіа з білого списку українського Інституту масової інформації, хоча ніхто не застрахований від помилок[18].

Також не варто забувати про небезпеку зламу й хакерської атаки — якщо ви бачите, що медіа, якому ви довіряєте, публікує щось нетипове й сенсаційне, краще пошукайте підтвердження в інших джерелах. Росіяни вже не раз ламали провідні українські медіа та постійно піддають їх DDoS-атакам.

Спільний теле- і радіомарафон — порівняно якісне джерело інформації: тут не будуть поширювати російську дезу, намагаються перевіряти факти та спираються на дані з офіційних джерел. Однак варто зважати на те, що частина новин озвучується в прямому ефірі, коли перевірка фактів зразу неможлива, а редактори й журналісти не впливають на те, що говорить експерт або герой.

Якісні медіа можуть розчарувати тих читачів, глядачів і слухачів, які розраховують отримати багато яскравих ексклюзивів, «інсайдів» (тобто інформації, що пояснює, «як усе є насправді»), скандальних колонок тощо. Адже зараз журналісти застосовують раціональну самоцензуру, не публікуючи те, що наполегливо просить не публікувати військове керівництво, уникають думок, які розпалюють внутрішні конфлікти тощо[15].

Тому аудиторію тягне в бік українських блогерів та телеграм-каналів, які пропонують менш якісний і добірний, але більш привабливий контент. У тому числі те, що під час війни замінило українцям серіали та розважальні шоу: картинки з поля бою зі спаленою технікою, збитими літаками, мертвими росіянами та переможні реляції українських військових та цивільних керівників.

У цих джерелах частка неправдивої чи перекрученої інформації вже набагато більша, адже тут не діють ані редакційні правила і стандарти, які стримують медіа від поширення фейків і помилкових повідомлень, ані будь-яка відповідальність, яка могла би змусити до обережного поводження з фактами. Якщо ви не готові розчаровуватись, дізнаючись, що новини, які викликали у вас позитивні емоції та додали надії, були вигадкою, — краще ставтесь до повідомлень таких джерел обережно, **не беріть на віру, поки нема офіційного підтвердження** [15].

Анонімні телеграм-канали та сторінки, а також агрегатори новин і медіа-«ноунейми», які не повідомляють нічого про свою команду і публікують непідписані матеріали, — це ще вищий рівень небезпеки дезінформації. Багато з

них сприймають війну як чудову нагоду збільшити аудиторію, яка зараз швидко росте, якщо пропонувати їй будь-які повідомлення про позитивний перебіг та перспективи бойових дій.

Ще небезпечніше джерело інформації — немодеровані групи в соцмережах або вайбер-чати. Сюди росіяни закидають чимало навмисної дезінформації аби посіяти паніку, видурити в українців дані про пересування військової техніки або коригувати вогонь своєї артилерії. Крім того, чимало неправдивих повідомлень циркулюють там за принципом вірусів.

Також у вайбер-чатах і немодерованих спільнотах поширюють фішингові посилання, які крадуть у людей персональні дані та шахрайські оголошення про збір грошей. Боротися з подібним контентом дуже важко. Краще просто повиходити з усіх чатів і спільнот на час війни.

Нарешті, найтоксичніші з доступних зараз українцям джерел — анонімні телеграм-канали, які працюють на Росію. Усі ці «легитимные», «резиденты», «тёмные рыцари» такі ж чесні як Анатолій Шарій в усіх його іпостасях. Центр протидії дезінформації при РНБО склав перелік таких каналів, але список цей, дуже неповний. Ці канали були навмисно створені й розкручені, щоб дезінформувати українців та маніпулювати ними. Не всі вони на перший погляд справляють враження проросійської пропаганди. Деякі навпаки — вдають, що витримують баланс, чергуючи повідомлення про поразки України, втечу Зеленського чи капітуляцію із «антипутінськими» повідомленнями або інсайдами про невдачі російської армії. Однак це робиться лише для того, щоб у слушний момент читачі були більш вразливими до справді ключових меседжів, які Кремлю потрібно поширити серед українців. Ці канали, як і будь-які пропагандистські російські медіа, варто категорично виключити зі свого інформаційного меню. Навіть якщо вам здається, що ви невразливі до російської пропаганди і зможете зберігати критичне мислення, краще не ризикувати. Пам'ятайте, що на тлі фізичної і моральної втоми, стресу, перенасичення інформацією спроможність відрізнити фейк від правди може слабнути [39]..

Найскладніше фільтрувати інформацію, яку ви отримуєте зі стрічки фейсбука, твітера чи інших соціальних мереж. Наша увага влаштована так, що ми спершу дивимось на картинку, потім — читаємо текст, і в останню чергу звертаємо увагу на те, хто є джерелом інформації. Навіть якщо ви дуже ретельно добираєте джерела і коло спілкування, завжди є небезпека, що у вашу стрічку потрапить дезінформація або російська пропаганда. Тому слід узяти собі за правило: **не поширювати ніякої інформації**, перш ніж ви переконаєтесь, що вона

походить із надійного джерела, не є застарілою або помилковою. Краще буде, якщо ви не будете поширювати нічого взагалі, ніж якщо мимоволі станете частиною механізму вірусного поширення дезінформації.

«Не поширювати» означає не лише не постити в соцмережі, не розсилати електронною поштою чи у месенджерах, а й **не переказувати та не озвучувати вголос** у присутності інших людей. Сидіти, втупившись у телефони, та озвучувати уривки новин вголос — типовий спосіб проведення часу мільйонів українських сімей у ці дні. А дослідження медіаспоживання, проведене перед війною в Україні, засвідчило, що для 28% людей рідні, друзі і знайомі є одним із головних джерел інформації. Тому слід опанувати себе й навіть ненавмисно не озвучувати фактів, які можуть виявитись насправді не фактами, чи ворожими вкидами.

Нинішня війна з росією — це, на жаль, надовго, а тому українцям потрібно бути продуктивними, спокійними, здоровими й витривалими. Слід працювати над зменшенням своєї психологічної залежності від споживання новин, робити перерви, відписатися від писучих балакунів, читати книжки, спілкуватись з дітьми, друзями, головне - не дозволяти інформаційним потокам затягти вас у вир.

Для перемоги в інформаційній війні вірити російським фейкам замало.

Слово «фейк» на позначення неправдивої інформації пішло в народ. Чуємо його регулярно від представники навіть вищої влади, в ефірі марафонів українських каналів. Здається, що мрії фахівців з інформаційних війн потроху справджуються, адже поняття фейк, а разом із ним і усвідомлення загроз на інформаційному фронті, шириться масами. Проте не все так однозначно.

Сучасні заміри ставлення українців до тез РП та й показують, що тут є над чим працювати. Адже інформаційна війна — це не тільки фейки, які є найменшою одиницею такої війни. Вони є солдатами інформаційного війська. РП пачками штампує фейки, так само як командири відправляють солдатів воювати. У старому й поношеному обмундируванні. Є фейки, які закидають роками знову і знову.

Над фейками стоять меседжі — чіткі й зрозумілі повідомлення. Вони як ракети, їх випускають у конкретну ціль. Меседж складається з фейків, тобто РП використовує фейки щоби наповнити меседж, сформувати його. Їх значно менше, ніж фейків, оскільки, щоби сформувати та просунути меседж, потрібні ресурси. Меседжів може бути декілька й інколи вони навіть суперечать одне одному.

У здоровій стратегічній комунікації меседжі не мають суперечити один одному, проте у світі російських інформаційних впливів усе інакше. Оскільки часто задачею РП є спантеличити аудиторію, заплутати, щоби її система координат повністю збилась. Тобто РП не завжди намагається змусити українців у

щось вірити, часто вона старається підірвати довіру взагалі, показати, що вірити не можна нікому.

Збірка меседжів об'єднується в наратив. Задача наративів — сформувати певний світогляд. Саме наратив є стратегічно найважливішим, бо меседжі можна модифікувати, а наратив — це стала історія. Щоби якісно сформувати наратив, необхідні час та ресурси. Найпопулярнішим наративом Росії щодо України є твердження про «неспроможну державу». Меседжі, які наповнюють цей наратив, стосуються історії, культури, економіки ..,тобто все, що можна використати для підтвердження наративу.

Іншим центральним наративом РП є твердження про «українських нацистів», що використовує росія, як одну з підстав для повномасштабного вторгнення в Україну. Для підживлення цього наративу Кремль продовжує говорити про денацифікацію України, як одну з вимог домовленостей про мир. Цей наратив також наповнюють різноманітні меседжі, такі як «в Україні при владі нацисти», «Україна забула про перемогу над нацизмом», «УПА — колаборанти Гітлера», а гасло ‘Слава Україні!’ — це калька з нацистського ‘Гайль Гітлер!’. Цей список можна довго наповнювати.

Отже, є наратив, який складається з меседжів, які живлять фейками, маніпуляціями та спекуляціями - така піраміда РП. При цьому можна легко ідентифікувати російські фейки, але водночас піддатися певним меседжам чи навіть повірити в якийсь наратив.

Тому, формуючи критичне мислення, треба навчитися аналізувати всю піраміду. Тобто коли бачите російський фейк чи маніпуляцію, піднімайтесь вгору по піраміді та зясуйте, який меседж та наратив наповнює цей фейк, для чого, що має стати наслідком такого інформаційного впливу. Так, принаймні, можливо значно нейтралізувати вплив РП — не робити того, на що вона сподівається.

3.3 Досвід організації захисту від російської пропаганди в Європейському союзі та можливості використання західних медіа

Блокування російської пропаганди за межами РФ 18 березня 2014 року міжнародний відео-сервіс Youtube заблокував акаунт державного пропагандистського телеканалу Russia Today за «обман, поширення спаму, неприпустимий вміст у відео» [27]. Органи влади Туреччини заблокували доступ до сайтів російського інформагентства «Sputnik», яке було засновано прокремлівським агентством «Russia Today». В кінці березня 2016 органи влади Латвії заблокували портал Sputniknews.lv, Агентство «Sputnik» припинило свою

діяльність не тільки в Латвії, але і в Швеції, Норвегії, Данії та Фінляндії. Естонії. Всього «Супутник» поширювався більш ніж на 30 мовах світу.[27]

У відповідь на повномасштабне вторгнення росії в Україну в 2022 році Україна ввела обмеження доступу майже до всіх російських ЗМІ, заборону трансляції російських телеканалів та доступу до російських соціальних мереж, блокування веб-ресурсів, які належать російським розробникам або пов'язані з російськими громадянами [45]

Так, наприклад, в США у 2018 році було утворено **Центр глобальної взаємодії для боротьби з російською інформаційною кампанією** за такими напрямками як: залучення передових технологій з метою своєчасного виявлення іноземних кампаній з дезінформації; аналіз іноземної аудиторії, найбільш схильної до дезінформації; розвиток партнерських відносин з ключовими фігурами на місцевому рівні з метою розробки контенту для найбільш вразливої від фейків аудиторії тощо.

Загалом в ЄС також існує Центр протидії дезінформації, створений ще у 2015 році. У фокусі його уваги на першому плані – РП та фейки. Невипадково 25 квітня 2018 року ПАРЄ ухвалила резолюцію про протидію російській пропаганді на рівні ЄС, згідно з якою державам - членам Ради Європи рекомендується створити власні органи (observatories) для відстеження фактів поширення дезінформації і фейків російського походження [27, с. 184].

Власне перелік міжнародних механізмів протидії пропаганді війни зводиться до таких груп:

- правові механізми, які втілюються в нормах міжнародно-правових актів та мають загальнообов'язкове значення для міжнародної спільноти, яка приймає та ратифікує такі акти в національних законодавствах. Такі механізми частіше за все імплементуються в національне законодавство або шляхом ратифікації актів, або шляхом прямого включення положень міжнародно-правових актів у національне, переважно кримінальне, законодавство;
- організаційні механізми формуються як різні форми взаємодії суб'єктів міжнародного права у сфері протидії пропаганди війни, зокрема у вигляді різноманітних стратегічних програм ООН, конференцій та інших моделей відносин суб'єктів міжнародного права;

– інституційні механізми, які реалізуються в конкретній діяльності окремих структурних підрозділів ООН, регіоналах та інших організаціях, метою яких є протистояння пропаганді війни, або які наголошують на тому, що це є одним із напрямів їх діяльності, зокрема Міжнародний суд ООН, Міжнародний кримінальний суд тощо [14, с. 301].

Пропаганда війни відноситься до такої категорії злочинів, за які передбачена міжнародна кримінальна відповідальність. Нюрнберзький трибунал за часом свого проведення є першим в історії міжнародним кримінальним судом у контексті притягнення до відповідальності саме за пропаганду війни[27].

У листопаді 2016 року Європейський парламент прийняв Резолюцію «Стратегічні комунікації Європейського Союзу як протидія пропаганді третіх сторін». Прийнятий документ ґрунтується на нормативних актах Європейського Союзу, прийнятих раніше, зокрема, на Плані дій щодо стратегічних комунікацій[45].

Резолюція складається із преамбули та чотирьох розділів, що містять 59 пунктів, ключовими з яких є: стратегічні комунікації ЄС у контексті протидії пропаганді; викриття російської дезінформації та пропаганди; боротьба з інформаційними війнами Ісламської держави Іраку та Леванту, дезінформацією та радикалізацією; стратегія ЄС з протидії пропаганді

В контексті даного розділу базовими частинами Резолюції є «Стратегічні комунікації Європейського Союзу як протидія пропаганді третіх сторін», де ключовим є положення, що стратегічні комунікації та інформаційна війна є не тільки зовнішнім аспектом ЄС, але й внутрішнім (пункт 2 Резолюції).

Важливо відзначити, що Центр аналізу європейської політики (СЕРА) розробив Рекомендації з протидії пропаганді: тактичні, стратегічні, довгострокові. Окрім цього, варте уваги дослідження «Виграючи інформаційну війну: технології та контрстратегії в протидії російській пропаганді в Центральній та Східній Європі» Едварда Лукаса, старшого віце-президента СЕРА та Пітера Померанцева [26].

Зокрема, у дослідженні рекомендації було поділено на: рекомендації, спрямовані на посилення якості інформаційного простору та підвищення довіри; рекомендації, спрямовані на «нейтральні» аудиторії та споживачів

«провідних ЗМІ» в ЄС та країнах, що уклали Угоду про асоціацію з ЄС; рекомендації, спрямовані на російськомовне населення в ЄС та країнах, що уклали Угоду про асоціацію з ЄС; рекомендації, які спрямовані на «маргіналізовані» аудиторії в ЄС та країнах, що уклали Угоду про асоціацію з ЄС; радикальні ліві та радикальні праві групи та ін.

В контексті вищевикладеного матеріалу, доцільно привести наступні заключні зауваги. Пропаганда є частиною гібридної війни, у зв'язку з цим висвітлюється необхідність підвищувати рівень обізнаності у питанні її визначення та протидії її негативним проявам та демонструвати наполегливість через інституційні та політичні комунікації, кампанії в соціальних мережах, ініціативи громадянського суспільства, медіа грамотність.

Власне *перелік міжнародних механізмів протидії РП у війні* зводиться до таких груп:

- правові механізми, які втілюються в нормах міжнародно-правових актів та мають загальнообов'язкове значення для міжнародної спільноти, яка приймає та ратифікує такі акти в національних законодавствах. Такі механізми частіше за все імплементуються в національне законодавство або шляхом ратифікації актів, або шляхом прямого включення окремих положень міжнародно-правових актів у національне, переважно кримінальне, законодавство;
- організаційні механізми формуються як різні форми взаємодії суб'єктів міжнародного права у сфері протидії пропаганди війни, зокрема у вигляді різноманітних стратегічних програм ООН, конференцій та інших моделей відносин суб'єктів міжнародного права;
- інституційні механізми, які реалізуються в конкретній діяльності окремих структурних підрозділів ООН, регіоналах та інших організаціях, метою яких є протистояння пропаганді війни, або які наголошують на тому, що це є одним із напрямів їх діяльності, зокрема Міжнародний суд ООН, Міжнародний кримінальний суд тощо [27].

Рекомендації щодо використання західних медіа для захисту від впливу російської пропаганди.

Події останніх місяців прискорено лікують Україну від комплексу меншовартості. Колись поширена думка, що будь-що західне/імпортне апріорі

якісніше за українське, втрачає актуальність. Тому *основними висновками про використання західних медіа* є такі

1. *Увага західних медіа нам дуже потрібна* — насамперед тому, що вони формують думку своєї аудиторії, тобто мешканців своїх країн, і саме на громадську думку орієнтуються тамтешні політики, приймаючи рішення, чи допомагати Україні і якою має бути допомога.. Тому нехтувати світовими медіа нам точно не варто, і співпрацювати з ними — допомагати, давати правдиву інформацію, погоджуватись ставати їхніми героями, підказувати історії, поширювати їхні матеріали про Україну — це дії, що корисні для нашої перемоги.

2. *Західні медіа працюють для своєї аудиторії* — а отже, не все в їхніх матеріалах може бути зрозумілим, близьким і прийнятним для нас, а також те, що західні журналісти багато чого не розуміють про російсько-українську війну .

3. *Західні медіа можуть бути важливим джерелом і для нас*, бо часто публікують інформацію, якої українські медіа та офіційні джерела або не мають, або не оприлюднюють. Водночас ними так само можуть маніпулювати, бо РП донедавна практично безперешкодно працювала в усьому світі. [12].

4. *Західні медіа працюють за стандартами*, які стосуються висвітлення бойових дій і ситуації в охопленій війною чужій країні так само, як і будь-якої іншої теми. Тому вони можуть, наприклад, «відправляти на карантин» чи ігнорувати твердження, які ми вважаємо dokonаними фактами, або шукати офіційне підтвердження тому, що для нас самоочевидне.

5. *Західні медіа*, західні журналісти, які працюють у чужому для них мовному і культурному середовищі, часто повністю покладаючись на місцевих *фіксерів* (перекладачів, переговорників). Професійні фіксери або люди, які займаються цим регулярно, в Україні є. Та їх не вистачає, аби забезпечити сотні, кореспондентів і знімальних груп, які перебувають в Україні. [2].

6. *«Україністів» серед західних журналістів одиниці*. Події в Україні, варті уваги, раніше традиційно висвітлювали «русисти» — кореспонденти з московських корпунктів, які були переносниками російської брехні. Тепер світовим медіа відчайдушно бракує журналістів, які б знали на сучасних

українських та російських і водночас могли би працювати в умовах бойових дій.

Що ж справді особливого можуть запропонувати іноземні медіа?

1. Інформацію з перших рук від іноземних та українських політиків і відомств. Тут усе просто: з поважними іноземними виданнями і наші, і тим більше їхні власні політики спілкуються охочіше й часто говорять те, чого не скажуть українським. Іноземні журналісти шукають джерела і можливості ставити запитання, й часто їм відчиняють ті двері, в які б ми навіть не подумали стукати. Вони значно менш обмежені самоцензурою та вимогами українського законодавства, які не дають нашим медіа говорити «всю правду» про війну[26].

2. Справжню обґрунтовану аналітику (на відміну від наших політичних піарників) з використанням цифрових інструментів, аналізу великих даних, із наочними візуалізаціями, які допомагають краще зрозуміти висновки та прогнози.

3. Ексклюзив із зони бойових дій. Для висвітлення інтенсивних бойових дій на лінії фронту, що простягається сотні кілометрів, нашим медіа дуже не вистачає воєнкорів. Тож зараз у західних медіа можна побачити унікальні кадри, факти та оповіді, що стають новітньою історією України[44].

4. Погляд збоку. Як громадяни держави, яка чинить опір російській навалі, ми не можемо бути безсторонніми. Дізнатися, як бачать її неупереджені сторонні західні медіа — корисно, хоч часом може бути й не приємно і не сприйнятно, адже не все збігається з нашим баченням. Однак редакції якісних медіа відкриті до цивілізованого діалогу й готові виправляти помилки або коригувати занадто безапеляційні твердження, якщо побачать достатні підстави.

5. Краще читати/дивитися/слухати матеріали іноземних медіа краще в оригіналі — це допоможе уникнути перекладацьких помилок і інтерпретацій. При цьому треба всіляко уникати російських перекладів, хоч хто їх публікує — кремлівські, нейтральні чи ліберальні російські джерела.

Висновки по третьому розділу

В результаті вивчення питань розділу сформовані наступні висновки.

Захист від негативного інформаційно-психологічного впливу РП (ЗНВ)— це комплекс узгоджених і взаємопов'язаних заходів, які проводяться для

забезпечення духовної та психологічної безпеки військовослужбовців шляхом прогнозування, запобігання та зриву негативного ІПВ РП, нейтралізації його наслідків, недопущенням всіляких намагань дезінформувати, деморалізувати особовий склад, дезорганізувати його бойову діяльність.

До основних організаційних заходів вдосконалення ЗНВ належать: удосконалення законодавства держави та координація наукових досліджень в галузі забезпечення інформаційної безпеки (ІБ); формування державної системи управління ІБ відповідно до вимог РУВ; збереження єдиного інформаційного простору держави, традиційних устоїв суспільства та суспільної моралі; організація міжнародного співробітництва в галузі забезпечення ІБ; аналіз змісту та технологій діяльності РП при проведенні інформаційно-психологічних акцій; аналіз характеру інформації щодо РУВ, в ЗМК; організація діяльності кореспондентів вітчизняних та зарубіжних інформагентств кореспондентськими центрами видів ЗС та оперативних командувань; відновлення системи інформації в умовах знищення противником державних телекомунікацій та виведення з ладу військових засобів інформування особового складу; розширення системи підготовки кадрів з проведення ЗНВ та інші

Випереджувальні (контрпропагандистські) заходи є основою ЗНВ що передбачають: надання вітчизняним та іноземним медіа інформації про зовнішню та внутрішню політику держави, позитивні процеси, які відбуваються у державі і, зокрема, у ЗС; розповсюдження через ЗМІ, мережу Інтернет фактів і подій, які будуть сприяти підвищенню іміджу держави та його керівництва; викриття та упередження психологічних акцій РП; здійснення безперервного, об'єктивного, психологічно доцільного інформування органів управління, населення та особового складу ЗС.

Посилити ефективність силових заходів ЗНВ - розвідку, цілевиявлення та ураження об'єктів негативного ІПВ РП авіацією, ракетним та артилерійським вогнем, подавлення його засобами радіо - електронної боротьби та інше.

Головні зусилля системи заходів захисту від ІПВ противника зосереджуються на попереджувальній роботі, яка передбачає: визначення факторів суспільно-політичної, бойової та морально-психологічної обстановки, які можуть бути використані противником для ІПВ на населення та наші

війська; вивчення, аналіз та узагальнення змісту, форм, методів, способів та прийомів ПІВ противника, прогнозування його можливих наслідків, роз'яснення через ЗМІ, Інтернет в необхідних межах населенню та військовослужбовцям мети, завдань та технологій ПО противника, можливостей їх технічних засобів;

Серед основних шляхів посилення ЗНВ в умовах РУВ можна віднести:

Оновлення та конкретизація «контентної» та «технологічної» складової ІБ держави. Існує нагальна потреба створення в Україні окремих контрпропагандистських структур.

Посилення міжнародного співробітництва з питань інформаційної безпеки. З цією метою медіа-діяльність ключових публічних осіб держави має бути позбавлена популізму, непослідовності, розбіжності між словами ділом, не публічності та негласності.

Розширення інформаційно-технологічних механізмів ЗНВ та нейтралізація впливу колаборанських суб'єктів в українському інформаційному полі Впровадження технологій «спіндокторства» - вдосконалення управління розвитком подій,

Створення якісного національного інформаційного продукту, в тому числі польською, угорською, німецькою, румунською, та іншими мовами, з метою витіснення антиукраїнського великодержавного російського інформаційного продукту

Забезпечення вільного доступу у будь-якій точці України та за її межами до всього багатства українського культурного світу Максимальне підвищення поінформованості населення про реальний стан бойових дій та СПО у фронтових, прилеглих та тимчасово окупованих районах.

Розширення та активізація суб'єктів контрпропагандистської діяльності типу «Не Формат», «StopFake» та різних суспільних організацій «Центру Медіареформи» в Україні. Оновлення та розширення сайтів «Інформаційних військ України». Відновлення та розширення програми «Відкрита влада» задля відкритості та прозорості вищих органів державної влади та впровадженні Мультимедійної платформи іномовлення України.

ВИСНОВКИ

У магістерській роботі здійснено комплексне науково – прикладне дослідження сутності, особливостей організації та здійснення негативного ПІВ РП на війська (сили) та населення України; проведено теоретичне обґрунтування та вирішено практичне завдання, яке полягає у визначенні актуальних шляхів та розробці практичних рекомендацій з удосконалення захисту особового складу від впливу РП в сучасних умовах РУВ, що являється внеском у дослідження теорії та практики вдосконалення інформаційного супроводу застосування військ (сил).

1. Було визначено, що *пропагандою є форма комунікації, яка спрямовується на поширення фактів, аргументів, чуток та іншої інформації для впливу на громадську думку на користь певного суб'єкта чи для формування певної громадської позиції. Автор пропонує уточнити (осучаснити) поняття пропаганди* таким чином - це потужний інструмент управління суспільною думкою - навмисні, систематичні зусилля змінити сприйняття, маніпулювати когніцією та спрямувати соціальну поведінку з метою досягнення реакції, яка веде до поставленої пропагандистом мети

Виявлені такі *види пропаганди: (не) офіційна, (не)пряма пропаганда; наукова пропаганда; політична, воєнна, ідеологічна, економічна, мистецька пропаганда; осьова пропаганда* пропаганда та т.інш. *За метою впливу* пропаганда поділяється на пропаганду створення; пропагування руйнування; сприяння розколу; просування загроз; сприяти зневірі; пропагування героїзму; сприяти просвітництву.

2. Встановлено, що розвитком демократичних цінностей та формуванням громадянського суспільства *мас-медіа поступово вийшли з-під державного контролю* та перестали використовуватися як інструмент пропаганди, адже сутність пропаганди суперечить журналістським стандартам, нівелює принцип свободи слова та підриває основи функціонування системи ЗМІ демократичного суспільства.

3. Визначено, що *сучасна російська пропаганда, як синонім кремлівської пропаганди — російська державна інформаційна політика, спеціальні інформаційні заходи та конгломерат відповідних державних органів і установ, які під виглядом «суспільного інформування» займаються психологічною*

обробкою населення РФ, а також населення інших країн — в першу чергу України та держав пострадянського російськомовного простору, російської діаспори та все іншомовне населення у ЄС, США, арабських країнах більше 40 мовами у близько 160 країнах світу.

4. Встановлено, що сучасна російська воєнно-політична, *пропаганда є тотальною, цинічною, відкрито брехливою*, має прямим попередником радянську пропаганду та активно використовує досвід інших історичних авторитарних та тоталітарних режимів. Пропаганда в Росії нерозривна застосовується в тандемі з цензурою, яка рішуче відсікає будь-яке інакомислення. Її мета — не переконати, як у класичній пропаганді, а зробити інформаційне поле «брудним», щоб ніхто нікому не довіряв. Коли інформаційне поле вбито, все, що лишається — страхи, паніка та апатія.

Головним штабом з вироблення антиукраїнських концепцій РП є адміністрація президента росії, де конкурують кілька центрів впливу. Безпосереднім джерелом аморальності та агресивності російської пропаганди є безпосередньо президент росії путін.

Державна російська пропаганда розглядає територію сучасної Української держави як історичні «російські землі», формуючи такі погляди у громадян російської федерації з дитинства. Звинувачення влади України у нацизмі та опис України як нацистської держави є одним із її головних наративів.

5. Показано як РП активно *використовує психотехнології* на різних рівнях інформаційно-пропагандистської війни. Наразі найбільш застосовується сугестивний вплив на суспільне несвідоме: масовий гіпноз, переконуючий вплив (навіювання), мілтон-модель, пропагандистські метафори, бренд-легенди (історії успіху), утилізація спадщини, політичний міфодизайн.

Основним методом пропаганди Кремля є тролінг, який має на меті викликати емоційну реакцію, створити полеміку, відвернути увагу від історичних і моральних істин. В основі російської антиукраїнської пропаганди лежить міфологізація масової свідомості, перетворення її на спотворений світогляд. Пропагандистські міфи створюють віртуальну реальність, в яку потрапляють як широкі маси населення, так і його лідери. З оцінкою міністра оборони росії с. шойгу ЗМІ рф стали ще одним видом збройних сил.

6. Стверджується, що налякані, емоційно виснажені, дезорієнтовані люди — перша найлегша мішень для проведення інформаційних акцій та

спецоперацій, якими РП користується для досягнення своїх *основних цілей в умовах РУВ*, серед яких можна виділити такі: масово деморалізувати населення України, насамперед, органи влади та військових-особовий склад Сил оборони; залякати і зламати бойовий дух; посіяти хаос і паніку; створити колапс в інфопросторі; зібрати потрібну інформацію; зруйнувати єдину комунікацію держави; дезорієнтувати органи воєнного управління, дезінформувати їх та відтягнути ресурси; скерувати активність у хибному напрямку; оновити та адаптувати пріоритетний наратив про Україну як «недодержаву»; загострити мовне питання; дискредитувати дії військових на фронті і територіальній оборони; нав'язати наратив, що краще мир на будь-яких умовах (російської сторони), ніж активні воєнні дії; роздмухати внутрішньополітичні чвари та всілякі негаразди влади; спровокувати розчарування в НАТО, ЄС та міжнародних партнерах України.

7. Визначено, що *захист від негативного ІПВ РП* - це комплекс узгоджених та взаємопов'язаних заходів щодо прогнозування, зриву та запобігання впливу РП, мінімізації її намагань дезінформувати та деморалізувати особовий склад військ (сил) та населення України.

8. Показано, що *організація захисту особового складу від негативного ІПВ РП* противника являє собою етап практичної реалізації рішення командира щодо забезпечення підготовки та застосування військових частин і передбачає: вивчення завдань ІПВ РП, що здійснюється противником, усвідомлення цілей, завдань та організації захисту особового складу від цього впливу; вивчення суспільно-політичної обстановки в регіоні застосування військ (сил), можливостей сил і засобів РП, своїх сил, формулювання висновків з аналізу інформаційного простоту і внесення пропозицій в рішення командира щодо організації ЗНВ; розгортання сил і засобів ЗНВ РП та системи управління ними; налагодження взаємодії та координація заходів в інтересах ЗНВ; надання допомоги виконавцям та всебічний супровід відповідних заходів; контроль за виконанням рішень командира щодо ЗНВ противника тощо.

9. Встановлено, що *основними напрямками вдосконалення ЗНВ* в умовах збройної агресії рф проти України можуть бути: докорінна модернізація системи гарантування інформаційної безпеки держави з акцентом на захист від агресії РП; перегляд засад формування та впровадження державної інформаційної політики до вимог успішного ведення РУВ; розробка та

імплементация адекватних сучасних методів і заходів захисту національного інформаційного простору від негативних інформаційних впливів російської пропаганди; забезпечення достатнього рівня присутності національного інформаційного продукту, насамперед про хід РУВ, в глобальному міжнародному інформаційному просторі; максимальна ретрансляція Україною своєї версії подій РУВ у світі (зокрема, через різні іномовні телерадіоканали..); посилення просвітницьких заходів через офіційні державні сайти; он-лайн трансляції тощо; поширення тренінгової діяльності у містах України з метою демонстрації активістам, журналістам, блогерам інструментів захисту конфіденційних даних в Інтернеті; ознайомлення з методами виявлення політботів в соціальних мережах, блокуванням трекботів тощо; запуск широкої дискусії між медіа-експертами, журналістами, медіа-менеджерами, державними посадовцями, щоб виробити спільне бачення і стратегію протидії російській пропаганді в умовах РУВ

10. Пропонується до *основних шляхів посилення ЗНВ* в умовах РУВ віднести:

Оновлення та конкретизацію «контентної» та «технологічної» складової ІБ держави. Існує нагальна потреба створення в Україні окремих ефективних контрпропагандистських структур.

Посилення міжнародного співробітництва з питань інформаційної безпеки. З цією метою медіа-діяльність ключових публічних осіб держави має бути позбавлена популізму, непослідовності, розбіжності між словами ділом, не публічності та негласності.

Розширення інформаційно-технологічних механізмів ЗНВ та нейтралізація впливу колаборанських суб'єктів в українському інформаційному полі Впровадження технологій «спіндокторства» - вдосконалення управління розвитком подій,

Створення якісного національного інформаційного продукту, в тому числі польською, угорською, німецькою, румунською та іншими мовами, з метою витіснення великодержавного російського інформаційного продукту

Забезпечення вільного доступу у будь-якій точці України та за її межами до всього багатства українського культурного світу Максимальне підвищення поінформованості населення про реальний стан бойових дій та СПО у фронтових, прилеглих та тимчасово окупованих районах.

Розширення та активізація суб'єктів контрпропагандистської діяльності типу «Не Формат», «StopFake» та різних суспільних організацій «Центру Медіареформи» в Україні. Оновлення та розширення сайтів «Інформаційних військ України». Відновлення та розширення програми «Відкрита влада» задля відкритості та прозорості вищих органів державної влади та впровадженні Мультимедійної платформи іномовлення України.

!!*. Визначено, що до основних організаційних заходів вдосконалення ЗНВ належать: удосконалення законодавства держави та координація наукових досліджень в галузі забезпечення інформаційної безпеки (ІБ); формування державної системи управління ІБ відповідно до вимог РУВ; збереження єдиного інформаційного простору держави, традиційних устоїв суспільства та суспільної моралі; організація міжнародного співробітництва в галузі забезпечення ІБ; аналіз змісту та технологій діяльності РП при проведенні інформаційно-психологічних акцій; аналіз характеру інформації щодо РУВ, в ЗМК; організація діяльності кореспондентів вітчизняних та зарубіжних інформантств кореспондентськими центрами видів ЗС та оперативних командувань; відновлення системи інформації в умовах знищення противником державних телекомунікацій та виведення з ладу військових засобів інформування особового складу; розширення системи підготовки кадрів з проведення ЗНВ та інші*

12. Запропоновано до *головних зусиль системи заходів захисту* від ПІВ РП зосередити на попереджувальній роботі, яка передбачає: визначення факторів суспільно-політичної, бойової та морально-психологічної обстановки, які можуть бути використані РП для ПІВ на населення та наші війська; вивчення, аналіз та узагальнення змісту, форм, методів, способів та прийомів її ПІВ, прогнозування його можливих наслідків, роз'яснення через ЗМІ, Інтернет населенню та військовослужбовцям мети, завдань та технологій ПО РП.

13. Зауважено, що *необхідно посилити ефективність силових заходів ЗНВ* - розвідку, цілевиявлення та ураження об'єктів негативного ПІВ РП авіацією, ракетним та артилерійським вогнем, подавлення його засобами радіо - електронної боротьби

14. Запропоновано особовому складу військ (сил) в умовах РУВ на особистісному рівні *дотримуватися таких правил (вимог) щодо сприйняття, оцінки та використання матеріалів з Інтернету та вербальної інформації.*

Головне — не робити того, чого від кожного з нас сподівається ворожа пропаганда, не вірити беззастережно будь-якій сторонній інформації про воєнні події, обережно поводитися з інтерпретаціями сприйнятої інформації, не вірити навіть переконливим переказам сторонніх людей, ніколи не звертатися до джерел чорної та сірої пропаганди, стежити за своєю реакцією, особливо щодо збудження чи гальмування, не намагатися бути бездумними поширювачами навіть супер новин, не виконувати нічиїх вказівок і порад в інформаційному просторі, не вступати у соцмережах у жодні конфлікти чи кампанії цькування, не вигадувати й не поширювати патріотичних шейків, не відкривати сумнівних листів та повідомлень, не залишати ніде своїх персональних даних, максимально обмежити використання вайберу, не реагувати на масову розсилку sms або повідомлень у месенджерах, намагатися знайти вірогідне джерело значущої для вас інформації, робити більші перерви у споживанні воєнно-політичної інформації, повідомлення навіть професійних медіа не брати беззастережно на віру, поки нема офіційного підтвердження, не переказувати та не озвучувати у присутності інших людей інформацію про персоналії верхнього ешелону воєнно-політичного керівництва...

15. Запропоновано введення в систему індивідуальної підготовки офіцерського складу ЗС України комплексну тему "Захист особового складу від негативного інформаційно-психологічного впливу противника" та започаткування в НУОУ курсів підготовки і підвищення кваліфікації з цієї проблематики.

Таким чином, спираючись на отримані в ході виконання магістерської роботи результати можна стверджувати, що мета роботи досягнута, поставлені завдання виконано повністю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрущенко Т. В., Зеленін В. В. Психологія політичної пропаганди. Методичні рекомендації для самостійної роботи студентів. Київ: НПУ імені М.П. Драгоманова, 2021. 89 с.
2. Білоусенко І. Ukrainian Nazis for the Czech Republic, bio laboratories for North Macedonia, and Russophobia for Georgia. Analysis of Russian propaganda in 11 European countries //detector. media. URL: https://detector.media/propaganda_vplyvy/article/202819/2022-09-14-ukrainiannazis-for-the-czech-republic-bio-laboratories-for-north-macedonia-andrussophobia-for-georgia-analysis-of-russian-propaganda-in-11-europeancountries/. (data of access: 01.05.2023).
3. Бурковський П. В. Російська пропаганда про події в Україні // https://ms.detector.media/media_analitika/post/19200/2017-07-04-rosiyskapropaganda-pro-podii-v-ukraini-tendentsii-20142016-rokiv/. (дата звернення: 30.03.2023).
4. Баровська А. Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії: аналітична доповідь. Київ: НІСД, 2021. 109 с.
5. Белкін Л. Дослідження методів антиукраїнської російської пропаганди в інформаційних війнах проти України. Scientific works of National Aviation University. Series: Law Journal «Air and Space Law». Т. 3. №. 64. С. 87-94.
6. Боженко З. Технологія інформаційного охоплення у комунікаційних технологіях. Економіко-правові та управлінсько-технологічні виміри сьогодення: молодіжний погляд: матеріали міжнародної науковопрактичної конференції: у 2 т. Т. 2. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2021. С. 298-301
7. Будівська Г. Медіаосвіта як протидія інформаційній агресії. [Електронний ресурс] / Г. Будівська – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/mediaosvita_yak_protidiya_informatsiyniy_agresii/
8. Васильєва Н. В. Пропаганда як складова інформаційно-комунікативної політики і загроза національній безпеці. Таврійський науковий вісник. Серія: Публічне управління та адміністрування. 2022. №. 2. С. 34-41.
9. Воєнна пропаганда РФ – механізми впливу та способи захисту: детальний розбір від Тизенгаузена. 2022. URL: <https://>

//kanal-dom.tv/voyennapropaganda-rfmehanizmy-vplyvu-ta-sposoby-zahystu-detalnyj-rozbir-vidtyzengauzena/.

10. Гапій В. Е. Пропаганда як інструмент впливу на підсвідомість людини в сучасній Україні. Молодий вчений. 2021. №. 1 (2). С. 636-641.

11. Гетьманчук П. Гібридна війна Росії проти України: Л.: Інформаційний аспект. 2019. С. 296-307.

12. Денисюк Ж. З. Пропаганда та контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної політики. Вчені записки ТНУ імені ВІ Вернадського. Державне управління. 2021. Том 32 (71) № 2. С. 46-50.

13. Гойман О. А. Маніпулювання масовою свідомістю в умовах сучасної гібридної війни. Науково-теоретичний альманах Грани. 2021. №. 1. С. 50-56.

14. Городиська Н. Філософія та психологія гібридної війни. Воєнні конфлікти та техногенні катастрофи: історичні та психологічні наслідки: Вчені записки ТНУ імені ВІ Вернадського. 2021. Том 32 № 2. С. 37-49.

15. Гусаров В. Протидія інформаційному тиску Кремля: першочергові кроки. [Електронний ресурс] / В.Гусаров. – Режим доступу: http://search.ukr.net/go=http%3A%2F%2Fosvita.mediasapiens.ua2Fadvocacnd_influence%2Fprotidiya_informatsiynomu_tisku_kremlya_pershochergovi_kroki%2F.

16. Гордієнко М. Г. Інформаційні наративи як інструмент гібридної війни. Соціально-політичні процеси в Україні та світі у контексті глобалізаційних перетворень: матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Ірпінь, 23 квітня 2021 року). Ірпінь: Університет ДФС України, 2021. С. 50-60.

17. Городнича К. Пропаганда як технологія політичного маніпулювання. Міжнародні наукові дослідження: інтеграція науки та практики: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 27–28 квітня 2020 р.). Київ : ГО «Інститут інноваційної освіти», 2018. С. 82-84.

18. Даценко А. Ю. Боротьба з російською дезінформацією як напрям захисту інформаційного простору України в умовах «гібридної війни». Актуальні проблеми управління інформаційною безпекою держави: зб. тез наук. доп. наук.-практ. конф. (Київ, 30 березня 2018 р.). Київ: Нац. акад. СБУ, 2018. С. 348-350.

19. Денисюк Ж. З. Пропаганда та контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної політики. Вчені записки ТНУ імені ВІ Вернадського. Серія: Державне управління. 2021. Том 32 (71) № 2. С. 46-50.

20. Дзяложинський І. Пропаганда і інформація. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/5940>.

21. Догерті Джил. Усі брешуть або як трансформувалися російські ЗМІ. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/33880>. 8. Кавєріна А. С. Проблема пропаганди в українському медіапросторі. Грани. 2015. №. 11 (1). С. 97-101.

22. Жадько В. О. Інформаційні війни в історії та сучасності: характерні ознаки новітніх протистоянь. К.: НПУ імені МП Драгоманова, 2018. С. 64- 95.

23. Лизанчук В. Просвітницька і маніпулятивна пропаганда в умовах нинішньої російсько-української війни. Теле- та радіожурналістика. 2023. Вип. 17. С. 22-51.

24. Грабовський С. Товсті журнали в добу інформаційної війни: суб'єктивні нотатки. [Електронний ресурс] С.Грабовський. – Режим доступу: http://search.ukr.net/?go=http%3A%2F%2Fosvita.mediasapiens.ua%2Fprint%2F1411980811%2Ftovsti_zhurnali_v_dobu_informatsiynoi

25. Кочубей Л. Інформаційна безпека держави: напрями й інструменти захисту українського інформаційного поля [Електронний ресурс] / Л. Кочубей. – Режим доступу: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/kochubei_informatsiina-1.pdf

26. Коруц У. Поняття пропаганди війни: історико-правовий аспект. Правничий часопис. південноукраїнський правничий часопис. 2019. № 4. 231с.

27. Коруц У. З. Практика нюрнберзького трибуналу та її значення для кваліфікації пропаганди війни як міжнародного злочину. Альманах міжнародного права. 2020. Випуск 24. С. 224-227.

28. Леус В. Демонізація ворога, війна – це мир та інші принципи. Як працює російська пропаганда. 2022. URL: <https://mc.today/najbilshij-vorogpropagandi-intelektuali-os-osnovni-printsipi-zayakimi-pratsyuyut-propagandisti/>

29. Марченко Ю. Пропаганьба: як ідеї пропаганди сторічної давнини працюють в сучасній РФ. Platforma. 2022. URL: <https://platforma/Topic/propaganba-yakideyi-propagandy-storichnoyi-davnynypratsyuyut-v-suchasnij-rf-na-rykladah/>

30. Мулява В. Захист військ (сил) від негативного інформаційно-психологічного впливу. Навчальний посібник / В.Мулява – Київ.: Національний університет оборони України, 2018 -203 с.

31. 100 брехливих російських наративів про російсько-українську війну / Збірник інформаційно-аналітичних матеріалів / А. М. Романишин, С. В. Черевичний та ін. – К.: НДЦ ГП ЗС України, 2023. – 77 с.

32. Павлов Д. М. Особливості технологій політичної пропаганди. *Scientific and Theoretical Almanac Grani*. 2021. Т. 21. №. 2. С. 141-149.

33. Про заборону пропаганди російського нацистського тоталітарного режиму, збройної агресії Російської Федерації як держави-терориста проти України, символіки воєнного вторгнення російського нацистського тоталітарного режиму в Україну/ Закон України № 2849-IX від 13.12.2022р.

34. Про засудження та заборону пропаганди російської імперської політики в Україні і деколонізацію топонімії// Закон України № 3097-IX від 03.04. 2023 р

35. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 11 березня 2021 року «Про створення Центру протидії дезінформації» // Уведено в дію Указом Президента України від 19 березня 2021 року № 106/2021 від 19.03.2021 року.

36. Положення про Центр протидії дезінформації / Затверджено Указом Президента України від 7 травня 2021 року № 187/2021. [Електронний ресурс] / Центр протидії дезінформації. – Режим доступу. <https://cpd.gov.ua/.../posibnyk-z-protydiyi-dezinformacziyi/685/2021>

37. Полтораки В. А., Стаднюк А. Г. Пропаганда та її місце в процесі ведення інформаційних війн. основні форми пропагандистського впливу. *Інформація і право*. 2021. №. 3 (38). С. 28-34.

38. Почепцов Г. Г. Інформаційні війни: тенденції та шляхи розвитку URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/6479/2012-08-12-informatsiynivinyntendentsii-ta-shlyakhy-rozvytku/>

39. Посібник з протидії дезінформації. [Електронний ресурс] / Центр протидії дезінформації. – Режим доступу. <https://cpd.gov.ua/.../posibnyk-z-protydiyi-dezinformacziyi/685/2021>

40. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року "Про Стратегію інформаційної безпеки" /Указ Президента України №685/2021

41. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 20 грудня 2016 року "Про Доктрину інформаційної безпеки України"/ Указ Президента України №47/2017

42. Радзівська О. Г. Проблеми негативних інформаційних впливів в Україні в умовах збройного протистояння. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право. 2017. № 42. С. 197-200.

43. Павлов Д. М. Теорія політичної пропаганди Г. Лассвелла. Панорама політологічних студій. Науковий вісник Рівненського державного університету. 2015. Вип. 13. С. 40–46.

44. Панченко О. А. Інституційне забезпечення процесів протидії російській інформаційній експансії та пропаганді в сучасному світі. Інформація і право. 2021. №. 3 (38). С. 28-34.

45. Резолюція 110 (II) Генеральної Асамблеї ООН «Заходи, що повинні вживатися проти пропаганди та розпалювачів нової війни» від 03.11.1947 р. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_274.

46. Петручок Ю. Пропаганда як метод інформаційної війни Російської Федерації проти України. Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання. 2018. Т. 2. С. 183-184.

47. Попова Т. Війна і пропаганда. Як працюють війська інформаційних операцій Росії? 2017. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/28351969.html> що повинні вживатися проти пропаганди та розпалювачів нової війни» від 03.11.1947 р. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_274

48. Система захисту особового складу Збройних Сил України від негативного інформаційно - психологічного впливу / Звіт про науково-дослідну роботу(заключний) /шифр “Захист -МПЗ”/. –Київ.: Національний університет оборони України. 2018 -347 с.

49. Стадник А. Г. Основні моделі організації інформаційних війн та їх різновиди. Соціальні технології: проблеми теорії та практики. 2015. 263 с.

50. 82% українців вважають, що українські медіа мають бути об’єктивними, а не займати пропагандистську позицію. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/>

51. Черкас А. Ким є Україна в інформаційному полі Кремля? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://iac.org.ua/kim-yeukrayina-v-informatsiynomu-poli-kremlya/>

52. Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда та PR: такі схожі й такі різні... Галицький економічний вісник. 2014. №4. С. 178-288.

53. Юськів Б. М., Хомич С. В. Роль медіа-пропаганди в умовах «гібридної війни». Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць, Вип. 132, Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка. 2017. С. 27-43.

54. Шутов Р. Російська пропаганда в українському інформаційному полі. [Електронний ресурс] / Р.Шутов. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/>

55. Яким є рівень підтримки меседжів російської пропаганди у зоні конфлікту: соціологічне опитування. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/yakim_e_riven_idtrimki_mesedzhivrosiyskoipropagandi_zoni_konfliktusotsiologichne_opituvanny

56. Lasswell H. D. Propaganda technique in the world war. London: K. Paul, Trench, Trubner & co., ltd., New York: A. A. Knopf. 233 p.

57. Don B. W., Frelinger D. R., Gerwehr S., Landree E., Jackson B. A. Network Technologies for Networked Terrorists. Assessing the Value of Information and Communication Technologies to Modern Terrorist Organizations. Santa Monica, CA. URL: http://www.rand.org/pubs/technical_reports/TR454.html

58. . McClung A. L, Briant E. The fine art of propaganda; a study of Father Coughlin's speeches. Institute for Propaganda Analysis. New York: Harcourt, Brace and Co. 140 p.

59. The media's role in international terrorism // Office of Justice Programs. URL: <https://www.ojp.gov/ncjrs/virtual-library/abstracts/medias-role-internationalterrorism>. (data of access: 08.04.2023).

60. The Russian Firehose of Falsehood Propaganda Model // RAND Corporation. URL: <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html>. (data of access: 08.10.2022).

61. WarSpeeches. 190 днів пропаганди, або «Еволюція» заяв російських політиків // Українська правда. URL <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/09/5/7366144/>. (дата звернення: 03.10.2022).