

*В результаті аналізу в'ясянен механізм і характер впливу інституціональних факторів на артикуляцію і агрегацію проблем образования, обнаружены отличия между президентскими выборами с данной точки зрения.*

*Ключевые слова:* повестка дня, образовательная политика, артикуляция проблем, агрегация проблем, выборы.

\*\*\*

УДК 32.019.51

**Куцька О. М.**,  
кандидат історичних наук, доцент, професор  
кафедри тактики факультету бойового застосування  
військ, Національна академія сухопутних військ  
ім. гетьмана Петра Сагайдачного (Україна, Львів),  
kutska\_o@yahoo.com

**Федоренко В. В.**,  
науковий співробітник науково–дослідного відділу  
(бойового екіпірування) Наукового центру Сухопутних  
військ, Національна академія сухопутних військ  
ім. гетьмана Петра Сагайдачного (Україна, Львів)

**Черненко А. Д.**,  
начальник науково–дослідного відділу (бойового  
екіпірування) Наукового центру Сухопутних військ,  
Національна академія сухопутних військ  
ім. гетьмана Петра Сагайдачного (Україна, Львів)

### **Російська пропаганда щодо подій на МАЙДАНІ НЕЗАЛЕЖНОСТІ У КИЄВІ (кінець 2013 – лютий 2014 років)**

*Аналізується російська пропагандистська кампанія, що розгорнулася довкола подій Євромайдану в Україні. Метою роботи є окреслення основних складових російської політичної кампанії в інформаційному просторі нашої держави. Дослідження проводилося шляхом узагальнення великої кількості фактичного матеріалу з одночасним розкладанням його за основними показниками, які характеризують теоретичні елементи інформаційної кампанії. Висновки підкріплюються особистими спостереженнями авторів і полягають у наступному: пропаганда Кремля визначеного періоду була продовженням багаторічної латентної фази інформаційної операції на населення України; домінування російських засобів інформації дало можливість РФ оперативно розгорнути промосковську пропаганду на російськомовне населення в окремих регіонах нашої держави. Проведена Росією інформаційна кампанія за своєю структурою відповідає сучасним технологіям інформаційно–психологічної операції. Можна констатувати її вдалу реалізацію та, на жаль, неготовність нашої держави на той час до ефективного протидії зовнішньому впливу.*

*Ключові слова:* Євромайдан, інформаційний вплив, російська пропаганда, засоби масової інформації.

XXI століття принесло із собою нові реалії світового порядку, у тому числі й у військовій сфері. Так, здобутком нового часу стала гібридна війна, у яку Російська Федерація втягла нашу державу і перемога у якій для України набула життєвоважливого значення. Особливим полем битв у цій війні став інформаційний простір, а власне саме протистояння має чітку та продуману форму операції, до якої наша держава, на жаль, не була готовою. Тому нагальною проблемою, яку слід вирішити вітчизняним спеціалістам з інформаційно–психологічної боротьби та політтехнологам, є організація належного рівня контрпропагандистських заходів. А це неможливо здійснити без ретельного аналізу та розуміння застосування Кремлем інформаційної компоненти. Отже, актуальність дослідження не викликає заперечень.

Тема російської пропаганди довкола українського питання загалом не є новою. Дискусії довкола неї точаться впродовж останніх трьох років і породили велику кількість публікацій, особливо на сторінках мережі Інтернет. Вони містять погляди політологів, соціологів, економістів, військових, політтехнологів та громадських діячів. Ці різнобічні розпорошені матеріали

в силу різновекторності аналізу кожен поокремо дають не повну картину російського впливу на різних етапах спецоперації із інформаційного завоювання аудиторії, проте у своїй сукупності створюють можливість для подальших наукових розвідок та аналізу. Зокрема, автори запропонованого дослідження зосереджують свої зусилля довкола відправної точки активності етапу інформаційно–психологічного впливу Москви в українському питанні – подій на Євромайдані (Революції Гідності) у Києві, окреслюючи нові погляди з цього питання та обмежуючи рамки дослідження кінцем 2013 – початком 2014 років.

Розпочинаючи виклад основного матеріалу дослідження, **визначимось з окресленням хронологічних рамок**, оскільки пропагандистська робота Росії щодо України не є породженням сучасності, а триває постійно впродовж історії сусідництва двох держав, постійно переживаючи перезапущ інформації. Подіям, що розгонулись в Україні протягом останніх трьох років передувала тривала латентна фаза інформаційного впливу з боку Кремля, що, ймовірно, розпочалась ще із 1991 року. Культивациа міфів «братських народів», «Великої Перемоги», страхи холодної війни щодо Заходу, західних цінностей – усе це насаджувалося ще радянською пропагандистською машиною. За часів незалежності, а особливо з середини 2000–х років, вони були підігріті російською пропагандою (фільми, книжки, агітація В. Януковича) й довго лежали як бомба вповільненої дії – чекали часу, коли детонувати [1]. Так, дослідження 2012 р. показали, що на шести найбільш рейтингових радіостанціях пісні українською мовою становили лише 3,4% від загальної їх кількості, а російською – 60%. На той час в Україні російською мовою видавалось понад 60% сумарного тиражу газет, 83% – журналів, продавалось близько 87% книг (переважна частина яких – імпорт з Росії). Уперше за багато років сумарний наклад книг, що друкувались українською мовою, становив менше половини від усіх книг, надрукованих в Україні. Моніторинг мовної ситуації в 29 найбільших містах України (включно з обласними центрами), засвідчив, що у сфері торгівлі та послуг переважала російська мова [2].

Активний етап російської пропагандистської кампанії, найшвидше, розпочався наприкінці 2013 року, коли розпочались відомі світу події на Майдані незалежності у Києві і згодом отримали назву Революції гідності. На думку соціологів, саме від зазначених подій чітко викреслюється червона нитка російської пропаганди довкола українського питання аж до сьогоднішнього дня. Вона полягає у наступному: Майдан був організований американцями разом з націоналістами → у результаті Майдану до влади прийшли націоналісти, які загрожують російськомовному населенню України → Крим і Схід України були в небезпеці → Крим вдалося захистити, включивши його до складу Росії, а Схід повстав і хоче незалежності і гарантій безпеки → націоналісти, що незаконно прийшли до влади, почали і ведуть війну зі своїм народом [3].

Водночас, на думку М. Бабча, те, що Майдан виріс, було несподіванкою для всіх учасників процесу, у тому числі й для В. Путіна. «Жодні націоналісти, радикали, екстремісти, найманці чи іще будь–хто, хто готовий був організувати та фінансувати те, що відбувалось, не зміг би зібрати та мотивувати таку кількість людей протягом такого короткого строку» – відзначає він [4]. У цей час

російська інформаційна кампанія у 2013 р., розгорнута ще перед Вільнюським самітом, була безпрецедентною. На думку А. Денисової, «вона перейшла в істеріку, коли несподівано і для української, і для російської влади, після побиття студентів у ніч на 30 листопада, на Майдан, за різними підрахунками, вийшло до мільйона людей, що означало одне – для В. Путіна, який після провалу саміту вже бачив Україну в своїх обіймах, цей Майдан виглядав не менш загрозовано, ніж для В. Януковича» [5, с. 209]. І це зрозуміло – Революція гідності стала символом виходу України з-під впливу Москви.

Завершенням початкового етапу пропагандистської кампанії Росії (щодо подій Євромайдану) умовно вважатимемо кінець лютого 2014 року, оскільки в подальшому основна увага промосковських політтехнологів була сконцентрована довкола розкрутки месиджу «Крим наш!».

Наступним питанням, на якому слід зупинитись, є аналіз **можливостей Російської Федерації щодо ведення широкого інформаційно-психологічного впливу**. На думку Г. Гребенюка, на час подій на Майдані 2013 року медійна потужність Кремля була достатньою для домінування в українському інформаційному просторі [6]. З цього приводу можна навести слова Б. Зіффа: «Кремль витрачає на пропагандистську кампанію 1,4 млрд. доларів. Значно більші суми витрачаються Росією на інформаційні кампанії в європейському інформаційному просторі. Ядро медійної системи впливу становить державна телевізійна й радіомовна кампанія (телеканали «Росія-1», «Росія-2», «Росія-24», «РТР-Планета», «EuroNews» тощо), річний бюджет якої на поливання брудом України становить близько 1,3 млрд. доларів. На ближній орбіті розташоване інформаційне агентство «Росія сьогодні» (телеканал Russia Today, РІА «Новини» тощо) з річним бюджетом у 650 млн. доларів, холдинг «Газпром-медіа» (телеканали «НТВ», «ГТТ», радіостанції «Ехо Москви», «Авторадіо») та «Національна Медіа Група» (телеканали «П'ятий канал», РЕН ТВ, LifeNews TV, газета «Известия») з видатками по 300 млн. доларів, широко розгалужений «Перший канал. Всесвітня мережа» з бюджетом у понад 200 млн. доларів» [6]. За підрахунками В. Гусарова друкована пропаганда розміщена 16 мовами у додатках до популярних видань, що тягне за собою ще понад 10 млн. доларів видатків [6].

Не менший інформаційний вплив мають засоби мережевої комунікації. Утримання соціальної інтернет-платформи з сайтів «Однокласники», «ВКонтакте» та «Мой Мир» обходиться у близько 50 млн. доларів. Іще понад 30 млн. доларів становить річний заробіток інтернет-тролів, готових цілодобово створювати потрібні записи в соціальних мережах. А потрібні «експертні висновки» для публікацій постачає ціле гроно соціологічних служб та аналітичних центрів. Їхня замовна форма роботи обходиться Кремлю приблизно у 100 млн. доларів [6].

Більше того, інвестори з Росії вкладали великі гроші в українські медіа. Причому, робили це передбачливо, намагаючись «не засвічувати» інвесторів і завдання, які ці медіа вирішуватимуть в Україні. На сьогодні вже відомо, що старший син В. Януковича Олександр став скуповувати телеканали. Друг сина, віце-прем'єр С. Арбузов також купив декілька газет, радіостанцій і телеканалів. Найбільше приватне інформаційне агентство – Lifefenews – також підключився до інформаційної кампанії, оскільки основним інвестором холдингу на той час був олігарх

Ю.Ковальчук, старовинний приятель В. Путіна. С. Курченко скупив УМН-«Корреспондент», «Forbe», «Комсомольська правда» в Україні», «Аргументи і факти», а також Інтернет-проекти – forbes.ua, korrespondent.net, i.ua, bigmir.net, football.ua; радіостанції – Петро FM, Наше радіо, Euro Plus, Авторадіо. За окремими даними, його Інтернет-медіаресурси покривали майже 50% всього Інтернет-ринку України [7].

Перед такими медіа ставилось завдання – завоювати популярність, отримати довіру мешканців України. Вони повинні були у необхідний момент пропагувати певні ідеї та людей [7]. Отже, підвладні Януковичу політичні сили і Москва об'єдналися в медіапросторі.

Таким чином, напередодні Майдану незалежних медіа в Україні практично не залишилося. Була тільки «Українська правда» – найпопулярніший інформаційний сайт, впливова газета «Дзеркало тижня» та 5 канал. Працювало ще кілька невеликих газет і телеканалів в регіонах, але вони не змогли протистояти тиску провладних медіа холдингів [7].

Заради об'єктивності слід відзначити, що окремі російські інформаційні канали спробували такі висвітлювати реальні події Майдану, проте їх існування одразу опинилось під загрозою. Так, наприклад, було відключено від кабельних мереж телеканал «Дош», оскільки він намагався реально висвітлювати події в Києві, від чого його рейтинг почав зростати.

Пропонуємо дати відповідь на питання: **на кого ж спрямовувалась кремлівська та проросійська пропаганда**. Поки що відсутні соціологічні дослідження, які б дали об'єктивну картину про кількість українців, які у дні Євромайдану дивилися російське телебачення. Проте, є результати опитування Центру Разумкова за березень 2013 року, які показують, що українські медіа все-таки зберігають найбільший рівень довіри у наших громадян (ім повністю довіряють 10,5% опитаних, скоріше довіряють – 51,4%), а російські та західні мають однаковий рейтинг повної довіри – 7,4%. Водночас, за даними Фонду «Демократичні ініціативи», 22,7% опитаних отримували інформацію про політичні події з російського телебачення [8].

При цьому, за даними соціологів, найменше російській пропаганді піддавались жителі Західного та Центрального регіонів, а найбільше – в Південному регіоні. У Східному регіоні значення індексу впливу в 4 рази вище, ніж у Західному. При цьому, для визначення індексу обрали тези офіційної російської пропаганди, у які вірило понад 80% російського населення [3].

За даними центру «Соціс» ще на початку лютого 2014 р. Майдан підтримувало близько половини українців. Можна припустити, що після кульмінаційних подій їх стало більше. Згідно з опитуваннями фонду «Демократичні ініціативи» до протестів людей спонукали головним чином відмова В. Януковича від підписання Угоди про асоціацію з Євросоюзом, жорсткі репресії влади проти учасників протестів [9].

Водночас російське суспільство мало діаметрально протилежне бачення подій в Україні. Згідно з даними «Левада-Центру» близько 80% росіян ставились до Майдану негативно. Більша частина росіян розцінювала його як спробу насильницького державного перевороту, втручання Заходу, зростання націоналістичних настроїв. Лише 17% бачили у революції невдоволення людей

корумпованим режимом Януковича [9]. Отже, очевидним є нерозуміння росіянами причин українських протестів. При цьому російська пропаганда та ЗМІ продовжували малювати з українців образ зовнішнього ворога. Все це відчутно впливало на поляризацію суспільної думки в Україні.

**Формування образу ворога.** Тут слід розуміти, що оскільки Росія не могла визнати весь народ України ворогом, їй довелося виокремити певні сегменти у якості таких ворогів.

Першим із них стали самі мітингувальники. Практично одразу на них наклеїли ярлики націоналістів, фашистів, неонацистів, терористів. Підкреслюючи свої слова, російські пропагандисти заповнювали телепередачі червоно-чорними прапорами, портретами С. Бандери та ветеранами УПА [10]. Протягом розвитку ситуації «фашисти» конкретизувались: тепер ворогами стали «западенці», «бандерівці», «Правий сектор» [11, с. 178].

При цьому, протестувальників, які приходили підтримати людей на Майдані, зокрема приносили одяг та їжу, відокремлювали від активних учасників протестів та називали «добровільними заручниками радикалів» [10].

До другого рівня ворогів віднесли українських військово-політичних діячів, які підтримали Майдан і перебували у його лавах. В розпалі подій вузьке коло урядовців та політиків перетворилося на шпальтах російських газет та в ефірі телерадіорепортажів у «нелегітимну владу», або «хунту» [11, с. 178].

Водночас, Росія легко могла дозволити собі агресивні слова чи дії до української влади та провладних кіл, зберігаючи при цьому дружельобну риторичку до народу України, на порятунок дружби з яким були спрямовані проурядові мітинги всередині російської держави.

Ще одним ворогом в ході Революції гідності у Києві російські ЗМІ визначили США та Європу, які «бажають перерозподілу сфер впливу, закріплених після Другої світової війни, а отже несуть глобальне зло. Основною тезою щодо західних країн російська пропаганда обрала наступні слова «Вашингтон – це ляльковод» [11, с. 178].

**Основні тези російської пропаганди щодо подій в Україні наприкінці 2013 – початку 2014 років.** Аналізуючи концентрацію уваги російської пропаганди під час подій на Майдані у Києві, можна виокремити певні етапи, на особливостях яких зупинимось нижче.

Першим із таких етапів можна вважати кінець 2013 року – початок січня 2014 року. В ході нього основними тезам, які злітали з російських телерадіоэфірів були: на Майдані знаходяться бомжі, нероби, там бруд, пияцтво і все скоро закінчиться [7]. «Смішні люди ці хохли. Майдани там услякі, профінансовані революції, брудні розбірки. Вони лишень й можуть відлинювати від роботи і проїдати все, що ми там для них побудували за часів СРСР», – здебільшого такі слова лунали до глядачів [12], – Євромайдан – це технологія, за якою стоїть Захід [5, с. 209; 8]; договір з Європою для України – це загибель, союз з Росією – порятунок [7]. Після підписання угод у Москві, 17 грудня 2013 р., з'явився новий меседж – Росія рятує Україну, навіть на шкоду собі [5, с. 210; 8].

Хронологічні межі другого етапу пропаганди Кремля щодо подій на Майдані умовно можна обмежити другою половиною січня – початком лютого 2014 р. Основними тезами російських медіа були: в Україні розпад держави, хаос; до влади рвуться та на Майдані діють

ультранаціоналісти, нацисти, фашисти, «Бандерівці» – ті, які ніби-то боролись проти Радянського Союзу [13]. Майдан – це вияв агресії проти Росії [14, с. 166]. Внаслідок чого, «російський народ» через свої ЗМІ все наполегливіше починає закликати В. Януковича жорстко навести порядок в Україні [7]. При цьому офіційна позиція керівництва Росії – дочекатись якнайшвидшого врегулювання ситуації. Проте яким чином і якими засобами буде досягнуто це урегулювання, визначається прерогативою легітимної української влади [10].

Тут варто підкреслити, що майже весь час колишній президент України розглядався російськими ЗМІ як головне підґрунтя порядку та закону у країні. А, отже, все що відбувалось у нашій державі трактувалось Кремлем як «спроба державного перевороту» [10].

Третій етап російської пропагандистської операції відноситься до подій, які розгорнулись з другої половини лютого 2014 р. Так, 18–20 лютого в центрі Києва почалися криваві зіткнення опозиції і спецназу. Верховна рада у ніч на 20 лютого більшістю голосів скасувала антитерористичну операцію в Україні. На наступний день В. Янукович підписує мирний договір з лідерами опозиції за участю міністрів закордонних справ Європи. А вже 22 лютого, – втікає з Києва, а згодом і з країни. Влада в Україні несподівано переходить до опозиційних сил держави.

Ключові сюжетні лінії російських медіа в основному зводяться до наступного: у Києві снайпери вбивають людей з будівель, які контролював Майдан. В Україні – хаос. Офіційної влади немає, вона вся в руках радикалів – «бандерівців» [7]. У Києві, на Майдані, за гроші стоять «фашисти» та представники «Правого сектору» [14, с. 166]. Януковича зрадили і він тимчасово знайшов захист у Ростові [12]. «Беркут» був представлений як постраждала сторона, яка змушена була захищатися від провокаторів [5, с. 210]. Як прогноз висувалась теза про поділ України на частини, який ніби то чекає на нашу країну в довгостроковій перспективі [8]. Поряд було запущено проект, в якому змальовували Україну як надзвичайно бідну країну, рівень доходів українців порівнювали з доходами африканців [5, с. 210]. При цьому змальовували заможність Росії: «У той час, коли в Україні фашистська розруха, у нас – успішна Олімпіада – 2014» [12]. Водночас зазначалось, що радикали хочуть знищити росіян в Україні – вони їдуть у Крим та схід держави, щоб вбивати [7; 14]. Їм допомагає Америка та Захід [7] – «фашистська хунта, яка спонсорується ЦРУ та Європою, прагне захопити владу і заборонити російську мову» [12]. Поряд із цим російські ЗМІ зазначають: «Це створює загрозу для росіян. А, відповідно, потрібно застосувати екстраординарні заходи» [13].

**Створення візуальної альтернативи акціям протесту на Майдані.** Одразу з початком масових протестів у Києві та інших регіонах України у центрі уваги російських ЗМІ з'являються альтернативні громадські рухи у південних та східних областях нашої держави. До найвідоміших з них відносяться «Антимайдан» та «Стоп майдан». При цьому ніхто не приховував, що мета та єдина цінність цих рухів – протистояння Майдану [10]. З цією метою, ще у грудні 2013 р. було створено численні групи в соцмережах (передусім у «ВКонтакте»), присвячені ідеям Антимайдану в різних форматах. Спочатку значна кількість дописувачів мала «прописку» в російських

містах, та вже у лютому – березні серед коментаторів з'явилося багато представників із Криму [1], що свідчить про активне залучення місцевого населення до інформаційної війни на боці Росії. Першою фізичною присутністю українських громадян на акціях протесту проти Майдану можна вважати 24 листопада 2013 року, коли «Партія регіонів» та «Український вибір» завезли людей на свій антимайдан у Києві, пообіцявши їм грошову винагороду. Заради справедливості варто відзначити, що не всі люди, які виступили з альтернативними до євроінтеграції поглядами, були проплачені, багато з них відстоювали особисті переконання [15].

*Висновки.* Вищенаведені факти доводять, що кремлівське керівництво, використовуючи різнобічну палітру пропагандистських заходів, зуміло створити станом на кінець лютого 2014 року необхідну політико-моральну обстановку для прищеплення як власному так і значній частині українського населення думки про хаос в Україні, про загрозу російськомовному населенню, що проживає в нашій країні, з метою подальшого формування установок ненависті та ворожнечі. Завершенням активної фази інформаційної кампанії РФ в питанні Євромайдану умовно вважатимемо початок березня того ж року, коли основна увага була сконцентрована довкола анексії Автономної Республіки Крим.

Таким чином, проведена Росією інформаційна кампанія, що розгорнулася довкола подій на Майдані Незалежності, за своєю структурою відповідає сучасним технологіям інформаційно-психологічного впливу і стає першою фазою у широкомасштабній операції проти України. Можна констатувати її вдалу реалізацію та, на жаль, неготовність нашої держави на той час до ефективної протидії зовнішньому впливу.

Враховуючи анексію Російською Федерацією Кримського півострова та збройне протистояння на сході України, питання подальшого дослідження етапів пропагандистських заходів довкола цих подій повинні бути нагальним викликом для вітчизняних науковців. Різноманітні дослідження можуть створити вагомий підґрунтя для розуміння сучасних технологій боротьби в інформаційному просторі та запропонувати вірні рекомендації щодо організації нашої країною контрпропагандистських заходів.

#### Список використаних джерел

1. Російська пропаганда в українському інформаційному полі. Підсумки–2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy\\_and\\_influence/rosiyska\\_propaganda\\_v\\_ukrainskomu\\_informatsiyному\\_poli\\_pidsumki2014/](http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy_and_influence/rosiyska_propaganda_v_ukrainskomu_informatsiyному_poli_pidsumki2014/).
2. Потятиник Б. Гіперфейк (хаотичні нотатки з аеропорту) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/hiperfejk-khaotychni-notatky-z-aeroporту.html>.
3. Соціологи вивели індекс результативності російської пропаганди: Харків і Одеса викликають занепокоєння [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.newsru.ua/ukraine/25mar2015/harkiv\\_odesa.html](http://www.newsru.ua/ukraine/25mar2015/harkiv_odesa.html).
4. Бабчи М. Почему случился Майдан и кто на него вышел [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blog.babich.me/2014/03/pochemu-sluchilsya-majdan-i-cto-na-nego-vishel.html>.
5. Денисова А. Ю. Чорний піар та пропаганда у російському медійному просторі в 2014 році // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2015. – №2 (25). – С.206–213.
6. Гребенюк Г. Кремль витрачає на брехливу пропаганду мільярди доларів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://na.mil.gov.ua/26458-kreml-vitrachaye-na-brexlivu-propagandu-milyardi-dolariv>.

7. Росія проти Майдану: історія інформаційної війни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wartime.org.ua/10223-rosya-proti-maydanu-storya-nformacynoi-vyni.html>.

8. Дуцик Д. Російська пропаганда – назад у СССР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/rosiyska\\_propaganda\\_nazad\\_u\\_srsr/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/rosiyska_propaganda_nazad_u_srsr/).

9. Писаренко А. Чи здатні європейські цінності об'єднати Україну? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://mymedia.org.ua/articles/shmzhii/chi\\_zdatni\\_vropeysk\\_c\\_nnosti\\_ob\\_dnati\\_ukra\\_nu.html](http://mymedia.org.ua/articles/shmzhii/chi_zdatni_vropeysk_c_nnosti_ob_dnati_ukra_nu.html).

10. Межигірський А. Украинская революция в «зеркале» российских СМИ: «фашисты – марионетки Запада», «фальшивые антисемиты», «сильный Янукович – слабый Янукович» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/28068>.

11. Куцька О. М., Годій М. В. Російська пропаганда про протидіючі сторони в антитерористичній операції на Сході України (2014 – початок 2015) / О. М. Куцька, М. В. Годій // Міжнародна науково-технічна конференція «Перспективи розвитку озброєння та військової техніки Сухопутних військ», 14–15 травня 2015 року: тези доповідей. – Л.: АСВ, 2015. – С.278.

12. Тимофеюк А. Как менялись меседжи российской пропаганды за 2 года [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.business.ua/opinions/kak\\_menyalis\\_mesessedzhi\\_rossiyskoy\\_propagandy\\_za\\_2\\_goda-276019/](http://www.business.ua/opinions/kak_menyalis_mesessedzhi_rossiyskoy_propagandy_za_2_goda-276019/).

13. Почепцов Г. Невоенный инструментарий войны: люди, медиа и образы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/31454>.

14. Еляшевська Н. Вразливість України до інформаційної війни // Теле – та радіожурналістика. – 2015. – Вип.14. – С.165–169.

15. Антимайдан [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/>.

#### References

1. Rosijs'ka propaganda v ukrains'komu informatsijnomu poli. Pidsumky–2014 [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: [http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy\\_and\\_influence/rosiyska\\_propaganda\\_v\\_ukrainskomu\\_informatsiyному\\_poli\\_pidsumki2014/](http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy_and_influence/rosiyska_propaganda_v_ukrainskomu_informatsiyному_poli_pidsumki2014/).
2. Potyatynik B. Giperfejk (khaotychni notatky z aeroportu) [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/hiperfejk-khaotychni-notatky-z-aeroporту.html>.
3. Sotsiologiy vyvely indeks rezul'tatynosti rosijs'koji propagandy: Kharkiv i Odesa vyklykayut' zanepokojennya [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: [http://www.newsru.ua/ukraine/25mar2015/harkiv\\_odesa.html](http://www.newsru.ua/ukraine/25mar2015/harkiv_odesa.html).
4. Babchi M. Pochemu sluchilsya Majdan i kto na nego vishel [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://blog.babich.me/2014/03/pochemu-sluchilsya-majdan-i-cto-na-nego-vishel.html>.
5. Denysova A. Yu. Chornyj piar ta propaganda u rosijs'komu medijnomu prostori v 2014 rotsi // Visnyk Natsional'nogo universytetu «Yurydychna akademiya Ukrainy imeni Yaroslava Mudrogo». – 2015. – №2 (25). – S.206–213.
6. Grebenyuk G. Kreml' vytrachaje na brekhlyvu propagandu mil'yardi dolariv [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://na.mil.gov.ua/26458-kreml-vitrachaye-na-brexlivu-propagandu-milyardi-dolariv>.
7. Rosiya proty Majdanu: istoriya informatsijnoji vijny [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://wartime.org.ua/10223-rosya-proti-maydanu-storya-nformacynoi-vyni.html>.
8. Dutsyk D. Rosijs'ka propaganda – nazad u SSSR [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/>rosiyska\\_propaganda\\_nazad\\_u\\_srsr/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/>rosiyska_propaganda_nazad_u_srsr/).
9. Pysarenko A. Chy zdatni jevropejs'ki tsinnosti ob'jednaty Ukrainu? [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: [http://mymedia.org.ua/articles/shmzhii/chi\\_zdatn\\_vropeysk\\_c\\_nnosti\\_ob\\_dnati\\_ukra\\_nu.html](http://mymedia.org.ua/articles/shmzhii/chi_zdatn_vropeysk_c_nnosti_ob_dnati_ukra_nu.html).
10. Mezhygirs'kyj A. Ukrainskaja revolucija v «zerkale» rossijskih SMI: «fashisty – marionetki Zapada», «fal'shivye antisemity», «sil'nyj Janukovich – slabyy Janukovich» [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/28068>.
11. Kuts'ka O. M., Godij M. V. Rosijs'ka propaganda pro protydiyuchi storony v antyterorystychnij operatsiji na Skhodi Ukrainy (2014 – pochatok 2015) / O. M. Kuts'ka, M. V. Godij // Mizhnarodna naukoivo-tekhnichna konferentsiya «Perspektyvy rozvytku ozbrojennya ta Vijs'kovoji tekhniki Sukhoputnykh vijs'k», 14–15 travnya 2015 roku: tezy dopovidej. – L.: ASV, 2015. – S.278.

12. Timofeyuk A. Kak menyalis' messedzhi rossijskoj propagandy za 2 goda [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: [http://www.business.ua/opinions/kak\\_menyalis\\_messedzhi\\_rossiyskoj\\_propagandy\\_za\\_2\\_goda-276019/](http://www.business.ua/opinions/kak_menyalis_messedzhi_rossiyskoj_propagandy_za_2_goda-276019/).

13. Pochepstov G. Nevoennyj instrumentarij vojny: lyudi, media i obrazy [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/31454>.

14. Elyashevs'ka N. Vrazlyvist' Ukrainy do informatsijnoji vijny // Tele – ta radiozhurnalistyka. – 2015. – Vyp. 14. – S.165–169.

15. Antimajdan [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/>.

**Kutska O. M.**, PhD in historical sciences, associate professor, professor of the tactics department, faculty of troops' combat employment of the National Army Academy named after hetman Petro Sahaidachnyi (Ukraine, Lviv), [kutska\\_o@yahoo.com](mailto:kutska_o@yahoo.com)

**Fedorenko V. V.**, researcher of the research department (combat equipment) of the Research Centre of the National Army Academy named after hetman Petro Sahaidachnyi (Ukraine, Lviv)

**Chernenko A. D.**, chief of the research department (combat equipment) of the Research Centre of the National Army Academy named after hetman Petro Sahaidachnyi (Ukraine, Lviv)

#### Russian propaganda concerning the developments on the Nezalezhnosti Maidan in Kyiv (the end of 2013 – February 2014)

Russian propaganda campaign, established around the developments of Euromaidan in Ukraine has been analyzed. The aim of the work is to outline the main components of the Russian political campaign in the informational domain of our state. The research has been carried out generalizing a substantial amount of factual material with its simultaneous grouping by main parameters, which characterize the theoretical elements of informational campaign. The conclusions are supported by authors' personal observations and present the following: in the given period Kremlin's propaganda was the continuation of the perennial latent phase of the informational operation on the population of Ukraine, dominance of Russian communication means enabled Russian Federation to establish pro-Moscow propaganda on the Russian speaking population in specific regions of our state. Informational campaign conducted by Russia corresponds modern technologies of informational psychological operation by its structure. Its successful realization can be denoted, as well as, unfortunately, our state's failure to effectively counteract the external influence at that time.

**Keywords:** Euromaidan, informational influence, Russian propaganda, mass media.

**Куцка О. Н.**, кандидат исторических наук, доцент, профессор кафедры тактики факультета боевого применения войск, Национальная академия сухопутных войск им. гетмана Петра Сагайдачного (Украина, Львов), [kutska\\_o@yahoo.com](mailto:kutska_o@yahoo.com)

**Федоренко В. В.**, научный сотрудник научно-исследовательского отдела (боевой экипировки) Научного центра Сухопутных войск, Национальная академия сухопутных войск им. гетмана Петра Сагайдачного (Украина, Львов)

**Черненко А. Д.**, начальник научно-исследовательского отдела (боевой экипировки) Научного центра Сухопутных войск, Национальная академия сухопутных войск им. гетмана Петра Сагайдачного (Украина, Львов)

#### Российская пропаганда о событиях на Майдане Независимости в Киеве (конец 2013 – февраль 2014 годов)

Анализируется российская пропагандистская кампания, которая развернулась вокруг событий Евромайдана в Украине. Цель работы – очерчивание основных составляющих российской политической кампании в информационном пространстве нашей страны. Исследование проводилось путем обобщения большого количества фактического материала с параллельным разложением его по основным показателям, которые характеризуют теоретические элементы информационной кампании. Полученные выводы подкрепляются личными наблюдениями авторов и заключаются в следующем: пропаганда Кремля в исследуемый период была продолжением многолетней латентной фазы информационной операции на население Украины; доминирование российских средств массовой информации обеспечило возможность РФ оперативно развернуть промосковскую пропаганду на русскоязычное население в отдельных регионах нашего государства. Проведенная Россией информационная кампания по своей структуре соответствует современным технологиям информационно-психологической операции. Можно констатировать ее удачную реализацию и, к сожалению, неготовность нашей страны на то время к эффективному противодействию внешнему влиянию.

**Ключевые слова:** Евромайдан, информационное влияние, российская пропаганда, средства массовой информации.

\*\*\*

УДК 323.29

**Лясота А. Є.**, кандидат політичних наук, доцент кафедри політології, Дніпропетровський національний університет ім. Олесья Гончара (Україна, Дніпро), [alyasota@ua.fm](mailto:alyasota@ua.fm)

#### ВЗАЄМОДІЯ ДЕРЖАВИ І ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В СФЕРІ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ: ДІЯЛЬНІСТЬ НЕУРЯДОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Розглядаються актуальні проблем взаємодії держави і громадянського суспільства та особливості діяльності неурядових акторів у зовнішній політиці України. Автор доводить, що одними з головних проблем на шляху до конструктивного співробітництва між неурядовими акторами та державою є постійна зміна зовнішньополітичного курсу протягом існування незалежної України; застаріла стратегія національної безпеки, котра не відповідає вимогам сучасності; економічна нестабільність, значний сектор тьмової економіки, економічна криза, незабезпечена модель державного фінансування НУО та пасивність громадянського сектору.

**Ключові слова:** громадянське суспільство, зовнішня політика, неурядові організації.

Роки незалежності України, переконливо довели, що одним із найскладніших напрямів українського державотворення виявилось формування курсу зовнішньої політики та реалізація міжнародної політики, що б відповідала національним інтересам на взаємопов'язаній та динамічній глобалізованій арені міжнародних відносин. Звісно, зміни з майже на протязі всього періоду незалежності у зовнішній політиці країни зробили Україну заручницею складних процесів внутрішньої політики.

В різні періоди своєї незалежності Україна мала різні концепції зовнішнього курсу: нейтралітет і позаблоковість, багатовекторність, європейська та євроатлантична інтеграція, євразійство, рівнонаближеність. Проаналізувавши таку гетерогенну зовнішньополітичну діяльність України колишній українських дипломат А. Зленко у своїй праці «Дипломатія і політика. Україна у процесі динамічних геополітичних змін» схиляється до ідеї проведення прагматичної багатовекторної зовнішньої політики, адже «це нормальна поведінка цивілізованої держави, яка має забезпечувати власні національні інтереси» [5, с. 341].

Офіційний нейтральний позаблоковий статус може пояснюватися по-різному. З одного боку, подібний статус свідчить про ігнорування існуючого стану речей на світовій арені та про наявність стратегічної невизначеності у ключових питаннях національної безпеки, а з іншого він свідчить про «відмову від принципів позаблоковості та нейтральності, що є досить об'єктивним явищем та еволюційним процесом та в жодному разі не може розглядатися як нехтування національними інтересами» [2, с. 114–115]. Наукова дискусія з питання визначення причин такого стану речей й досі триває. Досить популярною є думка про те, що однією з причин стала боротьба Російської Федерації та Заходу за вплив на Україну [1, с. 248].

Отже, розглянувши причину невизначеності України стосовно зовнішньополітичного курсу, необхідно повернутись до ключового питання проблем та перспектив діяльності неурядових акторів у зовнішній політиці України.

Очевидними є проблеми розвитку громадянського суспільства, зокрема щодо його взаємодії з органами влади, що характеризуються формуванням так званих «кишеневих» неурядових організацій при органах влади, які створюються, насамперед, з метою залучення