

Список використаних джерел

1. Building a Smart City, Equitable City – NYC Forward [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archive.is/uThMx>
2. Smart Cities project [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eesc.europa.eu>
3. Казыми П. Ф. Информационная инженерия / П. Ф. Казыми. – Баку : Издательство Бакинского государственного университета, 2011. – 230 с.
4. Катренко А. В. Системний аналіз : підручник / А. В. Катренко. – Львів : Новий світ-2000, 2011. – 368 с. – (Комп'ютинг).
5. Литвин В. В. Методи та засоби інженерії даних та знань : навч. посіб. / В. В. Литвин. – Львів : Магнолія Плюс, 2012. – 240 с. – (Комп'ютинг).
6. Пирогов С. В. Концептуальные модели управления развитием города / С. В. Пирогов // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология, 2012. – № 1 (17). – С. 114-128.
7. Социальная инженерия на службе гражданского общества [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://evolkov.net/soc_engineering/articles/What.is.soc_engineering.html (Дата звернення: 22.02.2017). – Назва з екрану.

References

1. Building a Smart City, Equitable City – NYC Forward (2016). Retrieved from <http://archive.is/uThMx> [in English].
2. Smart Cities project. Retrieved from <http://www.eesc.europa.eu> [in English].
3. Kazymi, P. F. (2011). Information engineering. Baku: Izdatelstvo Bakinskogo gosudarstvennogo universiteta [in Russian].
4. Katrenko, A. V. (2011). Systems analysis: tutorial. Lviv: Novyi svit-2000 [in Ukrainian].
5. Lytvyn, V.V. (2012). Methods and tools of engineering of data and knowledge. Lviv : Mahnoliia Plus [in Ukrainian].
6. Pirogov, S. V. (2012). Conceptual models of city development management. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya, 1 (17), 114-128 [in Russian].
7. Social engineering to service of civil society. Retrieved from http://evolkov.net/soc_engineering/articles/What.is.soc_engineering.html [in Russian].

УДК 316.6:659.9]:004.7

О. В. Курбан

ІНФОРМАЦІЙНЕ ПРОТИСТОЯННЯ В ОНЛАЙН МЕРЕЖЕВОМУ СЕРЕДОВИЩІ ПІД ЧАС ЗАХОПЛЕННЯ РОСІЄЮ ТЕРИТОРІЇ АР КРИМ (лютий-березень 2014 р.)

Мета роботи. Дослідження порушує питання аналізу події, пов'язаних із інформаційним протистоянням під час захоплення військами РФ території АР Крим (2014 р.). Досліджувані факти яскраво продемонстрували незвичайність та непередбачуваність процесів російсько-української гібридної війни на час переходу з першого до другого етапу. **Методологія** дослідження полягає в застосуванні ретроспективного, історико-логічного методів, а також методів аналізу та узагальнення. Зазначений методологічний підхід дозволяє розкрити та проаналізувати певні процеси, які, будучи прихованими від погляду широкої громадськості, відбувалися протягом 2014 р. **Наукова новизна** роботи в тому, що вона є першою спробою системного аналізу інформаційної складової російсько-української гібридної війни, що мала місце в усіх класичних формах і засобах її реалізації. Зокрема вона відбулася навесні 2014 р. **Висновки.** Осмислення подій, свідками яких ми стали протягом останньої чверті століття і, в першу чергу, останніх років, є дуже важливими для нашої держави і суспільства в цілому, а також конкретно для відповідних державних структур, які повинні опікуватися питаннями національної безпеки.

Ключові слова: інформаційна війна, соціальні мережі, гібридна війна.

А. В. Курбан

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОТИВОСТОЯНИЕ В ОНЛАЙН СЕТЕВОЙ СРЕДЕ ПРИ ЗАХВАТЕ РОССИЕЙ ТЕРРИТОРИИ АР КРЫМ (февраль-март 2014 г.)

Цель работы. Исследование ставит вопрос анализа событий, связанных с информационным противостоянием во время захвата войсками РФ, территории АР Крым (2014). Исследуемые факты ярко продемонстрировали необычность и непредсказуемость процессов российско-украинской гибридной войны при переходе из первого ко второму этапу. **Методология** исследования заключается в применении ретроспективного, историко-логического методов, а также методов анализа и обобщения. Указанный методологический подход позволяет раскрыть и подвергнуть анализу определенные процессы, которые были скрыты от взора широкой общественности и происходили в течение 2014 г. **Научная новизна** работы заключается в том, что она является первой попыткой системного анализа информационной составляющей российско-украинской гибридной войны, имевшей место во всех классических формах и средствах ее реализации. В частности, она состоялась весной 2014 г. **Выводы.** Осмысление событий, свидетелями которых мы стали в последней четверти века и, в первую очередь, последних лет очень важны для нашего государства и общества в целом, а также конкретно для соответствующих государственных структур, которые должны заниматься вопросами национальной безопасности.

Ключевые слова: информационная война, социальные сети, гибридная война.

A. Kurban

ONLINE INFORMATION CONFRONTATION IN A NETWORK ENVIRONMENT WHILE RUSSIA'S CAPTURING TERRITORY OF CRIMEA (FEBRUARY-MARCH 2014)

Purpose of Article. The study raises the issue of analyzing events, related the informational opposition during Russian occupation of Crimea (2014). The investigated facts clearly demonstrate unusual and unpredictable process of the Russian-Ukrainian hybrid war, the transition from the first to the second stage. **Methodology.** The research methodology includes retrospectively historical and logical methods and methods of analysis and synthesis. The above methodological approach allows to reveal and to analyse certain processes that are hidden from the eyes of the public, which took place during the 2014. **Scientific novelty.** The scientific novelty is in the fact that it is the first attempt to systematically analyse the information component of the Russian-Ukrainian hybrid wars that took place in all classical forms and means of implementation. In particular, it was held in the spring of 2014. **Conclusions.** The understanding of the events that we have witnessed over the last quarter of the century, especially the recent years is very important for our country and society as well as the relevant government agencies which are responsible for the national security.

Keywords: information war, social networks, hybrid war.

Актуальність теми дослідження. Події, пов'язані з захопленням Російською Федерацією території Автономної республіки Крим як частини суверенної України, стали в 2014 році однією з ключових ТОП-тем для світових ЗМІ. Замах на систему колективної безпеки, сформованої після Другої світової війни, був несподіванкою для світового суспільства. При цьому інформаційно-комунікаційні технології, які було використано для супроводу процесу анексії, вразили своєю зухвалістю та нестандартністю профільних фахівців та спонукали до необхідності вивчення зазначених подій у відповідному контексті. Особливої уваги заслуговують аспек-

ти використання соціальних онлайн-мереж як найбільш ефективного та таргетованого інструменту сучасної інформаційної війни в рамках гібридних та асиметричних протистоянь.

Виходячи з представленої вище актуальності, метою статті є дослідження особливостей та специфіки інформаційних атак та алгоритмів їхньої реалізації, що втілювалися російською стороною в рамках анексії АР Крим (лютий-квітень 2014 р.). У межах окресленої мети, головними завданнями статті є:

1. вивчити рівень розробки порушеного питання в спеціальній науковій літературі та загалом у ЗМІ;

2. виокремити ключові аспекти та особливості інформаційної агресії Росії проти України на початку військово-політичної операції «Русская весна» (перша половина 2014 р.).

Події початку 2014 року, що відбулися на Кримському півострові, ще достатньо свіжі в свідомості значної частини українського суспільства, що дає можливість надійної фіксації послідовності та перебігу подій. Разом з тим, є й проблема недостатнього опрацювання теми профільними фахівцями на рівні системного аналізу. Переважна більшість статей та видань, що стосуються досліджуваної теми, носять публіцистичний характер і фіксують саме події.

Перша спроба узагальнення фактів та процесів анексії Криму була здійснена в роботі Т. Березовця «Анексія: Острів Крим. Хроніки «гібридної війни» (2015 р.) [1]. У цій роботі відомий експерт та кримчанин за походженням аналізує механізми й технології так званої гібридної агресії, розв'язаної військами РФ на території АР Крим. У книзі містяться ексклюзивні відомості, надані свідками подій, – військовими, журналістами, експертами, що бачили ці події особисто та відчували на собі їх наслідки.

Частково питання анексії Криму в інформаційно-комунікаційному та військово-муніципальному компонентах було висвітлено в колективній роботі «Вторжение в Украину» (2016 р.) авторства Д. Тимчука, Ю. Каріна, К. Машовця, В. Гусарова [4]. Зокрема, було відстежено зв'язок подій у Криму та Донбасі, де протистояння розгорнулось пізніше і набуло форми відкритого військового конфлікту.

В рамках проекту «Інформаційний спротив», зокрема на його корпоративному сайті, починаючи з перших днів агресії, виходили аналітичні матеріали В. Гусарова, К. Машовця, Д. Тимчука, Ю. Каріна [2; 3].

Події безпосереднього захоплення території Автономної республіки Крим хронологічно відбувалися в період з 18 лютого по 18 березня 2014 р. і стали першою частиною великої військово-політичної кампанії із агресії Російської Федерації проти України, що мала назву «Русская весна».

Особливістю цієї кампанії був той факт, що вона відбувалася у співпраці двох спецслужб – Головного розвідувального управлін-

ня Генерального штабу ВС РФ та Федеральної служби безпеки РФ. Це фактично перший після Другої світової війни випадок такої тісної співпраці. Загальне планування та координація операції здійснювалися Генеральним штабом, а безпосередньо створенням агентських мереж та «ополченського» руху займалися структури ФСБ. Це поодиноким явищем в світовій практиці, бо в більшості випадків окремі спецслужби намагаються працювати автономно [3, 8].

Фактично кожен день російсько-українського протистояння позначався запуском у мережевий онлайн-простір певної кількості мемів, медіавірусів, тематичних меседжів та подієвих інформаційних повідомлень. Вони створили достатньо щільний інформаційний трафік, що забезпечив необхідний онлайн-фон для реалізації офлайн-операцій. Маємо зазначити, що саме в цій фазі агресії стовідсотково спрацював головний принцип інформаційно-психологічної складової типової гібридної війни – блискавичність подій та щільне інформаційне поле, градус якого зростає протягом певного (зазвичай короткого) періоду часу.

Приблизний перебіг інформаційних протистоянь виглядає так.

18-22 лютого. Події, що стали ТОП-темами в ці дні, пов'язані із остаточною перемогою Євромайдану в Києві, втечею В. Януковича до Харкова, далі – у Донецьк, оголошенням стану бойової тривоги у ЗС РФ (Крим та прикордонні терени), поява інформації про медаль «За возвращение Крыма» та поїздка самопроголошеного спікера ВРК В. Константинова до Москви. Зазначені події у соціальних мережах знайшли своє втілення у відеозверненні В. Януковича (записане в Харкові), а також записих із камер спостереження, які зафіксували його втечу з «Межигір'я». Цей контент перетворився на вірусний, а кожен із розміщених в YouTube роликів отримав від кількох десятків до кількох сотень тисяч переглядів. Також топовим контентом стало фото медалі «За возвращение Крыма», зображення якої стало першим викривальним мемом щодо російської агресії через дату, яка була використана на аверсі. Крім того, топовою темою у проросійських онлайн мережевих групах, перш за все, у соцмережах Odnoklassniki та VKontakte, пов'язаних із Кримом та загаль-

ного профілю («Антимайдан», «Кіберберку» та ін.), було висвітлення «протиправних дій» націонал-радикалів. На цю тему поширювалися фото та відеоматеріали, що мали бути неспростовними доказами, проте майже одразу цей контент було перевірено, вказано на його постановочний характер та поширено спростування у проукраїнських групах.

23 лютого. У цей день у мережевому просторі в авторських постах у групах та на форумах обговорювали намагання А. Авакова та В. Наливайченка затримати В. Януковича в Криму, акцію «Народная воля против фашизма на Украине», під час якої російського громадянина О. Чалого було «обрано» мером м. Севастополь, проукраїнський мітинг у м. Сімферополь. Контент, що був присвячений зазначеним подіям у соціальних мережах, було представлено переважно репостами публікацій інтернет-видань, відеороликами та окремими фото.

24 лютого. У цей день ключовою новиною для соціальних мереж стало встановлення блокпостів на в'їздах до м. Севастополь колишніми бійцями спецпідрозділу «Беркут». У соціальних мережах із цього приводу з'являлися переважно репости публікацій інтернет-видань, відеоролики та окремі фото.

25 лютого. Соціальні мережі цього дня обговорювали появу російського спецназу у м. Ялта прибуття групи депутатів Держдуми РФ з метою «захисту російськомовного населення», а також перше засідання РНБО України з «кримського питання». Контент у соціальних мережах подій цього дня був представлений переважно репостами матеріалів інтернет-видань із відповідними фотоматеріалами.

26 лютого. Головною темою для обговорення у мережевому просторі в цей день стала бійка перед приміщенням Верховної Ради АРК, яка призвела до перших жертв, актуальною темою також стало оголошення ЛДПР та партією «Родина» призову добровольців для виїзду в Україну, а також заклик Р. Кадірова сформувати «потяг дружби» з метою захисту російськомовних кримчан. Інформаційні повідомлення із фото- та відеоматеріалами подій під Верховною Радою АРК стали головним контентом у соціальних мережах у цей та кілька наступних днів.

27 лютого. У цей день у соціальних мережах поширювалися новини про невідомих озброєних військових («зелені чоловічки» або «ввічливі люди»), які захопили парламент та Раду Міністрів АРК, перекриття «Беркутом» Чонгарського перешийка, а також проголошення С. Аксьонова «прем'єр-міністром Криму». Тема «зелених чоловічків» або «ввічливих людей», що з'явилася у соціальних мережах цього дня, перетворилася на медіавірус і мала популярність упродовж усього 2014 р. та була перенесена на події в Донбасі. Мемі, фото, відео- та інформаційні повідомлення миттєво стали топовими у соцмережах. Значимо, що ця тема була перенесена й у формат тропів-хештегів (#зеленыечеловечки та #вежливыелюди). Характер появи та специфіка поширення цього медіавірусу свідчить про те, що це була ретельно підготовлена акція.

28 лютого. Актуальними темами для мережевого простору цього дня були захоплення «зеленими чоловічками» військового аеродрому «Бельбек» та міжнародного аеропорту «Сімферополь», екстрене засідання Ради Безпеки ООН, а також перша прес-конференція президента-втікача В. Януковича у Ростові. Новини цього дня у соціальних мережах було представлено переважно репостами публікацій інтернет-видань із відповідними фото- та відеоматеріалами.

1 березня. Мережевий простір у цей день активно обговорював перші напади на українські військові частини груп кримської «самооборони» та «зелених чоловічків», Рада Безпеки ООН скликає друге позачергове засідання по Криму. В цілому події дня у соціальних мережах було подано контентом у вигляді репостів інтернет-видань із відео- та фотоматеріалами або окремими фото- та відеоматеріалами із відповідними коментарями.

2 березня. ТОП-новинами цього дня стало відключення українських телеканалів у Криму, перехід на бік РФ командувача ВМС України Д. Березовського та виключення Росії з міжнародної організації «G8». Контент, що висвітлював події дня у соцмережах, було представлено переважно репостами матеріалів інтернет-видань. При цьому кожна зі сторін конфлікту подавала свою версію цього факту.

3 березня. Соціальні мережі цього дня обговорювали перші факти нападу та викраден-

ня кримських татар (Р. Аметов), атаку кораблів ВМС України («Тернопіль» та «Славутич»), напади на українські прикордонні застави, а також обговорення в Держдумі РФ законопроекту «Про приєднання Криму». Контент соціальних мереж цього дня складають переважно репости повідомлень інтернет-видань, меншою мірою представлені окремі відео- або фотоматеріали із відповідними коментарями.

4 березня. ТОП-темою дня для соцмереж стала прес-конференція В. Путіна (ключові тези про «супермаркети зброї», «бандерівців у Києві»), а також психологічна атака командира 204-тої Севастопольської бригади тактичної авіації тактичного командування «Південь» полковника Ю. Мамчура та його підлеглих із спробою повернути під контроль аеродром «Бельбек».

Прес-конференція В. Путіна із висвітлення позиції Росії щодо подій у Криму викликала серйозний інформаційний бум у соціальних мережах і перетворилася на медіавірус. У цей день та впродовж кількох наступних зазначена подія подавалася у соціальних мережах репостами інформаційних повідомлень, відеоматеріалами, фото та мемами. Особливий акцент здійснювався на тезах про те, що РФ до «зелених чоловічків» відношення не має, а також щодо нелегітимності нової української влади. Найбільшої популярності контент із зазначеною темою отримав у російських групах соціальних мереж Odnoklassniki та VKontakte. В інших соціальних мережах цей медіавірус був представлений помірно.

Також значного поширення отримала інформація про спробу Ю. Мамчура звільнити військовий аеродром «Бельбек». Контент було представлено в усіх можливих форматах. Найбільшої популярності ця тема набула в українських групах у мережах Facebook та Twitter. Подія отримала статус медіавірусу, а головна діюча особа – Ю. Мамчур майже на кілька місяців став медіаактивістом у соцмережах та традиційних ЗМІ. Як вірусне зображення спрацювало фото, на якому український військовослужбовець вивішує український прапор на будівлі аеродрому, яка перейшла під контроль наших військових.

6 березня. У цей день у соцмережах поширюється повідомлення про призначення на

16 березня референдуму щодо подальшого визначення долі Криму, самопроголошена кримська влада оголошує про введення грошової одиниці – російського рубля. Тема референдуму отримала значне та системне поширення у соціальних мережах, що дає усі підстави розглядати її як інформаційну кампанію із усіма відповідними ознаками. У соціальних мережах ця тема була представлена репостами інформаційних повідомлень інтернет-видань, мемами, рекламними роликами та агітаційними постерами. Фактично тема була актуальна у соцмережах протягом усього періоду до дня референдуму (з кінця лютого) та опісля ще протягом кількох тижнів.

11 березня. Актуальною новиною, що поширилася у соціальних мережах цього дня, стало проголошення кримським парламентом «Декларації про незалежність». У мережевому просторі новина була представлена переважно повідомленнями інтернет-видань із відповідним доповненням відео- або фотоматеріалами.

16 березня. Мережева ТОП-тема дня – проведення незаконного референдуму та фіксація рекордної явки із чіткими ознаками фальсифікації. В деяких кримських проросійських мережних групах з'являється інформація про 96,7% підтримки незалежності Криму від України (123% в Севастополі). В цей день самопроголошена кримська влада оприлюднює постанову «Про незалежність Криму», а президент РФ В. Путін підписує указ про визнання незалежності Криму. Контент, який презентував зазначену тему в соціальних мережах, був різноманітний, фактично усі можливі текстові та аудіо-візуальні варіанти були використані. Після проведення самого референдуму ця тематика була актуальною протягом тривалого часу. Висвітлення подій дня проведення референдуму стало ключовим контентом усієї інформаційної кампанії із цієї теми та усього того, що було пов'язано із подіями анексії Криму.

18 березня. В цей день головною новиною для соціальних мереж стало підписання в Кремлі угоди про возз'єднання Криму та РФ, а також офіційна промова В. Путіна з цього приводу. Промова В. Путіна щодо приєднання до РФ Криму та факт підписання угоди із представниками самопроголошеної кримської влади було представлено усіма можливими

формами та видами контенту. В соціальних мережах подія мала формат медіавірусу та була актуальною впродовж кількох місяців, що чітко простежується за кількістю згадувань.

Для інформаційного забезпечення операції із захоплення Криму використовувалися як вже існуючі та популярні, так і новостворені інтернет-портали. Серед провідних інтернет-порталів, що активно висвітлювали події, можна визначити кілька наступних.

«Русская весна» <http://rusvesna.su> – тематичний довготривалий проект, створений для інформаційного супроводу всіх операцій, які російська сторона планувала та здійснювала проти України. В соціальному мережевому онлайн-просторі представлений майданчиками в Odnoklassniki (група – 40,2 тис. фоловерів), Facebook (сторінка – 7, 1 тис. фоловерів), RSS, VKontakte (сторінка – 52 тис. фоловерів), YouTube (канал – 4,1 тис. фоловерів), Twitter (1,9 тис. фоловерів).

«Антимайдан» <http://antimaydan.info> – тематичний довготривалий проект, який функціонує як частина інформаційно-психологічних операцій, що здійснюються з боку Російської Федерації проти України з моменту фінального етапу Євромайдану (2014 р.). У соціальних мережах відповідними сторінками або групами чи публіками безпосередньо не представлений, утім має функцію експорту новини на персональні акаунти фоловерів у таких соціальних мережах, як Facebook, Odnoklassniki, LiveJournal, Google+, Twitter.

«Киберберкут» <http://www.cyber-berkut.org> – моноцільовий проект, орієнтований на інформаційне супроводження військово-політичної агресії, яку Росія розгорнула проти України у 2014–2015 рр. Безпосередньо мережевих майданчиків не має, втім є можливість робити автоматичний репостінг у Facebook, Twitter та VKontakte.

«Русская правда» <http://ruspravda.info> – багатоаспектний інформаційний проект, орієнтований для промоції ідей та проектів «русского мира». Представлений на соцмережевих майданчиках Facebook (спільнота – 5,6 тис. фоловерів), Odnoklassniki (група – 16 тис. фоловерів) та VKontakte (група «Глобальное Просвещение Человечества» – 76,2 тис. фоловерів).

Проукраїнських інтернет-майданчиків,

створених безпосередньо «під події» щодо російської агресії в Криму, майже не було. Портал «Крим SOS» був радше виключенням. Інформаційне висвітлення здійснювалося через розкручені медійні майданчики популярних українських ЗМІ та на офіційних сайтах державних установ.

«Крим SOS» <http://krymsos.com> – довідково-інформаційний портал із новинною інформацією та кількома розділами актуальної інформації. Безпосередньо пов'язаних із порталом мережевих майданчиків немає.

Інформаційні майданчики у соціальних онлайн-мережах, які були створені та використовувалися для інформаційного забезпечення військово-політичної операції із захоплення Криму, а також такі, що були спрямовані на протидію, можна розділити на дві групи – такі, що були створені та підтримувалися централізовано (26 спільнот та груп) а також ті, що є волонтерськими проектами (близько 120 спільнот та груп).

Зазначимо, що з боку РФ та громадських сепаратистських рухів популярними були мережеві групи, сторінки та спільноти, в назвах яких були назви «Антимайдан» та «Киберберкут». Вони стали своєрідним брендом. Так само проукраїнські мережеві майданчики як типові назви використовували назви «Євромайдан» та «Автомайдан». Доволі часто до таких назв у проукраїнських групах додавали географічні назви. Спікери та медіаактивісти, що брали участь безпосередньо у подіях під час захоплення Криму, найбільшу кількість контенту видавали на персональних акаунтах та в тематичних групах.

У процесі розгортання інформаційного протистояння, яке супроводжувало події із захоплення Криму, мали місце типові медіавіруси. При цьому їх можна розбити на такі, що з'явилися самостійно як реакція мережевого суспільства на події, а також такі, що були запроваджені штучно. До таких, що виникли спонтанно, можна зарахувати медіавірус «Аеродром Бельбек» (звільнення під командуванням підполковника Ю. Мамчура від «зелених чоловічків» 04.03.2014 р.). Основою вірусного контенту став ролик із висвітленням події та фото, що використовувалися для мемів та окремих ілюстрацій матеріалів у інтернет-виданнях. Найбільшої популярності цей ме-

діавірус набув в українському секторі соцмереж та меншою мірою на англо-, німецько- та французькомовних мережеских майданчиках. Тривалість активного життя медіавірусу «Аеродром Бельбек» була близько двох тижнів. Починаючи з 11-12 березня, активність йде на спад через насиченість мережевого простору новими, більш свіжими темами.

Спеціально підготовленим та запущеним за усіма правилами проведення медійних інформаційних акцій є медіавірус «Зелені чоловічки» або «Ввічливі люди». На думку Т. Березовця, цей образ було розроблено та запущено російським блогером LiveJournal Борисом Рожиним [1, 19]. Утім специфіка та характер промоції цього образу свідчить про доволі продуманий та добре режисований характер його промоції. Цей медіавірус дуже швидко опанував інтернет простір (відео, меми, фото, статті та репортажі) та повільно перейшов у царину російської рекламно-сувенірної продукції патріотичного характеру (футболки, бейсболки, посуд тощо). Також його спробували перенести на рівень формальних символів, що, зокрема, асоціюються із збройними силами Російської Федерації – так званими силами спеціальних операцій. Для цього було написано гімн, який активно пропагувався протягом другої половини 2014-го та на початку 2015-го років. Тема «зелених чоловічків» була актуальною майже рік, вона активно використовувалася й під час російської агресії в Донбасі. Цей медіавірус опанував мережескі майданчики усіх учасників конфлікту, в тому числі й української сторони. Зокрема, на українських мережеских майданчиках тема була актуалізована пропозицією від І. Коломойського про грошову винагороду за затриманих «зелених чоловічків».

Основою для ще одного ключового медіавірусу під час подій в Криму стало проведення референдуму за відокремлення від України та отримання статусу незалежної республіки (16 березня), що можна умовно назвати «Референдум». Зазначений медіавірус мав усі ознаки добре й задалегідь спланованої інформаційної кампанії, під час якої було використано усі наявні медіа, онлайн та офлайн соціальні мережі. Тривалість життя медіавірусу «Референдум» складала майже два місяці активних мандрів по мережеских сторінках та групах. Остаточна актуальність кримського референдуму згасла

на тлі спроб проведення аналогічних заходів на окупованих територіях Донбасу, що відбувалися протягом травня-серпня 2014 року.

Останній потужний медіавірус, що спалахнув у соціальних мережах та медіа, в цілому був пов'язаний із подіями 18 березня 2014 р. Це був день підписання угоди про «приєднання» Криму до Росії та промова В. Путіна з цього приводу. Головним слоганом цієї події, що можна перенести на назву відповідного медіавірусу, можна вважати «Крым наш», що став й найбільш поширеним тропом-хештегом. Цей медіавірус також мав ознаки системної підготовки та комплексної промоції усіма можливими комунікаційними каналами і в традиційних медіа, і в соціальних офлайн та онлайн мережах. Також цей медіавірус було поширено на рекламно-сувенірну продукцію.

Загалом впродовж військово-політичної операції із захоплення Криму, що стала першою частиною комплексної кампанії агресії проти України під назвою «Русская весна», було зафіксовано до двох десятків медіавірусів різної потужності. Як правило, зазначені вище медіавіруси мали кілька варіантів тропів у вигляді хештегів. Серед найпопулярніших були: #крымнаш (#крымих, #вамкрыш, #крымнах), #русскаявесна, #зеленыечеловечки, #няшмяш, #птинх (#птинх и #путинхуйло), #КрымРоссияНавсегда, #силысамобороны.

Ключовими меседжами, що були основою інформаційної кампанії із захоплення Криму, були теми, пов'язані із Євромайданом та загрозою для населення Криму з боку радикально налаштованих націоналістів, що захопили владу в Києві та на більшій частині країни.

Створивши загрозову картинку подій у Києві й викликавши панічні настрої серед місцевого населення, на тлі небезпеки націоналістичних погромів, було вкинуто меседж про необхідність організації захисту власними силами та звернення по допомогу до РФ.

У контексті теми про необхідність самоорганізації для захисту було поширено ідею створення сил самооборони та зміну офіційного керівництва кримської автономії. Особливий акцент було зроблено на протиставленні таких понять, як «київська влада» та «кримська влада». Традиційно використовувалася тема захисту російської мови. Фінальним блоком

меседжів стала ідея про проведення референдуму про вихід Автономної республіки Крим зі складу України та приєднання до Росії.

Серед найбільш поширених ідей та слоганів «Русской весны» були такі: «Бандерівці вбивають міліціантів та мирних громадян»; «Крим – це Росія»; Бандерівці нападають на представників національних меншин (євреїв, татар та ін.); «Бандерівці в Києві» (В. Путін на прес-конференції 04.03.2014 р.); «З РФ в Криму – мир!»; «За майбутнє Криму разом із Росією»; «Крим за референдум»; «Крим в Україні – подарунок Хрущова».

Оцінюючи результати проведення Російською Федерацією інформаційно-психологічної кампанії, що супроводжувала військово-політичну операцію із захоплення Криму, маємо зазначити абсолютно незрівнянні можливості протиборчих сторін. За попередніми оцінками, співвідношення інформаційних ресурсів було таким: інтернет-портали – 1:12 (на користь російської сторони), групи та сторінки у соціальних мережах – 1:24 (на користь російської сторони). Кількість блогерів, що діяли з російської сторони – до 4,5 тис. осіб. При цьому один досвідчений блогер може вести до 50 акаунтів.

Треба зазначити, що в результаті попередньо спланованої і чіткої роботи російських ЗМІ та військових підрозділів інформаційно-психологічних операцій, російській стороні доволі часто вдавалося використовувати на свою користь і проукраїнські ресурси. Це відбувалося тоді, коли поширювалася неперевірена інформація панічного характеру або відверта дезінформація.

Втім, слід зауважити, що попри залучення великих організаційних, матеріальних та технічних ресурсів, російській стороні вдалося стовідсотково реалізувати лише тактичні завдання, що мали на меті супроводження

згаданих подій, а саме: поширення дезінформації; залякування противника та здійснення психологічного тиску; мобілізація прибічників; управління ключовими інформаційними потоками безпосередньо у театрі подій.

Разом з тим, на стратегічному рівні російському агресору не вдалося досягнути жодної з ключових цілей, серед яких були: введення в оману світового співтовариства щодо реальних подій; ізоляція теренів театру подій та створення власного інформаційного каналу зовні; отримання підтримки світової спільноти щодо «приєднання» Криму.

Завдяки активному використанню соціальних мереж перебіг подій у Криму оперативно висвітлювався в усіх можливих аспектах – від конкретних подій до рішень і виступів медіаактивістів. Це стало можливим завдяки роботі команди «Інформаційний спротив» (Д. Тимчук), прес-центру угруповання ЗСУ в Криму (В. Селезньов) та роботі окремих блогерів (офіційні та приватні особи). Фактично вперше під час цих подій українською стороною для збору та узагальнення оперативної інформації було використано технологію OSINT.

У кримських подіях соціальні мережі стали не тільки інструментом збирання та поширення новин, але й засобом координації дій, що відбувалися в офлайн-режимі. Зокрема, саме через повідомлення на персональних акаунтах офіційних осіб та громадських лідерів відбувалося скликання на народні збори, координація дій протиборчих сторін тощо.

З початком розгортання подій в Криму популярності набув такий вид мережевого контенту, як інфографіка. Саме завдяки таким зображенням користувачі соцмереж отримували інформацію щодо співставлення сил, захоплення офіційних установ та військових частин, перебігу голосування на референдумі та ін.

Список використаних джерел

1. Березовець Т. Анексія: Острів Крим. Хроніки «гібридної війни» / Т. Березовець. – Київ : Брайт Стар Паблішінг, 2015. – 392 с.
2. Гусаров В. Информационная война-2014: как блокировались восточные регионы Украины [Електронний ресурс] / В.Гусаров // Информационное сопротивление – Режим доступу: <http://sprotyv.info/ru/news/kyev/informacionnaya-voyna-2014-kak-blokirovalis-vostochnye-regiony-ukrainy-analitika>
3. Гусаров В. Информационная агрессия России в Крыму [Електронний ресурс] / В. Гусаров // Информационное сопротивление – Режим доступу: <http://sprotyv.info/ru/news/1529-informacionnaya-agressiya-rossii-v-krymu>

4. Тымчук Д., Карин Ю., Машовец К., Гусаров В. Вторжение в Украину: хроника российской агрессии / Д. Тымчук, Ю. Карин, К. Машовец, В. Гусаров. – Киев : Брайт Стар Паблишинг, 2016. – 240 с.

References

1. Berezovets, T. (2015). Annexation. Island of Crimea. Chronicles of «hybrid war». Kyiv: Bright Star Publishing [in Ukrainian].
2. Gusarov, V. (2016). Information War – 2014: how to block eastern regions of Ukraine. Retrieved from <http://sprotyv.info/ru/news/kyiv/informacionnaya-voyna-2014-kak-blokirovalis-vostochnye-regiony-ukrainy-analitika> [in Russian].
3. Gusarov, V. (2016). Russian aggression in Crimea. Retrieved from <http://sprotyv.info/ru/news/1529-informacionnaya-agressiya-rossii-v-krymu> [in Russian]
4. Tymchuk, D., Karin Y., Mashovets K. & Gusarov V. (2015). Invasion in Ukraine: the chronicle of Russian aggression. Kyiv: Bright Star Publishing [in Russian].

УДК 021.6:061.23 (100)

О. О. Лапська

МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНСЬКОЇ БІБЛІОТЕЧНОЇ АСОЦІАЦІЇ В КОНТЕКСТІ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Мета роботи. Проаналізувати міжнародне співробітництво Української бібліотечної асоціації в контексті міжкультурної комунікації. **Методологічною основою** дослідження є загальнотеоретичні методи дослідження (аналіз та синтез), що дозволили дослідити особливості міжнародного співробітництва Української бібліотечної асоціації в контексті міжкультурної комунікації. **Наукова новизна** полягає у тому, що здійснено аналіз діяльності Української бібліотечної асоціації, зокрема основні напрями, інноваційні форми як чинника міжкультурної комунікації. Зроблена спроба визначити важливість подальшого розвитку міжнародного співробітництва Української бібліотечної асоціації для налагодження культурних зв'язків України зі світовим співтовариством. **Висновки.** Важливим компонентом міжнародних відносин будь-якої держави є міжнародне співробітництво у бібліотечно-інформаційній сфері. Для покращення міжкультурної комунікації у бібліотечній галузі вагомому роль відіграє діяльність Української бібліотечної асоціації. Вона сприяє розвитку міжнародної співпраці, виступає одним із партнерів у реалізації міжнародних проектів і програм, які покращують бібліотечно-інформаційне обслуговування та дозволяють підвищити цінність бібліотечної професії у нашій країні.

Ключові слова: громадськість; інформаційні зв'язки; інформаційне середовище; міжнародне бібліотечне співробітництво; Українська бібліотечна асоціація; міжкультурна комунікація.

О. О. Лапская

МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО УКРАИНСКОЙ БИБЛИОТЕЧНОЙ АССОЦИАЦИИ В КОНТЕКСТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Цель работы. Проанализировать международное сотрудничество Украинской библиотечной ассоциации в контексте межкультурной коммуникации. **Методологической основой** исследования являются общетеоретические методы исследования (анализ и синтез), которые позволили