

ПОЛІТИЧНІ ІНСТИТУТИ ТА ПРОЦЕСИ

УДК 323.2

І. О. КРЕСІНА
В. М. ТАРАСЮК

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КРАЇНОЮ-АГРЕСОРОМ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ГІБРИДНІЙ ВІЙНІ

Розглянуто значення інформаційних технологій у гібридній війні на прикладі протистояння між Росією та Україною, сферу їх застосування та інструментарій, а також чинники «ефективності» антиукраїнської пропаганди.

Ключові слова: інформаційні технології, гібридна війна, пропаганда.

Кресина І. А., Тарасюк В. Н. Особенности применения страной-агрессором информационных технологий в гибридной войне

Рассмотрены значение информационных технологий в гибридной войне на примере противостояния между Россией и Украиной, область их применения и инструментарий, а также факторы «эффективности» антиукраинской пропаганды.

Ключевые слова: информационные технологии, гибридная война, пропаганда.

© КРЕСІНА Ірина Олексіївна — доктор політичних наук, професор, член-кореспондент НАПрН України, завідувач відділу правових проблем політології Інституту держави і права ім. В. М. Корецького НАН України

© ТАРАСЮК Володимир Миколайович — аспірант відділу правових проблем політології Інституту держави і права ім. В. М. Корецького НАН України

Kresina Iryna, Tarasjuk Volodymyr. Features of the use by the aggressor country of information technology in the hybrid war

The importance of information technologies in the hybrid war is considered on the example of the confrontation between Russia and Ukraine, the area of their application and tools, as well as the «effectiveness» factors of anti-Ukrainian propaganda.

Keywords: *information technologies, hybrid war, propaganda.*

Роль та функції інформаційних технологій у гібридній війні зводяться до маніпуляції масовою свідомістю й вчинення кібератак на об'єкти стратегічної інфраструктури противника. Під час інформаційної війни об'єктом інформаційних технологій є не лише громадянське суспільство і комп'ютерні мережі противника, а й широкі маси суб'єкта інформаційної агресії. Єдина відмінність полягає у відсутності кібератак на власні ресурси.

Інформаційні технології, як найефективніший засіб масової маніпуляції суспільною свідомістю, мають у своєму арсеналі величезний набір інструментів і методів, які врешті-решт зводяться до пропаганди й дезінформації з метою дискредитації, ескалації, дестабілізації й формування потрібних наративів у свідомості тих чи інших соціальних груп. Можна стверджувати, що негативний вплив інформаційних технологій зазвичай проявляється у найслабших місцях чи сферах суспільного життя, завдяки яким технології маніпулятивного впливу проникають у наше повсякдення, формуючи потрібні світоглядні та ціннісні пріоритети.

Спектр інформаційних технологій охоплює всі напрями діяльності, здатні впливати на формування свідомості людини й створення смислового інформаційного продукту. Однак кожен із цих шляхів має різні терміни реалізації поставлених цілей. Можливості літератури, мистецтва, театру та кіно застосовуються у більш тривалій перспективі, ніж можливості ЗМІ, соціальних медіа або протестних рухів. Радянська комуністична система, методи якої наразі використовує російська влада, була здатна навіть суверенну продукцію перетворити на засіб пропаганди.

До переліку найбільш популярних та ефективних інструментів інформаційних технологій, які застосовує проти України Російська Федерація, можна віднести:

– кінофільми — формують образи героїв, популяризують акторів, створюють ціннісні орієнтири та впливають на сприйняття тих чи інших історичних подій;

– телесеріали — «мильні опери», щоб утримати глядача перед екраном телевізора режисери наповнюють емоційним змістом, який, аналогічно кінофільмам, покликаний формувати світоглядні наративи протягом більш тривалого часу, ніж кінофільми; саме кіносеріальна продукція покликана підтримувати вогник ностальгії за «щасливим життям» у СРСР;

– передачі та новинні сюжети на ТБ — розбавлення хронік подій «джинсою» створює ілюзію об'єктивності телевізійних новин та передач, особливо серед глядачів, що виховувалися на радянських принципах пропаганди, де телебачення позиціонувалося як голос влади;

– пости у Facebook та на каналах Telegram, відеоматеріали на YouTube та Instagram — аудіо-візуальна інформація найбільш приваблива й легка для сприйняття широкому колу користувачів соціальних мереж, а авторитет лідерів думок, відсутність цензури та величезний неконтрольований потік інформації значно краще сприяють поширенню шейків, ніж, наприклад, засобами традиційних ЗМІ;

– політична реклама (на ТБ, в Інтернеті, зовнішня) — створення штучного переконання у популярності того чи іншого суб'єкта реклами: чим більше якогось обличчя/ТМ/слогана ми бачимо, тим більш упізнаваним вони стають;

– вірусні повідомлення в Інтернет месенджерах Viber/WhatsApp/Telegram/Messenger — один з найефективніших способів поширення паніки з огляду на те, що більшість користувачів сприймає месенджери як персональний інструмент комунікації, особистий інформаційний простір, незалежний від уряду чи ЗМІ;

– ефірні та Інтернет-радіопередачі — завдяки особливостям людської поведінки короткочасні новинні та рекламні повідомлення у проміжках між розважальним контентом краще закарбовуються у пам'яті слухача;

– вірусні SMS — аналогічно повідомленням у популярних месенджерах вони розраховані на старшу вікову категорію — людей, які не користуються засобами Інтернет-комунікації;

— анекдоти, чутки — належать до «голосу народу», розповсюджуються вербально, не мають авторства й сприймаються як загальноновизнані суспільні переконання та міркування;

— листівки, публікації у безкоштовних газетах та журналах, спрямовані на старшу вікову аудиторію, тих, хто не тільки дивиться, а й читає, особливо безкоштовну пресу;

— масові розсилки на адреси е-пошти — маркетинговий прийом поширення реклами застосовується й для розповсюдження «сенсаційної» інформації/дезінформації/фейкових повідомлень; зазвичай такі листи містять посилання на відео або інші джерела інформації; даний інструмент часто використовується для зараження комп'ютерної техніки різноманітними вірусами та шпигунськими програмами;

— розклеєні оголошення, розміщення плакатів та гасел на шляхопроводах/пересувних стендах/автомобілях, зазвичай застосовуються з метою психологічного тиску на об'єкт повідомлень; такі повідомлення є короткими, гострими й образливими;

— заклики й гасла під час футбольних матчів та концертів — т. зв. ультрас / футбольні фанати здатні популяризувати ті чи інші промови, особливо з огляду на онлайн-трансляцію подій, під час яких застосовуються вказані методи інформаційного впливу;

— створення й поширення карикатур — на зміну раніше відомому виданню «Перець» з'являються авторські карикатури, що розповсюджуються у соцмережах; даний вид «народного мистецтва» досить влучно в сатиричній формі відображає відомі вади тих чи інших публічних діячів;

— проведення тематичних публічних заходів (виставки, флешмоби, театральні мініатюри й постановки тощо) — належать до форм активності культурної інтелігенції, покликані приваблювати увагу ЗМІ, мають певний суспільно-виховний характер;

— прес-конференції, мітинги/пикети, заяви та звернення до правоохоронних органів, діяльність громадських організацій/політичних партій, депутатські звернення та запити — відрізняються суспільно-політичним спрямуванням, націлені на створення інформаційних приводів й привернення уваги органів державної влади;

– інші дії, спрямовані на створення інформаційних приводів та їх висвітлення у ЗМІ/соціальних медіа з метою формування суспільних наративів, реакцій, переконань тощо.

Схеми проведення інформаційних кампаній мають певні спільні риси:

1) планування операції, зокрема, визначення доцільності її здійснення, цілей, завдань, сил і засобів, цільової аудиторії впливу, прийомів і методів впливу на систему, соціально-політичні комунікації тощо;

2) створення інформаційної події, яку можна використати як привід для інформаційної операції (наприклад, несправедливість, насильство, акти святотатства тощо);

3) «розкрутка» інформаційного приводу або використання інформаційного приводу задля досягнення цілей операції (наприклад, посилення, формування або руйнування структур суспільно-політичних комунікацій);

4) маскуванню й «замітання» слідів, приховуванню інформації щодо замовника й організатора операції, «вихід із гри».

Зважаючи на ресурси загальнонаціональних медіахолдингів чи можливості фінансово-промислових груп та/або державних інститутів щодо застосування інформаційних технологій для досягнення власних політичних чи економічних цілей, дедалі більшого значення набуває російська інформаційна агресія з її потужною «машиною пропаганди», в арсеналі якої перебувають телебачення, радіо, преса, Інтернет-ресурси, соцмережі, кіно, театр тощо, покликані навіювати антицінності «русского мира» не тільки в Україні, а й в усьому світі.

Зловживання довірою до ЗМІ, які й досі залишають за собою статус четвертої влади, але вже не завдяки суспільно-політичному медіаторству й задоволенню запитів та інтересів суспільства, а завдяки виконанню функції провідника політичних сил та інтересів еліт є одним з найулюбленіших прийомів засобів кремлівської пропаганди.

До 2012 р. Кремль практикував гнучкий ідеологічний підхід, проникаючи всередину громадських рухів і соціальних груп для маніпуляції ними зсередини. За потреби він зловживав риторич-

кою груп, в які хотів внести сум'яття, доводячи їх до абсурду через пародіювання. При цьому сила кремлівської влади не в тому, що вона намагається переконати людей в істинності своїх слів, а в тому, що вона дає зрозуміти, що має право диктувати «істину», а відтак зміцнювати свою силу і вплив. Інформаційні технології, зокрема телебачення, відіграють ключову роль у цьому суспільстві чистого спектаклю, яке називають по-різному: від «ТВ-кратії» до «постмодерної диктатури»¹.

У російських медіа та в громадському дискурсі повністю стерлися кордони між фактом і вигадкою. Мета нової пропаганди полягає не в тому, щоб переконати людей чи схилити їх до потрібного погляду. Головне — тримати глядачів на гачку, збити їх з пантелику — тільки не готовність діяти. Теорії змови, що пронизують усі передачі на російських телеканалах, — ідеальний інструмент, аби досягнути цієї мети. Звичним явищем стало поширення неправдивих новин, які виводять концепцію пропаганди на новий рівень, подаючи неймовірну мішанину фактів, які у перекрученому вигляді творять нову реальність. Кремлівський «мікс» ТВ-кратії, розпливчастої ідеології та майже узаконеної корупції став успішною моделлю режиму В. Путіна вже наприкінці його першого президентського терміну².

Сучасні технологічні здобутки в інформаційно-комунікативній медіасфері спрямовані на опанування волею, розумом та емоціями людини. Дотримання цих стандартів глибини проникнення є гарантією конкурентоздатності та затребуваності ЗМІ на інформаційному ринку. Водночас цифровізація медіа стала початком нового етапу розвитку інформаційного суспільства, де перевага віддається візуалізації й інтерактивному отриманню даних. У процесі поширення ідеології «русского мира» Кремль усвідомив і протестував інформаційні технології маніпуляції масовою свідомістю спочатку на росіянах, згодом апробація методів емоційного впливу поширилася на сусідні країни. Основним флагманом російських технологій трансформації суспільної свідомості шляхом впливу на волю, розум та емоції людини є культурно-мистецьке середовище.

Репертуар київських театрів, незважаючи на спроби українського уряду обмежити кількість російськомовного контенту на

ТБ та радіо, навіть восени 2018 р., на четвертому році війни, наповнений виставами за творами класиків російської драматургії. Відповідно усі ці вистави подаються мовою оригіналу. Така ж ситуація склалася і у сфері реклами (особливо в Інтернеті та соцмережах), де оголошення зазвичай публікуються російською мовою. Україномовне книговидавництво суттєво поступається російському. Особливе місце тут займає дитяча література, у т. ч. дитячі аудіокниги.

Підтвердження цьому ми знаходимо у дослідженні Українського кризового медіа-центру (УКМЦ) щодо української риторики трьох топових російських телеканалів («Россия 1», «Первый канал» та НТВ) з 1 липня 2014 по 31 грудня 2017 р.³ Третина всіх новин цих каналів присвячена Україні, понад 90 % згадок про Україну — негативні, а головними об'єктами уваги російських ЗМІ є українські державні інституції, які російська пропаганда намагається дискредитувати та делегітимізувати. Дослідники УКМЦ розшифрували тексти головних випусків новин і ток-шоу на каналах «Россия 1», «Первый канал» та НТВ, а потім шляхом пошуку за ключовими словами виділили звітти висловлювання про Україну. Частка цих трьох телеканалів у Росії становить майже 40 % ринку, і всі вони підпорядковуються Кремлю: «Россия 1» знаходиться в прямій власності держави (холдинг ВДТРК), у «Первого канала» держава — мажоритарний акціонер, а НТВ належить холдингу «Газпром-медіа», у структурі власності якого через «Газпром» теж присутня держава. 33 % проаналізованих повідомлень в ефірі цих телеканалів стосувалися України. Причому в другому півріччі 2017 року з 10 новин лише одна була позитивна. Контент цих каналів несе загрозу й для української аудиторії, адже, згідно з дослідженнями, в тому числі й опитування КМІС 2018 року, половина українців висловилися проти заборони російського ТБ і соціальних мереж.

Ресурс StopFake, який займається розвінчуванням фейків російської пропаганди, також простежив усі ці наративи. З початку свого існування — з 2 березня 2014 року — StopFake спростувала понад 2 тисячі фейкових новин у російських медіа й проаналізувала, хто саме їх створює⁴. За чотири роки інформаційної війни

ця «екосистема» не зазнала суттєвих змін, у ній активні ті ж самі актори. Найбільш активними є російський державний телеканал «Звезда», а також сайти «РИА Новости» та «Украина.ru» (підрозділи державного медіахолдингу «Россия сегодня»). Останні два сайти мають за мету створювати враження українських медіа, на які посилатимуться російські. Для досягнення цілей російської пропаганди працюють і деякі ЗМІ, які знаходяться в Україні. Наприклад, «Новостное агентство Харьков» є частиною «фабрики тролів» у Санкт-Петербурзі НАДО, інтернет-видання «Обозреватель» та «РИА Новости Украина». StopFake виділив 18 основних наративів російської пропаганди. Окрім уже названих УКМЦ, додали меседжі про територіальні претензії від сусідів України й повідомлення про авіакатастрофу літака МН17»⁵.

Основним напрямом гібридної війни Росії проти України є інформаційна сфера, про що свідчать результати опитування експертів (опитування проводилося Центром глобалістики «Стратегія ХХІ» у період з 18 по 28 серпня 2017 року; в якому взяли участь 37 українських експертів), що було презентовано в серпні 2018 року на круглому столі «Україна та країни Східного партнерства у протидії гібридним загрозам заради суспільної безпеки» у Києві. Зокрема, практично усі опитані експерти (94,6 %) серед напрямів основного удару для ведення війни гібридного характеру РФ проти України назвали інформаційну сферу. Такі оцінки ще раз засвідчують, що гібридна війна Росії проти України спрямована не на військову сферу, її пріоритетний напрям – інформаційно-пропагандистський. Головним дієвим механізмом агресора з хаотизації України експерти назвали агентуру впливу в політичному та фінансово-економічному середовищі (78,4 %), а також проросійський олігархат (54,1 %), контрольовані Росією українські ЗМІ та агентуру ФСБ і ГРУ Росії (45,9 %). Найбільш ефективними у протидії російській пропаганді експерти назвали волонтерів і свідомих українців (48,6 %), неурядові організації та аналітичні центри (24,3 %)»⁶.

В аналітичній записці Національного інституту стратегічних досліджень щодо російського мовлення як інструмента маніпулювання громадською думкою проаналізовано основні меха-

нізми, що застосовуються Росією у зовнішньому інформаційному просторі. «Специфікою інформаційної війни з боку РФ є потужний інформаційно-психологічний вплив, спрямований на народи, окремі соціальні групи, конкретних осіб з метою зміни їх морально-етичних норм та цінностей, національної та релігійної самосвідомості, політичної орієнтації, а також їх ставлення до конкретних фактів, подій тощо»⁷.

Інформаційний фронт продовжує відігравати ключову роль у досягненні низки цілей, які поставило вище керівництво РФ: використовуючи складну соціально-економічну ситуацію в Україні, розколоти українське суспільство з метою подальшої відмови від процесу євроінтеграції; обґрунтувати законність анексії частини території суверенної держави, нехтуючи міжнародним правом; позбавити Україну підтримки цивілізованого світу шляхом розколу політичних еліт Європи та США; перенести увагу власних громадян з внутрішніх проблем на «зовнішнього ворога» та виправдати власні злочинні дії необхідністю боротьби із ним»⁸.

Окрім ключового елемента російського іномовлення — телеканалу Russia Today (RT), наприкінці 2014 року було додатково запущено Інтернет-портал «Sputnik», який використовує інформаційний потік телеканалу RT, що значно збільшує можливості доступу до інформації, яку створює та поширює RT. В євроатлантичному інформаційному просторі досить впевнено себе почувають і такі напівдержавні ЗМІ, як ВАН «Первый канал». Досить висока якість контенту, створеного у РФ, дає змогу утримувати широку аудиторію (близько 250 млн осіб) як у Німеччині⁹, США, Канаді, так і в Ізраїлі, Швеції, Фінляндії, Франції, Італії та Іспанії, особливо у країнах Балтії та Білорусі. Ще одним із каналів розповсюдження російського інформаційно-психологічного впливу є невеликі європейські ЗМІ місцевого значення, фінансовані проросійськи налаштованими та фінансово підживлюваними з Кремля політичними силами. Місцева преса та Інтернет-видання локального значення в багатьох регіонах Німеччини, Словаччини, Франції з-поміж повідомлень про події місцевого значення часто включають повідомлення, що транслюють точку зору противника на світові події.

Успіх російської антиукраїнської пропаганди у трансатлантичному інформаційному просторі можна пояснити такими чинниками. По-перше, російська пропаганда налаштована на конкретні історично сформовані групи з певним набором переконань та цінностей, що створюють підґрунтя для сприйняття ідей, які пропагує Москва. Зокрема, зводячи все до дискусії про геополітичне зіткнення США та Росії, росіяни намагаються виключити з дискусійних питань українців.

По-друге, з метою посилення інформаційно-пропагандистського тиску на західні країни керівництво РФ виділяє величезні технічні та фінансові ресурси, незважаючи на наростаючі економічні проблеми внаслідок санкцій проти РФ.

По-третє. Російські інформагенції вдало експлуатують ідею свободи слова та інформації для впровадження дезінформації в американське та європейське суспільство з метою не просто викликати довіру аудиторії або переконати її у власній правоті (на відміну від класичної публічної дипломатії), а, розповсюджуючи теорії змови та неправдиві чутки, викликати сумніви, розгубленість, відчуття зневіри. За словами Т. Снайдера, відомого американського історика, професора Єльського університету, «мета російської пропаганди в тому, щоб показати, що правди, по суті, не існує»¹⁰.

По-четверте, російські спецслужби вже тривалий час використовують наявні інформаційні ресурси ЗМІ РФ для проведення інформаційно-психологічних спецоперацій з метою маніпулювання суспільною свідомістю громадян як пострадянських країн, так і держав євроатлантичного простору. Основою російської непередбачуваності на інформаційному фронті є нехтування нормами етики, логіки, а подекуди здорового глузду, що унеможливує будь-який діалог, а відсутність відповіді подається російськими ЗМІ як перемога.

По-п'яте. Застосовуючи корупційні схеми, Росія активно використовує для своїх пропагандистських цілей спікерів, до думки яких прислухалось або прислухається суспільство (Німеччина — Г. Коль чи Г. Шрьодер; Франція — М. ле Пен тощо), а також активно залучає до творення позитивного іміджу Росії PR-агенції¹¹.

По-шосте, низька професійність журналістики в Україні призвела до ситуації, коли світові медіа значну частину інформації про війну в Україні отримують із російських джерел. Фахівцями-експертами, що коментують події у західних медіа, часто є «советологи» чи дослідники Росії, котрі насправді мало компетентні у питанні України.

По-сьоме. Російська пропаганда широко використовує будь-які дипломатичні можливості для донесення власних месиджів і підсилення інформаційного впливу, зокрема, заяви очільника МЗС РФ М. Лаврова та інших високопосадовців¹².

По-восьме. Ефективною маніпулятивною технологією масовою свідомістю громадян різних країн стала створена коштом російських олігархів, наближених до Кремля, так звана «Агенція інтернет-тролів»¹³.

Серед основних інструментів інформаційно-психологічних впливів РФ дослідники НІСД виділяють: викривлення фактів; публікація та тиражування фейкових фото- та відеоматеріалів; зображення, зроблені в інших військових умовах, кадри з художніх фільмів, що начебто є свідченнями «звір'ячого поведіння» української армії; уславлення політичного керівництва Кремля та військової могутності Росії; активне використання тези про те, що «розпад СРСР — геополітична катастрофа ХХ ст.» (активно застосовувалась у Грузії у 2008 р.); героїзація російських військових («вежливі люди»); активне використання тези про націоналістично (радикально) налаштоване, «фашизоване» українське суспільство, що є досить ефективним для західної аудиторії (звернення до проблеми відродження фашизму та антисемітизму історично залишаються особливо чутливими для європейського суспільства); використання образу дитини, що плаче, має істотний вплив на будь-яку аудиторію (російські ЗМІ весь час акцентують увагу на тому, що на Донбасі гинуть діти); особливо загрозливою є тенденція введення до дискусії у ЗМІ питання про можливість застосування Росією ядерної зброї, переведення дискусії у площину «буденності» тощо¹⁴.

Слід зазначити, що війна в Україні стала найбільш тривалою в Європі з часів Другої світової. «Це забута європейська війна, кон-

флікт, який за останні чотири роки відібрав понад 10 тисяч життів, третина з яких була мирними мешканцями. Найкривавіша війна в Європі з часів Балкан у 1990-х роках і найдовша за майже століття»¹⁵. Світове співтовариство визнає, що російська агресія проти України здійснюється не заради перемоги. Метою цієї гібридної війни є завдання якомога більших втрат Українській державі та нашим союзникам, а отже, час, за таких умов, розглядається Росією як «чим довше тим краще». Цей факт не повинен пригнічувати процес пошуку шляхів й створення механізмів унеможливлення агресії Кремля в Україні. Припинення війни й притягнення Росії до відповідальності є основною метою цивілізованого світу. Тож дослідження інформаційних методів та інструментів гібридної війни дасть можливість не тільки ефективно захищатися, а й у подальшому не допустити повторення виникнення подібної кризи.

Агресивна політика Кремля щодо України з часом посилюватиметься. Київ, як центр християнської віри Київської Русі, був, є і буде для російської влади ключовим об'єктом релігійної ідентичності, тож втрата контролю над офіційним Києвом сприймається В. Путіним, як втрата зв'язку із минулим. А з огляду на обсяги російського бізнесу в Україні, до цього слід додати фінансово-економічні та політичні чинники мотивації Москви.

Зміна політичної кон'юнктури й відкрита демонстрація реваншу проросійських сил напередодні виборів в Україні вчергове вказують на непримиримі спроби Кремля за будь-яку ціну здолати бажання українців розвинути шляхом розбудови повноцінної європейської демократичної держави. Контроль медіасфери — придбання більшості новинних телеканалів (112, NewsOne, ZIK), захоплення політичної влади й формування більшості в українському парламенті є основними стратегічними цілями путінської Росії в сучасній Україні. Не змігши підкорити українців агресивними військовими засобами, Кремль не втрачає надії відновити status quo шляхом посилення політичного впливу т. зв. лідерів Південно-Східної України й спроб відновлення толерантності українців до Росії. Колишні прихильники Партії Регіонів за останні роки спромоглися не тільки покращити свій фінансовий

потенціал, а й зберегти впевнені позиції на політичній мапі нашої держави, що дало можливість окремим її членам уникнути юридичної відповідальності за злочини під час правління В. Януковича. Тож маніпулювання консенсусом й постійний пошук компромісів заблокував можливості пост революційної української влади нейтралізувати вплив проросійських фінансових і політичних сил в Україні.

Відновлення обороноздатності ЗСУ й незалежність Української церкви від російського православ'я є недостатніми кроками для ментального, культурного відокремлення українців від радянсько-російського минулого. Сфери культури, релігії, медіа, соцмереж й освіти все ще перебувають у коматозному стані перехідного процесу від пострадянських антицінностей «русского мира» до демократичних цінностей цивілізованого співтовариства. Незважаючи на багаторічну інформаційну агресію Росії, громадяни України досі не мають навичок критичного сприйняття інформації. Наше суспільство залишається неготовим й незброєним перед викликами сучасних інформаційних війн. Основні зусилля політична еліта спрямовує на власне самозбереження, не дбаючи при цьому про розвиток якісного громадянського суспільства, здатного протидіяти ворогові.

З огляду на актуальність посилення ідеологічного впливу антицінностей «русского мира» на свідомість українців з метою формування проросійського мислення, особливо в період виборчої кампанії, неабиякого значення набуває інформаційно-оборонна сфера нашої держави. Вона повинна бути зосереджена на захисті національних ціннісних пріоритетів та протидії ворожому впливу руйнівної кремлівської ідеології. Досвід, який здобула Українська держава за роки гібридної війни з Росією, свідчить, що методи ідентифікації антиукраїнської пропаганди, механізми своєчасного виявлення джерел розповсюдження дезінформації й ефективне управління процесами інформаційної боротьби ще тривалий час будуть предметом політологічних і правових досліджень.

1. *Вайс М., Померанцев П.* Повелителі брехні: інформація, культура та гроші на службі Кремля // Критика. 2015. Лютий. URL: <https://krytyka.com/>

ua/articles/povelyteli-brekhni-informatsiya-kultura-ta-hroshi-na-sluzhbi-kremlya?page=2 2. Там само. 3. *Наративи* російської пропаганди про Україну та Європу. URL: <https://www.slideshare.net/UkraineCrisisMediaCenter/ss-98272101> 4. *Хто* створює фейкові новини: дослідження проекту StopFake. URL: <https://www.slideshare.net/UkraineCrisisMediaCenter/stopfake> 5. *На російському* ТБ існує шість основних наративів, спрямованих проти України — дослідження УКМЦ. URL: http://ms.detector.media/mediaprosvita/research/na_rosiyskomu_tb_ishue_shist_osnovnikh_narativiv_spryamovanih_proti_ukraini_doslidzhennya_ukmts/ (дата звернення: 12.09.2018). 6. *Експерти* назвали «больові точки» у гібридній війні. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2335659-eksperti-nazvali-bolovi-tocki-u-gibridnij-vijni-z-rosieu.html> (дата звернення: 12.09.2018). 7. *Російське* іномовлення як інструмент маніпулювання громадською думкою у трансатлантичному просторі. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1834/> 8. Там само. 9. *Євросоюз* боротиметься з російською дезінформацією. URL: <http://dw.de/p/1EuIA> 10. *Тімоті* Снайдер: «Російська пропаганда працює не тільки проти України — вона працює і проти світу». URL: <https://platfor.ma/magazine/text-sq/opinion/timoti-snaider/> 11. *Панов* А. Кто в США получает жалованье «от Путина»? URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2015/01/27/62806-kto-v-ssha-poluchaet-zhalovanie-171-ot-putina-187> 12. *Russian* parliament warns Europe's longstanding peace in jeopardy. URL: http://www.newsweek.com/russian-parliament-warns-europes-longstanding-peace-jeopardy-306751?piano_t=1 13. *Сошников* А. Столица политического троллинга. URL <http://www.mr7.ru/articles/112478/> 14. *Російське* іномовлення як інструмент маніпулювання громадською думкою у трансатлантичному просторі. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1834/> 15. *Financial Times*: Забута війна в Україні вже стала найдовшою з часів Другої світової. URL: <https://www.unian.ua/war/10252428-financial-times-zabuta-viyna-v-ukrajini-vzhe-stala-naydovshoyu-z-chasiv-drugoji-svitovoji.html>

Kresina Iryna, Tarasyuk Volodymyr. Features of the use of information technology in the hybrid war by the aggressor country

The importance of information technologies in the hybrid war is considered on the example of the confrontation between Russia and Ukraine, the area of their application and tools, as well as the effectiveness factors of anti-Ukrainian propaganda.

The most popular and effective tools of information technology used against Ukraine by the Russian Federation are: movies, television series, TV broadcasts, posts on Facebook and Telegram, political advertising, viral messages, live and Internet radio broadcasts, leaflets, publications in free newspapers and magazines, mass mailings to e-mail addresses, appeals and slogans during football matches and concerts, thematic public events, press conferences etc.

By 2012, the Kremlin practiced a flexible ideological approach, penetrating inside social movements and social groups to manipulate them from within. If necessary, it abused the rhetoric of groups in which it wanted to make a mess, bringing them to the point of absurdity through parody. At the same time, the strength of the Kremlin's power is not that it tries to convince people of the truth of its words, but that it makes it clear that it has the right to dictate the conditions of truth, and then strengthen its power and influence.

Taking into account the urgency of strengthening the ideological influence of the anti-values of the «Russian world» on Ukrainian consciousness in order to form the necessary pro-Russian thinking, especially during the election campaign, the information and defense of the country of our state gains considerable importance. The key activities of which should be focused on the protection of national value priorities and countering the hostile float of destructive Kremlin ideology. The experience gained by the Ukrainian state during the years of the hybrid war with Russia shows that the methods of identifying anti-Ukrainian propaganda, the mechanisms for timely identification of the sources of misinformation and the effective management of information warfare will be the subject of research in the scientific, military and expert environment for a long time.

Keywords: information technologies, hybrid war, propaganda, media, Internet.

УДК 32:316.646.32 (477)

І. Б. КІЯНКА

ПУБЛІЧНА ПОЛІТИКА ТА ПОПУЛІЗМ У ХХІ СТОЛІТТІ: ПРИКЛАД США

Розглянуто проблематику популізму через призму публічної політики та виборів у США. Зростання популізму нині пояснюють руйнуванням ліберального консенсусу, яке почалося після закінчення холодної війни, із зростанням напруги між демократичним мажоритаризмом і ліберальним конституціоналізмом — двома головними підвалинами демократичних режимів. Посилення ролі популізму свідчить про поступову втрату привабливості ліберальних рішень у сфері політики, економіки та культури, а особливо в ланці ідеології. Світовий досвід свідчить, що популістський рух активізувався в періоди, коли країни пережили переломні етапи своєї історії. При різких соціально-економічних зрушеннях

© КІЯНКА Ірина Богданівна — доктор політичних наук, доцент кафедри європейської інтеграції та права Львівського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України