МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації
Кафедра соціальних комунікацій, словесності та культури

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Пропагандистські наративи Росії та протидія їм: особливості вітчизняної практики»

Здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня
групи ЖМЗ-22-1,
спеціальності 061 «Журналістика»
ОП «Економічна журналіста»
_____ Панкратьєва Анастасія Євгеніївна

Науковий керівник _____ Брадов В. В., к.е.н., доцент

Керівник освітньо-професійної програми _____ Зикун Н.І., д.н. з соц. комунікацій, професор

Допущено до захисту за рішенням кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури, протокол від «16» 09 2024 №7

Завідувачка кафедри _____ Гиріна Т.С., д.н. з соц. комунікацій, професор

Ірпінь-2024

Реєстрація № 9 29.01.24 _____
(дата) (підпис відповідальної особи)

Результати перевірки до захисту _____
(до захисту, на доопрацювання) (дата)

(підпис)

Результат захисту 4 (83) 16.02.2024 _____
(оцінка) (дата) (підпис

Голова комісії: _____ _____
(підпис) (ініціали, ПІБ)

Члени комісії:

_____ _____
(підпис) (ініціали, ПІБ)

_____ _____
(підпис) (ініціали, ПІБ)

_____ _____
(підпис) (ініціали, ПІБ)

3

Бланк оцінювання випускної роботи

Об'єкти контролю	Діапазон оцінки в балах	Фактична кількість балів	Примітки	Дата, ПІБ
ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ КЕРІВНИКОМ ТА РЕЦЕНЗЕНТОМ				
Зміст кваліфікаційної магістерської роботи (якість теоретичного матеріалу, його зв'язок з практичним, вміння представляти матеріал в логічній послідовності, наявність висновків та пропозицій)	**від 0 до 30**	28		
Дотримання вимог щодо оформлення	**від 0 до 10**	7		
Вчасне виконання роботи на всіх етапах у встановлені кафедрою терміни	**від до 5**	4		
Рецензент	**від 0 до 5**	4		
ВСЬОМ БАЛІВ	**від 0 до 50**	43		
ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ІЗ ЗАХИСТУ				
Доповідь	**від 0 до 10**	8		
Роздатковий матеріал	**від 0 до 5**	3		
Знання теоретичного та практичного матеріалу, вміння відповідати на запитання	**від 0 до 25**	24		
Апробація	**від 0 до 10**	5		
ВСЬОМ БАЛІВ	**від 0 до 50**	40		
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ	**від 0 до 100**	83		

ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЕКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.П.: голови, членів комісії, секретаря, (підпис)
83	B	4	16.02.24	

Правила переведення оцінок до національної шкали та шкали ЕКТС

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	5 (відмінно)
80-89	B	4 (добре)
70-79	C	
60-69	D	3 (задовільно)
50-59	E	
35-49	ЄХ	2 (незадовільно)

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації
Кафедра соціальних комунікацій, словесності та культури
Спеціальність 061 «Журналістика»
Освітньо-професійна програма «Економічна журналістика»

Затверджую
Завідувачка кафедри соціальних
комунікацій, словесності та культури
_____Т.С. Гиріна

Завдання на випускну кваліфікаційну роботу
здобувачки вищої освіти
Панкратьєвої Анастасії Євгеніївни

Тема випускної кваліфікаційної роботи: «Пропагандистські наративи Росії та протидія їм: особливості вітчизняної практики»

Затверджена наказом ректора від «14» грудня 2022 р. № 1287

1. Строк здачі закінченої роботи 25.01.2024 р.
2. Цільова установка: підготовка кваліфікаційної роботи згідно затвердженного графіку та відповідно вимогам.

Мета роботи полягає у визначенні особливостей вітчизняної практики протидії пропагандистським наративам Росії.

Об'єкт дослідження: пропагандистські наративи Росії, спрямовані проти України.

Предмет дослідження: сутність російських пропагандистських наративів та особливості вітчизняної практики протидії їм.

База дослідження: результати наукових розвідок вітчизняних та зарубіжних науковців за обраною темою, матеріали за темою професійних мережевих порталів та різних за типом масмедіа.

4. Вихідні дані роботи: складається із вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел.
5. Перелік графічного матеріалу: відсутній
6. Зміст випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи (перелік питань за кожним розділом): 1. Український інформаційний простір як об'єкт агресії РФ. Поняття інформаційної безпеки в умовах війни. Медіа: між створенням наративів та пропагандою. 2. Російські наративи пропаганди та їх реалізація в медіа. Класифікація російських наративів пропаганди щодо України. Відтворення російських наративів в українських медіа до початку повномасштабного вторгнення. 3. Боротьба з російськими наративами пропаганди. Особливості протидії російській інформаційній агресії в Україні та світі.

7. Календарний план виконання роботи

№з/п	Етапи виконання	Термін	Примітки
1.	Вибір теми, вивчення	До 10.12.2022	
2.	Опрацювання літературних джерел, складання плану кваліфікаційної магістерської роботи	До 01.01.2022	
3	Узгодження плану кваліфікаційної магістерської роботи	До 01.02.2023	
4.	Підготовка першого розділу кваліфікаційної магістерської роботи та подання її керівнику	До 01.04.2023	
5.	Підготовка другого розділу кваліфікаційної магістерської роботи та подання її керівнику	До 01.06.2023	
6.	Підготовка третього розділу кваліфікаційної магістерської роботи та подання її керівнику	До 01.10.2023	
7.	Підготовка вступу, висновків та подання завершеної кваліфікаційної магістерської роботи керівнику	До 01.11.2023	
8.	Доопрацювання кваліфікаційної магістерської роботи із урахуванням зауважень керівника	До 01.11.2023	
9.	Передзахист кваліфікаційної магістерської роботи	До 20.12.2023	
10.	Подання закінченої кваліфікаційної магістерської роботи, перевірка на плагіат та отримання відгуку керівника	До 25.01.2024	Персонально
11.	Захист кваліфікаційної магістерської роботи	16.02.2024, 9.00	

8. Дата видачі завдання «10» грудня 2022 р.

9. Керівник випускної каліфікаційної роботи Брадов В. В.

10. Керівник освітньо-професійної програми Зикун Н.І.

11. Завдання до виконання отримала здобувачка вищої освіти

Панкратьєва А. Є.

АНОТАЦІЯ

«Пропагандистські наративи Росії та протидія їм: особливості вітчизняної практики»

Мета роботи полягає у визначенні особливостей вітчизняної практики протидії пропагандистським наративам Росії.

Завданнями роботи є визначення: методологічних підходів до вивчення проблем інформаційної безпеки та розповсюдження пропагандистських наративів; сутності медіа як інструменту їх розповсюдження; особливостей протидії їм.

Предметом дослідження є сутність російських пропагандистських наративів та особливості вітчизняної практики протидії їм.

Об'єктом дослідження виступають пропагандистські наративи Росії.

Базою дослідження служать результати наукових розвідок вітчизняних та зарубіжних науковців за обраною темою, матеріали за темою професійних мережевих порталів та різних за типом масмедіа.

За результатами дослідження сформульовані особливості механізму протидії російським пропагандистським наративам.

Одержані результати можуть бути використані для подальших досліджень.

Випускна кваліфікаційна робота містить 55 сторінок основного тексту, список використаних джерел з 41 найменувань.

Ключові слова: агресія, пропаганда, наративи, інформаційна безпека.

Рік виконання кваліфікаційної магістерської роботи – 2023-2024.

Рік захисту роботи – 2024.

ANNOTATION

«Propaganda narratives of Russia and countering them: peculiarities of domestic practice»

The purpose of the work is to determine the peculiarities of the domestic practice of countering Russia's propaganda narratives.

The tasks of the work are the determination of: methodological approaches to the study of information security problems and the dissemination of propaganda narratives; essential media as a tool for their distribution; features of countering them.

The subject of the study is the essence of Russian propaganda narratives and the peculiarities of the domestic practice of countering them.

The object of the study is the propaganda narratives of Russia.

Basis of the research is the results of scientific investigations of domestic and foreign scientists on the chosen topic, materials on the topic of professional network portals and various types of mass media.

Based on the results of the study, the peculiarities of the mechanism of counteraction to Russian propaganda narratives are formulated.

The obtained results can be used for further research.

Thesis contains 55 pages of the main text, a list of used sources from 41 items.

Keywords: aggression, propaganda, narratives, information security.

The year of completion of the qualifying master's thesis is 2023-2024.

The year of job protection is 2024.

ЗМІСТ

ВСТУП.....8

РОЗДІЛ 1. УКРАЇНСЬКИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ЯК ОБ'ЄКТ АГРЕСІЇ РФ.....12

1.1. Поняття інформаційної безпеки в умовах війни.....12

1.2. Медіа: між створенням наративів та пропагандою.....22

РОЗДІЛ 2. РОСІЙСЬКІ НАРАТИВИ ПРОПАГАНДИ ТА ЇХ РЕАЛІЗАЦІЯ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....29

2.1. Класифікація російських наративів пропаганди щодо України.....29

2.2. Аналіз пропагандистських вкидів з боку РФ до початку повномасштабного вторгнення.....33

РОЗДІЛ 3. БОРОТЬБА З РОСІЙСЬКИМИ НАРАТИВАМИ ПРОПАГАНДИ.....43

3.1. Особливості протидії російській інформаційній агресії в Україні та світі.....43

ВИСНОВКИ.....52

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....56

ВСТУП

Розвиток інформаційного суспільства сьогодні у світі пов'язаний із появою нових технологій фіксації, зберігання та розповсюдження інформації, бурхливим процесом інформаційних відносин між суспільствами та країнами. Це несе як позитивний ефект, що полягаю у забезпеченні прав громадян на інформацію та реалізацію їх потреб, так і потенційну небезпеку зловживання певною інформацією та заподіяння шкоди інтересам та правам особи, держави.

Протягом незалежного розвитку нашої держави, виникали, й виникають досі, потреби в її всебічному захисті, особливо в контексті активної інформаційної війни, яку вже протягом десятиліть проти України веде Росія. Намагання «розхитати» державний лад, репрезентувати Україну як «недодержаву», створити з нех образ абсолютного ворога, впливати на ставлення до українців з боку громадян і політиків ЄС та США, – ось неповний перелік дій країни-агресора в інформаційному просторі.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи зумовлена тим, що в період повномасштабного вторгнення, початку відкритої агресії Росії проти України, ми живемо у стані запеклої боротьби, в якій інформація є надпотужною зброєю, тому питання, пов'язані з забезпеченням інформаційної безпеки суспільства, є очевидно важливими. Безумовно, цей напрямок досліджують як зарубіжні, так і українські вчені, створюються цілі організації, об'єднання з фахівців інформаційного спротиву, з розвінчання російських пропагандистських наративів, чимала увага приділяється цій темі також і на державному рівні. Все це й актуалізує наукову розвідку протистояння російській інформаційній агресії з метою узагальнення особливостей досвіду такої протидії.

Інформаційною основою кваліфікаційної роботи став значний масив наукових розробок з питань інформаційного протиборства, розуміння ролі масмедіа в ньому. Теоретичною основою наукової розвідки послугували роботи західних вчених А. Ассмана, Ж. Бодрійяра, Г. Лассвелла, В. Ліппмана,

М. Маклуена, М. Фуко, П. Штомпки, серед яких привертає увагу теорія наративів, розуміння медіа як засобу насилля, узагальнення особливостей сприйняття візуального. Серед вітчизняних дослідників – привертають увагу результати досліджень В. Горбуліна, Д. Ланде, О. Литвиненка, Г. Почепцова, О. Старіша, А. Чічановського та ін. У науковій літературі сучасного періоду, серед найбільш значущих праць, слід виокремити колективну монографію вітчизняних дослідників «Світова гібридна війна: український фронт», яка вийшла під егідою Національного інституту стратегічних досліджень і присвячена розгляду явища світової гібридної війни в ракурсі російської агресії проти України [26]. Значний дослідницький внесок у розуміння процесів, що відбуваються сьогодні в інформаційному просторі країни, зробили праці авторитетного фахівця цього напрямку професора Г. Почепцова [27]. Перебіг українсько-російської інформаційного протистояння останнім часом активно відображається й у публікаціях сучасної наукової періодики, де досліджується проблематика роботи ЗМК під час війни, особливості інформування ними про перебіг події, пов’язаних з бойовими діями.

Мета кваліфікаційної магістерської роботи полягає у визначенні особливостей вітчизняної практики протидії пропагандистським наративам Росії. Для досягнення поставленої мети сформульовані такі **завдання:**

– сформувати методологічні підходи до вивчення проблем захисту інформаційного простору країни в умовах агресії;

– визначити роль медіа як інструмента розповсюдження інформаційного контенту;

– визначити сутність пропагандистських наративів Росії, класифікувати їх;

– узагальнити особливості вітчизняної практики протидії розповсюдженню та репрезентації пропагандистських наративів.

Об'єктом нашого дослідження виступають російські пропагандистські наративи Росії спрямовані проти України.

База дослідження обґрунтована темою, предметом і завданнями

дослідження, нею послужили результати наукових розвідок вітчизняних та зарубіжних науковців за обраною темою, матеріали професійних мережевих порталів та різних за типом масмедіа, персональні сторінки деяких політиків та журналістів в соціальних мережах.

Предмет дослідження – сутність російських пропагандистських наративів та особливості вітчизняної практики протидії їм.

В ході дослідження застосовувалися такі наукові **методи:** системний аналіз – для опрацювання результатів попередніх досліджень за обраною тематикою; метод аналізу та критичний дискурс-аналіз дали можливість проаналізувати сутнісний та ідеологічний рівень пропагандистських наративів Росії ; за допомогою синтезу вдалося комплексно дослідити та зрозуміти сутність наративів; порівняння, класифікація отриманих результатів, аналітичний та описовий – для визначення особливостей вітчизняної практики протидії інформаційної агресії; узагальнення – для формулювання висновків стосовно результатів дослідження.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у класифікації російських пропагандистських наративів, їх деконструюванні. В роботі описані рекомендацій по боротьбі з різними видами російської пропаганди та дезінформації, використовуючи результати дослідження можна окреслити сутність та зміст пропагандистських наративів, тактик та стратегій по боротьбі із ними, що реалізуються в Україні. Також результати дослідження можуть бути використані для подальших наукових розвідок за темою.

У зв'язку з поставленою метою і окресленими завданнями дослідження **структура кваліфікаційної магістерської роботи** складається зі вступу, трьох розділів і необхідних підрозділів, узагальнених висновків. У Вступі обґрунтовано актуальність теми дослідження, його мету та завдання, визначено об’єкт та предмет, використані методи наукової розвідки, описано практичну значущість роботи. Розділ 1 присвячено аналізу теоретичних надбань досліджуваної проблеми. В ньому детально проаналізовано сутність поняття «інформаційна безпека» в контексті розвитку суспільства, глобалізації

інформації, розвитку технологій. Визначено сутність поняття безпека інформації, наведено різні підходи до вивчення проблеми, окреслені теоретичні та методологічні проблеми, пов’язані із розумінням медіа як інституту. В Розділі 2 ми описали наявні класифікації російських пропагандистських наративів, на конкретних прикладах проаналізували їхній зміст та функціональність, а також звернулися до аналізу конкретних медіатекстів українських ЗМК. Розділ 3, як і другий, носить практичний характер, тут детально проаналізована сутність протидії російським наративам, описано методи, тактики та стратегії у боротьбі з розповсюдженням наративів, визначено особливості протидії їм в конкретних країнах ЄС та в США. У Висновках надано основні результати дослідження.

Загальний обсяг кваліфікаційної магістерської роботи 63 сторінок, з них основного тексту – 55. Список використаних джерел нараховує 60 позиції.

РОЗДІЛ 1. УКРАЇНСЬКИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ЯК ОБ'ЄКТ АГРЕСІЇ РФ

1.1. Поняття інформаційної безпеки в умовах війни

Проблема глобалізації інформації актуалізує проблеми інформаційної безпеки, її загроз та викликів, а також змушує відшукувати/створювати/опрацьовувати нові дієві методи і підходи до зберігання інформації, її захисту, до протидії розповсюджуваної дезінформації.

Тому логічним нам видається проаналізувати сутність поняття інформаційна безпека і визначити, наскільки високий ступінь розробленості проблем інформаційної безпеки, особливо в українській комунікативістиці.

Загалом, в українському науковому дискурсі поняття інформаційної безпеки має високий ступінь розробленості. Цим займались Г. Почепцов, Т. Петрів, Б. Потятиник, В. Петрик, Я. Деркаченко та інші. Майже всі вони сходяться на думці, що зміст «інформаційної безпеки» полягає в процесах, процедурах, засобах і способах реалізації захисту інформації від втручання, загроз, нелегального розповсюдження тощо.

В «Концепції інформаційної безпеки України», прийнятій в лютому 2017 року, інформаційна безпека визначається як «стан захищеності життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства і держави, при якому запобігається завдання шкоди через неповноту, несвоєчасність і недостовірність поширюваної інформації, порушення цілісності та доступності інформації, несанкціонований обіг інформації з обмеженим доступом, а також через негативний інформаційно-психологічний вплив та умисне спричинення негативних наслідків застосування інформаційних технологій» [37]. Тобто, термін використовується в найширшому значенні з врахуванням і основних професійних журналістських стандартів роботи з інформацією. Крім того, одночасно в «Концепції…» подано і похідні інформаційної безпеки, а саме: загрози, стратегічний контент, інформаційний продукт, інформаційна політика,

інформаційна інфраструктура, інформаційна сфера, інформаційний суверенітет, кібербезпека, кіберзлочин, кібертнроризм.

В українському сегменті відкритої енциклопедії «Вікіпедія» під інформаційної безпекою розуміється «стан захищеності систем обробки і зберігання даних, при якому забезпечено конфіденційність, доступність і цілісність інформації, або комплекс заходів, спрямованих на забезпечення захищеності інформації від несанкціонованого доступу, використання, оприлюднення, руйнування, внесення змін, ознайомлення, перевірки, запису чи знищення» [31]. Причому, під останнім найчастіше розуміють «захист інформації». Тобто, ми можемо стверджувати про те, що «інформаційна безпека» та «захист інформації» є суміжними і навіть, взаємозалежними поняттями. Оскільки саме процес/процедури/методи захисту інформації є гарантом інформаційної безпеки.

Однак, тут же перед нами виникає проблема співставлення понять «інформаційної безпеки» та «безпеки інформації». На їхній різниці наголошує українська дослідниця Н. Волошина, яка стверджує, що безпека інформації за своєю суттю є станом інформації, інформресурсів, телекомунікаційних та інформаційних систем, при якому забезпечено захист інформації з високим ступенем вірогідності. Одночасно, за словами дослідниці, це стан захищеності інформації, що обробляється технічними засоби та системи, і захищеність цих засобів та систем від внутрішніх та зовнішніх загроз [18].

Це значно розширює наше поле дослідження, однак, врахувати все не дозволяє нам обсяг роботи.

Аналіз трактувань поняття «інформаційна безпека» дозволяє нам стверджувати, що змістовно це багатоаспектне поняття. Однак, ми можемо виокремити певні сутнісні характеристики «інформаційної безпеки», а саме: стан захищеності системи; дієвість та дотримання правил і норм, що регулюють роботу з інформацією, інформаційні відносини; захищеність особи, суспільства та держави від потенційних загроз в інформаційному просторі; частина соціальної, політичної, економічної оборонної та національної безпеки [25].

Таким чином, загальною метою інформаційної безпеки є збереження цілісності, повноти та точності інформації, її захист від втручання, мінімізація ризику несанкціонованих змін у інформаційних системах, інформаційних захист громадянина, суспільства та держави. В рамках нашої роботи це є вкрай актуальним, оскільки російські пропагандистські наративи – це пряме втручання в український інформаційний простір, яке порушує безпеку інформації.

Як ми вже побачили, з поняттям інформаційної безпеки пов'язані і поняття, які мають семантичний відтінок конфліктності, або можуть відноситися до воєнної лексики. Серед них: інформаційне протиборство, інформаційна війна, інформаційна злочинність, інформаційна зброя, інформаційні загрози, інформаційний захист. Це дає нам змогу говорити про особливу важливість аналізу проблем інформаційної безпеки та вивчення методів забезпечення захисту інформації, розуміння тактик та стратегій протиборства з дезінформацією тощо.

Втім, в рамках нашого дослідження, спираючи на розробленість в науці терміну ми під інформаційною безпекою розумітимемо стан/рівень захищеності інформації та доступу до неї, при якому сторонні втручання, інформаційні впливи не завдають інформації значної шкоди. І навпаки – порушенням інформаційної безпеки ми називатимем як фізичні, так і символічні, ментальні та іншу втручання в зміст та сутність інформації.

Причому, ми розуміємо, що між інформаційною безпекою особистості, спільноти, суспільства та держави існує принципова різниця з точки зору обсягу і «ваги» цієї безпеки. Однак змістовно поняття інформаційної безпеки особи та держави є схожими і пов'язані з впливами і можливостями захисту.

Проблеми розвитку інформаційного суспільства, шалені темпи глобалізації інформації, поява нових технічних і технологічних засобів створення, аналізу/обробки, зберігання та розповсюдження інформації актуалізували проблему інформаційної безпеки та безпеки інформації. Українські науковці активно досліджують це питання, існують навіть окремі

наукові видання «Інформаційна безпека» та «Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки і оборони».

Інформаційний простір України не має на сьогодні визначених і юридично нормованих кордонів. А отже, його порушення не буде розглядатися як загроза національній безпеці та втручання у внутрішні справи країни. Наприклад, керівництво США з 1993 року пріоритетними напрямками державної політики визначило розвиток національної інформаційної інфраструктури та глобальної інформаційної інфраструктури. В Україні ж, крім декількох законів про пресу та інформацію, та символічних державних органів (Держкомтелерадіо та Національної Ради з питань телебачення та радіомовлення, які мають займатися проблемами розвитку інформаційної сфери в країні, а також Міністерство інформаційної політики), майже нічого не робиться з боку держави. Але, розуміючи необхідність законного керівництва та циркуляції сучасних інформаційних процесів, Верховна Рада прийняла ще 2007 року закон «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007 -2015 роки», де йшлося про вхід держави в міжнародне інформаційну спільноту та про важливість захисту країни від інформаційної експансії. В законі сказано: «Для забезпечення реалізації основних засад визначальне значення має політика міжнародної співпраці України та її участь у розвитку глобального інформаційного суспільства. Ця співпраця має здійснюватися з метою узгодження стратегій розвитку інформаційного суспільства, сприяння в реалізації універсального підходу до спільних дій, зменшення цифрової та інформаційної нерівності» [15, с.102]. Також в нормативно-правовому акті мова йде і про «гідну інформаційну ідентифікацію України у глобальному інтернет-просторі».

Важливим є і той факт, що в пострадянському інформаційному просторі панівне значення мають медіа колишнього Радянського Союзу. Наприклад, телеканал «ОРТ» сьогодні є монополістом в світовій інформаційній сфері серед колишніх держав-членів СРСР, і саме він подає вже сконструйований інформаційний продукт про події в Україні, реакція на який з боку Українських

ЗМК не є оперативною та повною. Тобто національні медіа не в змозі протистояти даному інформаційному тиску.

Виходить, що Україна втрачає економічні, фінансові та культурні позиції, що призводить до складної внутрішньої ситуації в державі. Отже, ми бачимо невідповідальність політикуму щодо пріоритетних на сьогодні напрямків діяльності держави – розвиток та регулювання інформаційного простору та запобігання впливу з боку іноземних країн-агресорів, захист інформації від зовнішніх загроз тощо.

Так, відсутність механізмів регулювання національно інформаційного простору призводить до політичних лобіювань будь-яких інтересів та ідей, навіть антидержавних, також до можливостей реалізації країною-ворогом власної інформаційної війни в Україні. Яскравим прикладом останнього, який наводить Ю. Бондар в статті «Проблеми інформаційної безпеки в умовах перехідного суспільства», може слугувати «діяльність міжнародної єврейської організації «Об'єднаний ізраїльський призив «Керен Хайесод», який державні структури Ізраїлю використовують для пропагандистської інформаційної діяльності для формування потрібного для ізраїльтян ставлення до подій на Близькому Сході та в Україні» [10, с. 48].

Однак в рамках держави існують «свої» інформаційні простори та середовища: медіа, інтернет, інформаційні середовища в бізнесі та фінансах, економіці та політиці. Таким чином, існує і розвинута система захисту, точніше різні пропозиції щодо інформаційного захисту різних систем. І вище ми писали про необхідність захисту інформації на різних рівнях і про підходи до захисту інформації. Нижче ж, нам потрібно чітко визначити сутність загроз, основні їхні види та класифікації.

Під загрозою (в загальному сенсі) зазвичай розуміють потенційно можливу подію (вплив, процес або явище), яка може призвести до нанесення збитку чиїмось інтересам.

Загальноприйнятим у науковому дискурсі (в контексті нашої роботи) під розумінням загроз є дія, або бездіяльність конкретних осіб, які призводять до

спотворення, знищення, поширення конфіденційної інформації, створення небезпечних умов для інформаційних процесів та інформаційних технологій [8].

Втім, саме розуміння інформаційні загрози є складним ієрархічним утворенням з множиною різнорівневих зв'язків, їх вплив на людину комплексний і різноманітний. Українські вчені З. Живко та М. Живков пропонують для того, щоб спростити класифікацію і впорядкування, умовно всі інформаційні загрози поділити на дві категорії: макрозагрози та мікрозагрози. До першої категорії вони відносять ті загрози, які перебувають в інформаційному просторі суспільства й існують незалежно від психологічних і розумових особливостей конкретної особистості. До другої – загрози, які діють на рівні людської свідомості [23].

Втім, на нашу думку, це занадто просте узагальнення, оскільки, мікрозагрози, це скоріше спеціальні загрози, що можуть впливати (змінювати/розповсюджувати) на інформацію як на локальному, предметному рівні (телебачення, інтернет-видання, підприємство, банк тощо), так і на глобальному (кібертероризм, віруси та ін.).

Крім того, ми пропонуємо макрозагрози визначити як загальні, а мікрозагрози як спеціальні.

Загальні загрози, це такі, що стосуються або всього суспільства, або певної спільноти, загрози національній безпеці, а також інформаційні загрози, пов'язані з піратством, порушенням авторських прав, порушенням конфіденційності, плагіат, розповсюдженням патогенних текстів. Причому, боротьба з конкретної загрозою в такому випадку вимагатиме окремих інструментів, методів та підходів.

Наприклад, в «Доктрині інформаційної безпеки України», що введена в дію Указом Президента України від 25 лютого 2017 року, актуальними загрозами національним інтересам та національній безпеці України в інформаційній сфері названо:

- «здійснення спеціальних інформаційних операцій, спрямованих на підрив обороноздатності, деморалізацію особового складу Збройних Сил України та інших військових формувань, провокування екстремістських проявів, підживлення панічних настроїв, загострення і дестабілізацію суспільно-політичної та соціально-економічної ситуації, розпалювання міжетнічних і міжконфесійних конфліктів в Україні;
- проведення державою-агресором спеціальних інформаційних операцій в інших державах з метою створення негативного іміджу України у світі;
- інформаційна експансія держави-агресора та контрольованих нею структур, зокрема шляхом розширення власної інформаційної інфраструктури на території України та в інших державах;
- інформаційне домінування держави-агресора на тимчасово окупованих територіях;
- недостатня розвиненість національної інформаційної інфраструктури, що обмежує можливості України ефективно протидіяти інформаційній агресії та проактивно діяти в інформаційній сфері для реалізації національних інтересів України;
- неефективність державної інформаційної політики, недосконаліть законодавства стосовно регулювання суспільних відносин в інформаційній сфері, невизначеність стратегічного наративу, недостатній рівень медіа-культури суспільства;
- поширення закликів до радикальних дій, пропаганда ізоляціоністських та автономістських концепцій співіснування регіонів в Україні» [86].

Аналіз наукових публікацій щодо осмислення внутрішніх загроз та викликів розвитку національних медіа-просторів дозволив українському вченому В. Конаху до них віднести внутрішні маніпулятивні інформаційно-психологічні впливи, розповсюдження протизаконного, шкідливого та неетичного контенту, а також протиправне розповсюдження інформації. Це

корелюється з «Доктриною…», і головною загрозою вбачається, умовно кажучи, інформаційна війна та власний інформаційний захист. Це, в свою чергу, призводить не лише до пошуку нових форм та засобів протидій ним, а й до «переосмислення співвідношення засад демократії, зокрема свободи мас-медіа та необхідності контролю за їх діяльністю, питання підвищення забезпечення відповідальності мас-медіа перед суспільством тощо» [36, с. 37].

Один з найпопулярніших світових аналітичних ресурсів з питань інформаційної безпеки, захисту інформації, роботи з великими даними «CIO.com – Tech News, Analysis, Blogs, Video» розмістив матеріал, в якому описані найбільш популярні тренди-загрози останніх років, пов’язані із безпекою інформації:

1. Кіберзлочинність. Інтернет стає все більш привабливим місцем полювання злочинців, різного роду активістів і терористів, які бажають отримати гроші, стати відомими, створити проблеми або взагалі знищити певну корпорацію та уряд за допомогою інтернет-атак. Журнал стверджує, що сучасні кіберзлочинці працюють здебільшого із країн колишнього СРСР, вони мають високу кваліфікацію та оснащені сучасними інструментами. Часто ступінь їх взаємодії, ніж взаємодія організацій задля інформаційної безпеки.

2. Конфіденційність та регулювання політики конфіденційності. Більшість урядів вже створили, або перебувають в процесі створення правил та норм, що встановлюють умови, гарантії безпеки та особливості використання особистої/приватної інформації (Personally Identifiable Information), існує система покарань. В результаті, організації повинні ставитися до приватного життя як до питання, пов’язаного в тому числі з бізнес-ризиками, з тим щоб зменшити ділові та репутаційні втрати через порушення конфіденційності.

3. Загрози з боку сторонніх постачальників/загрози з боку третьої сторони. Система поставок є життєво важливим компонентом глобальних бізнес-операцій кожної організації та основою сучасної світової економіки. Проте, стверджують аналітики журналу, керівники спецслужб у всьому світі стають все більш стурбовані тим, наскільки ця система стає відкритою для

зовнішніх впливів і загроз. Ряд цінної і конфіденційної інформації часто переходить до третьої сторони і таким чином втрачається прямий контроль над інформацією. Це призводить до підвищеного ризику безпеки інформації та її конфіденційності, цілісності та підвищується доступність компрометації. Можливість атаки існує навіть при тегуванні (український аналог – відзначенні/позначенні) певної корпорації або людини в соціальній мережі. Таким чином незабезпечення інформаційної безпеки є ризиковим для розвитку глобального бізнесу.

4. Власні девайси на робочому місці. Політика BYOD Security (Bring Your Own Device). Є високі загрози збереження інформації, даних тощо в ситуації, коли сьогодні більшість корпорацій дозволяє працівникам використовувати власні девайси під час роботи. Ризики, пов’язані з цим як технічного, так орагнізаційно-інституційного характеру. По-першу, хмарові системи зберігання, використання власних девайсів та мереж схильні до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз. По-друге, перед багатьма компаніями виникає проблема збереження інформації, неможливості її розповсюдження, а тому виникає потреба у створені системи норм і правил користування власними присторями на робочому місці.

5. Взаємодія зі «своїми» людьми. За останні кілька десятиліть, організації витратили мільйони доларів на діяльність з інформування про інформаційну безпеку. Оскільки люди для будь-якої корпорації – найголовніший актив, з ними треба працювати в сенсі підвішеності освіченості про інформаційні загрози і змінювати власну поведінку, тим самим знижуючи ризик, надаючи їм знання про те, що потрібно робити у в контексті забезпечення інформаційної безпеки. Тобто виникає необхідність у створенні культури інформаційної безпеки [13].

Таким чином, ми бачимо, що в широкому сенсі розуміння інформаційних загроз виходить за межу суто теорії комунікації, журналістикознавства, або технічної теорії інформації. Осмислення загроз вимагає підходу

міждисциплінарного, тут і філософська, і психологічна, і економічна, і соціальна проблема.

Однак, з точки зору вузького розуміння – спеціальних загроз, ми можемо використовувати комплекс знань з теорії захисту інформації. Спеціалістами з цього питання сьогодні фіксується дуже велика кількість різнопланових загроз різного походження.

Протягом всього періоду існування проблеми вивчення захисту інформації робилися різні спроби класифікувати джерела загроз безпеці інформації та самі загрози з метою подальшої стандартизації засобів і методів, що застосовуються для захисту.

Існує велика кількість класифікацій та типологізацій загроз. При цьому в якості критеріїв розподілу безлічі загроз на класи використовуються види породжуваних небезпек, ступінь злого умислу, джерела прояви загроз тощо [33, с.15].

Серед основних загроз інформації можуть бути наступні: розкрадання (копіювання інформації), знищення інформації, модифікація (перекручування) інформації, порушення доступності (блокування) інформації, заперечення дійсності інформації, нав’язування помилкової інформації. Це вже маніпуляційні інформаційні механізми.

Інформація зберігає доступність, якщо зберігається можливість її отримання або модифікації тільки відповідно до встановлених правил упродовж певного часу.

Отже, загрози, реалізація яких призводить до втрати інформацією вказаних вище властивостей, відповідно є загрозами конфіденційності, цілісності або доступності інформації.

Коли ми говоримо про інформаційні загрози, надто ми маємо говорити про джерела цих загроз. Серед багатьох існуючих класифікацій джерел і підходів до них, найбільшою популярністю користується класифікація загроз DSECCT (Digital Security Classification of Threats). Основна мета її створення полягає в ідеї віднайти найбільш повну, детальну класифікацію, яка описувала

б всі існуючи загрози інформаційної безпеки, за якою кожна із загроз підпадала б тільки під одну класифікаційну ознаку, і яка, таким чином, була б найбільш застосовна для аналізу ризиків реальних інформаційних систем [32, с. 83].

Отже, зробивши спробу детального аналізу загроз інформаційні безпеці, ми побачили, що сьогодні існують різні підходи та класифікації загроз. Втім, майже всі вони пов'язані з існуванням електронних комп'ютерних комунікативних систем, якими перенасичено наше інформаційне суспільство. В той же час, класифікації загроз в контексті нашого дослідження можна пов'язати із необхідністю розуміння важливості захищеності професійних журналістських інформаційних середовищ, джерел, можливість нерозповсюдження конфіденційної інформації та можливість протистояння розповсюдженню російської дезінформації про Україну, зокрема.

1.2. Медіа: між створенням наративів та пропагандою

Термін «медії» (від латинського «media», «medium» — засіб, посередник) включає в себе систему масових комунікацій, яка постійно розширюється за допомогою нових технологічних інструментаріїв, «інформаційного вибуху». Це поняття виникло у XX столітті в якості характеристики феномена «масової культури». Відповідно, дуже спрощено під «медіями» розуміють виключно ЗМК – засоби масової комунікації: телебачення, радіо та пресу. Сучасні технології, постійний розвиток засобів комунікації, адаптація умов праці із ними, сучасний політичний та соціально-культурний контексти — все це дозволяє розширити поняття «медій». Сьогодні воно включає у себе суміжні із іншими науками поняття та категорії. Медії зараз стають об'єктом дослідження соціологів, істориків, антропологів, які вивчають як історичні процеси, задокументовані у ЗМК, так і досліджують сучасні тенденції, створені медіями як рупорами суспільної думки, політичних партій та корпорацій. Важливим у сучасних медійних процесах є два поняття – «розуміння медій» (understanding media), яке вперше описане Маршалом Маклюеном у 1964 році, та

«медіакультура» (media culture), яке озвучив у 1940-х роках Теодор Адорно. Ці поняття дозволяють розглядати медії у ширшому ключі – культурно-філософському та історико-політичному [41]. Саме контекст для нас є важливим, адже осмислення медіа як платформи, в якій існують метанартиви, де відбувається осмислення та конструювання реальності/гіперреальності, а отже – ідеологічної абсорбації.

Через те, що медії є «живим» інструментом і постійно змінюється, адаптуючись до нових реалій, їхня мова так само є «живою», гнучкою та оперативною. А через те, що інструментарій та функціонал медій є предметом технологічного розвитку, соціальних та політичних змін, медії не втрачають свою актуальність і темпоральність та постійно адаптуються до нових викликів. Тож, сучасні медії модифіковані та гібридні. Намагаючись пристосуватися до сучасного світу, до нового ритму людей, до нової швидкості, до нових соціально-політичних процесів, і навіть – міжнародних відносин, вони стають мобільними – швидкими, оперативними, зручними у формі носіїв, вони увібрали найкращі риси кожного з «традиційних» медій, створюючи онлайн-платформи, інтерактивне телебачення тощо. Це з одного боку. З іншого, саме вони є вкрай великим та досить легким для використання ресурсом пропаганди, який задіяний майже всіма країнами, соціальними групами, угрупуваннями для реалізації власних цілей. А у випадку нашого дослідження – цілей, які часто виправдовують агресію або спотворюють реальність.

Саме через нову функціональність та темпоритм нині у критиці медій прийнято вживати термін «традиційні» медіа по відношенню до телебачення, радіо та преси, а також термін «нові» медіа, виокремлюючи інтернет-платформи, соціальні мережі, додатки до телефонів тощо.

Одним із завдань нашої роботи є не аналіз та розмежування медій за принципом старі-нові, а виокремлення та аналіз пропагандистських наративів Росії, та показати, яким чином вони використовуються «старі» та «нові» медіа у створенні цих пропагандистських наративів.

Звертаючись у своїй роботі до поняття «медій», ми апелюємо не тільки до засобів комунікації (каналів комунікації), але й до того, що відбувається навколо них, а саме – до історії, людей, наративів, що створюються, механізмів застосування тощо. Через це наше дослідження є міждисциплінарним, воно на перетині комунікативістики, медієлогії, антропології, культурології, соціології та публічної історії.

Дослідження різного роду, пов'язані із роботою медіа, сприйняттям аудиторії інформації вкрай активно проводились наприкінці XX століття, а специфіка медіакультури цікавила дослідників у багатьох аспектах.

Так, звертаючись до теорії американського дослідника Пола Левінсона [10], який на противагу терміну «нові медії» пропонує використовувати словосполучення «нові нові медії», ми переглядаємо історію та функціонал ЗМК з точки зору інноваційності та залученості до ідеологічних та політичних процесів.

Левінсон у своїй праці акцентує увагу на тісних зв'язках інформатизації та удосконалення медій. Тож, нові нові медії — це такі медії, що прийшли із розвитком технологічної революції XXI століття. Користуючись уже набутими раніше навичками, функціями та ідеями, подібні ЗМК стають більш швидкими, емоційними та інтерактивними. А отже, умовні старі медії, згідно з його візначення, це — медіа «за попереднім записом» («media by appointment»).

Апелюючи до теорії Левінсона, ми об'єднуємо різні традиції передачі інформації, що існували на території, зокрема, України для того, аби показати наскільки сильним був і залишається вплив інформації на аудиторію, наскільки аудиторія медій здатна змінювати свої думки та рішення, перебуваючи під впливом певної інформації.

Вкрай гостро ця проблема маніпуляцій та пропаганди, що використовують «новими новими медіа» постала у 2014 році – під час війни на частині Донецької та Луганської областей, окупації цих областей та Криму Росією.

Саме це, на нашу думку, кардинально змінило сприйняття медіа та реальності: з'явилася можливість начебто «проживати» події, бути їхніми свідками, й при цьому не бути в гущі цих самих подій, а спостерігати за ними за допомогою «стрімів» (онлайн-трансляції з місця подій, зроблені на електронні носії — телефон, планшет, камери) та онлайн-трансляції міських веб-камер. З іншого боку, саме в цей час з'являються головні російські пропагандистські метанаративи – «Україна як частина руського миру», «повернення холодної війни», «захист російськомовного населення» тощо, які створювались виключно шляхом конструювання реальності в медіа. Вже хрестоматійним є приклад начебто роп'ятого хлопчика, мати якого була показана по російському телебачені, а сам сюжет «перекочув» в інтернет- простір. Аналіз інформації з точки зору концепцій терору та насилля є для нас необхідним для розуміння функціонування російських пропагандистських наративів. Тут поняття «терору» та «насилля» вживається у двох значеннях: перше стосується механізму тиранії як фактору впливу, друге є точкою, від якої ми дивимося на будь-яку війну – фізичну, метафізичну, війну влади та дискурсів, наративів тощо.

Ключовим теоретиком, на якого ми спиралися під час аналізу наративів з точки зору влади дискурсу, став французький філософ Мішель Фуко. Його роботи були написані з кінця 1960-х років та увібрали в себе критику соціальних інституцій, політичного устрою, місця людини у суспільстві, системи тюрем, а також історії сексуальності.

Обраний нами локус дослідження дозволив сфокусуватися на одній із основних теорій Фуко — теорії біополітики та політичного тіла, тобто впливу політики на особистість людини, її побут та вчинки. У дослідженні нами був проведений аналіз репрезентації «героїв руського миру» та «Росії (Путіна) як рятівника світу» з точки зору не лише їх «образності», але й з точки зору впливу на політичне життя спільноти.

Влада, як стверджував Фуко [28], здатна проникнути у всі інституційні заклади, створити дисциплінарну систему, що буде повторювати карні та

виправні заклади і нестиме за собою терор та насилля, змінюючи людину, формуючи її відчуття тілесності та підпорядковуючи певній ідеології. Фуко наполягав на тому, що будь-які речі (дії, ідеї тощо) є конструктами, формотворчими. Він зазначав, що будь-яка влада є локальною та діє у першу чергу через ідеологію або тиранію, що може бути спрямоване не тільки на певну дію (фізичне насилля), але й являти собою сукупністю певних негласних правил, які здатні виховати у людині бажання придушення й підбурення. Окрім того, використовуючи такі економічні важелі, як наприклад, завод чи шахта, чи інші подібні дисциплінарні інституції, влада входить не тільки у політичне та суспільне поле, але й у особисту площину людини. Влада часто діє не своїми руками, а руками тих, на кого вона спрямована.

Описуючи контекст зовнішнього терору (війн) та необхідність використання аудіовізуальної культури на користь ідеології, ми звернули нашу увагу також на те, наскільки апріорним був вплив на людину, чи могла вона опиратися цьому насиллю. У цьому контексті ключовим стали думки та ідеї соціолога П’єра Бурдьє, який у своїх роботах звертається до розробки теорії про символічне насилля та його вплив на людину.

Особливо гостро поняття терору (терору дискурсу, терору наративів, терору влади, терору фізичного) виникає в часи травматичних досвідів, які на сьогодні переживає Україна та українці. І тут знову перед нами постає проблема пропагандистських наративів, які використовують минуле в якості пошуку авторитетного висловлювання для сьогоднішніх медій.

Аляйда Ассман, спираючись на дослідження П’єра Нора та Лоуренса Лендлера у своїй книзі «Простори спогаду» пише, що у випадку травматичного та напівусвідомленого досвіду, образи виринають у пам’яті там, куди не сягає мовна обробка [4, с. 234], «глибоко закарбовані образи можуть «часто відображатися з великою точністю»; однак самі по собі вони не мають «наративної структури й не переводяться в смислові висловлювання» [4, с. 253]. Дослідниця наголошує, що забуття контрреволюційне, й досвід і спогад повністю ніколи не можуть бути узгодженими одне з одним. Це часто

використовують медіа, «переписуючи пам’ять спільнот». В нашому дослідженні це можна вважати однією з найголовніших наративних стратегій російської пропаганди.

Слід також наголосити, що аналізуючи пам’ять як соціологічну та історичну дослідницьку категорію, Ассман звертається до мережевої пам’яті та вводить термін «мережева сліпота» [4, с. 189] на позначення феномену пам’яті у технологічній практиці цифрової доби, яка, у свою чергу, створює дірки у пам’яті. На її думку, новий тип цифрового письма більше не дозволяє провести чітке розрізнення між пригадуванням і забуттям [4, с. 227], пам’ять ніби розчиняється у надмірній кількості виробництва та споживання інформації. Фактично, індивідуальна пам’ять стає результатом споживання.

Сьогодні Інтернет та соціальні мережі здатні виробляти інформацію не у кількості новин, а у кількості гігабайтів та терабайтів інформації. Ассман наголошує, що у цифрову добу практики пригадування й забуття дедалі більше втрачають свою розподільчу здатність, однак при цьому структура культурної пам’яті наближається до несвідомого, в якому як відомо, чіткі розрізнення так само відсутні [4, с. 320-321].

Аналізуючи практики пам’яті у час травматичних досвідів, зокрема, трагічних подій XX століття, Маріанна Гірш запроваджує термін *«постпам’ять»*. Американська дослідниця наголошує на тому, що така пам’ять є нелінійною, вона не наративна, і часто не належать людині, яка видає цю пам’ять за свою.

За словами Гірш, префікс «пост-» у терміні «постпам’ять» означає більше, ніж тимчасову віддаленість, більше, ніж сукупність наслідків. Це не визнання лінійного ходу часу або логіки послідовного процесу. Ця приставка говорить про складну взаємодію близькості та віддаленості, про те, як проявляється опосередкована передача інформації. Подібно іншим «пост-», що виникли на початку XX-го і XXI-го століття — посттравматичний, постмодерністський, постколоніальний, постлюдський — поняття постпам’яті відображає «неспокійне коливання між безперервністю та розривом» [49].

Історично цей розрив може бути пов’язаний саме із травмою, технологічно розрив виражений у фрагментованих принципах формування стрічки новин та подачі інформації у глобальному Інтернеті.

У нову технологічну та інформаційну добу медії почали формувати нову реальність і, відповідно, нову пам’ять про цю реальність.

Так, словом 2016 року, за версією Оксфордського словника, стало «постправда» [15], що позначає обставини, в яких об’єктивні факти менш впливові у формуванні громадської думки, аніж заклики до емоцій та особистих переконань. Політику постправди приписують політичним лідерам XXI століття Дональду Трампу та Володимиру Путіну. У формуванні політики постправди головну роль відіграють нові нові медіа, здатні емоційно ангажувати аудиторію, бути швидшими та оперативнішими за інші джерела інформації. Ведення війни в Україні з 2014 року та інформаційна кампанія навколо неї пояснюється саме політикою постправди.

РОЗДІЛ 2. РОСІЙСЬКІ НАРАТИВИ ПРОПАГАНДИ ТА ЇХ РЕАЛІЗАЦІЯ В МЕДІА

2.1. Класифікація російських наративів пропаганди щодо України

Відповідно до результатів дослідження абсолютна більшість жителів України (86%) отримує інформацію про ситуацію в країні та світі від українських телеканалів. 27 % українців отримують інформацію з українських інтернет-сайтів, 24 % — із соціальних мереж. Для ще 18 % основним джерелом виступають особисті соціальні кола: родичі, друзі, сусіди, колеги та інші. Іншими джерелами користуються не більше 8 % населення країни. Зокрема, 5 % респондентів зазначили, що вони отримують інформацію про ситуацію в Україні і світі з російських телеканалів [22, с. 6].

Основний технічний спосіб доступу до російських телеканалів для 69 % користувачів — супутник (водночас у грудні 2016 року про цей спосіб вказали 79 %). Ще 13 % дивляться трансляції в інтернеті (проти 8 % у грудні 2016 року), 12 % — за допомогою аналогової антени (проти 6 %), а 8 % — за допомогою кабель- ного телебачення (проти 6 %).

Переважна більшість українців існують в українському медіаполі. 57 % жителів країни отримують інформацію виняткового з українських мас-медіа (зокрема, на сході України показник становить 52%); серед решти також більшість отримує з ТБ, але в поєднанні з іншими джерелами; а частина отримує інформацію лише з інтернет-сайтів, соціальних мереж і від родичів, друзів, сусідів та інших). Практично всі, хто отримує інформацію з російських медіа (таких 5 %, але на сході України– 11 %), також отримують інформацію з українських ЗМК. Лише 0,2 % жителів України отримують інформацію винятково з російських ЗМІ (зокрема, на сході України лише 0,6 %).

Разом із цим 57 % довіряють інформації про збройний конфлікт на сході від українських телеканалів (на сході України таких 46 % проти 54–61 % в інших регіонах), а 14 % - інформації з інтернет-сайтів, 13 % - інформації із соціальних мереж.

Майже половина українців – 42%, за результатами опитування, користуються принаймні однією соціальною мережею. Найбільш популярною мережею наразі є Facebook, яким користуються 36 % українців. Іншими мережами користуються не більше 11 %.

У цілому ж, 29% громадян України користуються винятково однією із «західних» соціальних мереж. Винятково російськими соціальними мережами користуються лише 3 %, а ще 8 % мають профілі і в «західних», і в «російських» соціальних мережах [22].

Ці цифри є дуже промовистими з точки зору найпопулярніших медіа та дають нам можливість поставити питання: якщо більшість українців користуються українськими медіа, яким чином відбувається ретрансляція російських наративів пропаганди? У який спосіб? Чи змінюється їхній зміст? Наскільки вони є впливовими? На ці питання ми спробуємо дати відповідь нижче, під час аналізу медіаконтенту та медіадискурсу.

В аналітичному звіті, дані з якого наведено вище, є і статистика, пов’язана із результативністю російської пропаганди на теренах України.

Щодо протидії кремлівській пропаганді, відповідно до опитування, відповідальність за протидію українці покладають радше на державні органи: на думку 49 % респондентів, саме вони мають вживати відповідних заходів. Ще 33 % пропонують «розділити» відповідальність між державними органами і громадськими організаціями [32].

Крім того, як бачимо у звіті, українці не мають однозначної думки щодо того, в чому полягає секрет впливу російської пропаганди. Частіше, ніж інші, висловлювалися думки, що це наслідок істотних ресурсних вливань у пропаганду (38 % дотримуються такого погляду), відсутності критичного мислення у звичайних людей (33 %) і підкуп Росією ЗМІ та політиків в інших країнах (30 %).

Населення України радше критично сприймає ефективність як держави, так і громадських організацій із протидії кремлівській пропаганді. Відносно краще оцінюється створення українського контенту — у випадку держави 24 %

вважають достатньою діяльність держави в цьому напрямку (недостатньою її вважають 47 % респондентів), у випадку громадських організацій — 19 % (проти 44 % тих, хто вважає її недостатньою) [22].

Окремо варто сказати про прифронтові території та області, які межують з Росією. Так, за даними «Телекритики», основним джерелом інформації про стан справ в Україні для мешканців південно-східних регіонів є телебачення: 83% дізнаються новини з передач загальнонаціональних каналів. Близько третини респондентів стверджують, що можуть приймати російський канал «РТР», такий самий показник в «НТВ» та «ОРТ», «РБК» «ловлять» 17% [37] (Додаток Б).

Найбільш затребуваною в зоні АТО є інформація про зниклих родичів та знайомих, втрати серед мирного населення та українських військових, в також дії місцевої та державної влади.

Підконтрольні Україні території вважають українські джерела в цілому скоріше правдивими, російські – упередженими та необ'єктивними. «ДНР-ЛНР» притримуються протилежної точки зору. Втім, з часом у мешканців південно-східних областей наростає розчарування у будь-яких засобах масової інформації [17].

Російська пропаганда впевнено перемагає на окупованому Донбасі. В інших південно-східних регіонах найбільш провокативні меседжі російської пропаганди не користуються підтримкою. Серед меседжів російської пропаганди найменш популярним є твердження про те, що Майдан – це фашистський переворот. З ним погоджуються 27% і не погоджуються 54%. Оцінка наслідків Майдану в регіоні конфлікту досить песимістична. Переважна більшість (66%) вважає, що головними наслідками Майдану є анексія Криму, збройне протистояння на Донбасі та економічна криза в Україні, не погоджуються з цим тільки 15%.

Незважаючи на розчарування українською владою, ідеї сепаратизму на територіях, підконтрольних Україні, не прижились. 84% вважають, що Донбас має залишитись в складі України. В «ДНР-ЛНР» 50% бажають відділитися,

50% готові розглянути можливість лишитись за умови зміни статусу цієї території.

Окремої розмови заслуговує соціальні мережі як джерело буття та розповсюдження пропаганди. Адже, з одного боку відповідальність за поширення новин соціальні мережі не несуть, з іншого – сьогодні велика кількість українців є користувачами соціальних мереж, де відсутні кордони та національна географія. За статистикою, зараз від 40 до 60 відсотків людей споживають свої новини виключно з соціальних мереж. З цього приводи медіаексперт Євген Федченко зазначає, «що і Facebook, і Twitter, і додаймо сюди і Google стали найбільшими медійними корпораціями, хоча вони як такі ніякого медійного контенту не випускають – і в цьому є певний парадокс. Тому те, що вони зараз намагаються реагувати на звинувачення на їхню адресу, що вони сприяють поширенню фейкових новин – це, я думаю, є природня реакція, тому що вони дійсно усвідомлюють певну свою відповідальність за це, і зараз вони досить активно включаються в роботу з іншими медійними організаціями» [19].

Однак, ми свідомо детально на аналізуватимемо «діяльність», продукування російських пропагандистських наративів в соціальних мережах, на нашу думку, ця тема заслуговує окремо детального дослідження, яке має бути зосереджено на особливостях роботи Інтернету та соціальних мереж.

Таким чином, аналізуючи аудиторії, її ставлення до інформації, особливості розповсюдження цієї інформації, її географію тощо, ми можемо стверджувати, що російська пропаганда реалізує власні наративи в умовах формування незалежно медіапростору України, з одного боку. З іншого – для неї майже немає перешкод в фізичному медіапросторі. Крім того, незважаючи на те, що українці здебільшого довіряють саме українським медіа, російська пропаганда в Україні є досить результативною, а значить потрібно детально проаналізувати її складові та зміст інформації, що заключений в пропагандистських російських наративах.

2.2. Аналіз пропагандистських вкидів з боку РФ до початку повномасштабного вторгнення

Одна з головних задач нашої роботи є класифікація наративів російської пропаганди, для того, аби зрозуміти її сутність та дієвість, її продукування та системність, ступінь її відтворення в українському медійному просторі.

Експерти «Інтерньюз-Україна» в 2017 році видали роботу під назвою «Слова та війни: Україна в боротьбі з кремлівської пропагандою» [27]. Так, в одному з розділів за авторством Артема Бабака досліджено наративи пропаганди «made in Russia», які він класифікує наступним чином:

1. Україна неспроможна як держава. Наратив «Україна – failed state». Головний меседж цього наративу – Україна не спроможна існувати ані як самостійна політична, ані як самостійна економічна одиниця. Підтвердження цієї тези знаходимо в матеріалі виконавчої директорки ГО «Детектор медіа» Діани Дуцик, яка наголошує що: тема розколу України та неможливості її існування в межах визначених кордонів не нова для російських медіа. Вперше до неї почали звертатися під час Помаранчевої революції. В контексті останніх подій її активізували ще наприкінці 2013 року» [31]. Артем Бабак стверджує, що для посилення цього наративу російською пропагандою наголошується на декількох аспектах: Україна не виживе без російських ресурсів, вона керується ззовні, реформи провалюються, корупція є найбільшою за часів незалежності тощо [38, с. 14].
2. Українцям потрібна нова влада, або потреба в зміні режиму, яка має призвести до «третього Майдану». Підтвердженням цієї думки слугує активне використання номінаційної лексики в 2014-2015 році російські медіа по відношенню до української влади використовували слово «хунта», яке трансформувалось в поняття «режим», причому з виключно обмеженою географією – «киевский режим». «За логікою російської пропаганди «українську владу, ворожу до Російської

Федерації, треба делегітимізувати й сприяти її зміні в будь-який спосіб» [27, с. 15].

Російські мас-медіа та політики не раз називали українську влади «фашистською» або «націоналістичною диктатурою», яка проводить «силовую операцию против жителей Юго-Востока» [35], відповідно, мині люди в окупованих районах Донбасу страждають не від неефективності «сепаратистів», беззаконня та окупації, а від рук «київського режиму». Керівництво ж так званих «ДНР/ЛНР» зображено таким, що прийшло на допомогу населенню та не відповідаю за низький рівень життя. Ще одна теза – українська влада не хоче повертати Донбас. Саме тому «карателі» знищують окуповані населені пункти, вбивають мирних мешканців, продовжують економічну та торгову блокаду, не виплачують пенсій.

3. Україна – країна жебраків, хаосу та радикалів. За версію російських пропагандистів, з кінця 2013 року в Україні почався розквіт радикалізму, «Україна – полігон нацизму». Особливістю цього наративу є і використання російської пропагандою інформації про роль добровольчих батальйонів «Правого сектору», «Азову», «Айдару», політичної партії «Свобода» та інших радикальних організацій.
4. Українські військові – злочинці. Російська пропаганда перетворила українців на одних з головних ворогів росіян, де головним антигероєм медіа є український військовий. Пропагандисти «реанімували» радянський термін «карателі» для позначення членів Нацгвардії, військових регулярних частин тощо. Російські медіа постійно транслюють сюжети про обстріли «мирных жителей Донбасса», «детей, женщин и стариков», зображення зі знищеними будинками, історії про тяжкі умови життя на окупованих територіях тощо. Хрестоматійною є історію в цьому контексті про «розіп'ятого хлопчика». Інколи російські медіа-наративи намагаються віднайти зв'язок між українською владою та угрупуванням ІДІЛ.

Непідтверджені повідомлення про зв'язки ІДІЛ з Україною кілька разів з'являлись і в іноземних джерелах. Це підтверджує тезу про «глобальність» антиукраїнською пропаганди, яку веде Росія. Так, у січні 2016 року британське видання «The Independent», яке належить російському олігарху Алєксандру Лєбєдєву, повідомило, що Україна нібито планує ввести війська в Сирію для протистояння ІДІЛ, і можливе зіткнення їх з російською армією [26].

5. НАТО воює в Україні. На початку 2015 року Владімір Путін заявив про начебто «натівський легіон» в Україні, маючи на увазі українську армію, яка намагається боротися з російськими військами. Відтоді російські медіа, а відповідно і їх транслятори в Україні, почали активно підтримувати тезу про масову присутність в зоні бойових дій іноземців із країн НАТО та ЄС. Причому, поруч із наративом про участь НАТО у військовому конфлікті час ід часу фігурують «дані» про втрати серед іноземців. Наприклад, у 2016 році представник так званої ДНР розповідав, нібито 15 іноземних найманців було вбито під час спроби атаки, а на початку 2015 року деякі російські сайти писали про більш, ніж тисячу вбитих іноземців.
6. Україна – русофобська. Розповідаючи про розквіт фашизму в Україні, російські медіа безупинно пропагують ідею, що українців та західних політиків охопила русофобія. Перейменування вулиць чи позбавлення від радянських символів у рамках декомунізації, підтримка української мови на радіо чи телебаченні – все це трактується як русофобія. Крім того, сама окупація пояснюється через виключно образу українців російськомовного населення. Поширеним залишається протиставлення російськомовних та нацистів. В Україні продуктантами цього наративу здебільшого є політики так «Опозиційного блоку».
7. Україна – антисемітська. Переслідування євреїв, знищення синагог тощо – це наслідки нацистською влади в Україні, - така логіка

російської пропаганда, що формує цей наратив на основі примітивної бінарної опозицій: «свій - чужий», або антитези «нацист - єврей».

8. В Україні немає свободи слова і переслідують інакодумців. Так, зокрема, заборона на ретрансляцію російських ЗМІ, використання в Україні деяких інтернет-сайтів та російських соціальних мереж подають як порушення Конституції та права на альтернативну точку зору. Заборону російських соцмереж у 2017 році, росіяни взагалі визначили як перетворення України в КНДР [85]. У творенні наративу про масове переслідування інакодумства в Україні активну участь беруть українські політичні актори. Так, політики колишньої «Партії регіонів» активно розповідають, що з 2014 року в Україні почалися політичні репресії і «нарахували вже понад 50 тисяч кейсів» [74].
9. Україна порушує Мінські домовленості. Врегулювання війни на сході України – це окремий наратив російської пропаганди. Головний меседж наративу – українська влада саботує, зриває та не збирається виконувати Мінські угоди. Ця теза підкріплюються репортажами із зони ООС про начебто злочини української армії, цитуванням заяв ватажків «ДНР/ЛНР» про обстріли із забороненої зброї, про постійні порушення перемир'я, яке виключно (!) порушує Україна. Одночасно з цим, російська пропаганда позиціонує керівництво РФ, а саме – Путіна як головного миротворця, що призупинив кровопролиття та доклав найбільше зусиль для укладення Мінських домовленостей.
10. ДНР/ЛНР – легітимні держави. Пропагандистські особливості, пов'язані із окупацією Росії частини України, поява російських лідерів сепаратистів як от Стрєлкова, вимоги від України вести прямі переговори і таким чином легітимізувати ДНР/ЛНР, також часто відтворюються і в українському медіадискурсі. Наприклад, Gazeta.ua від 12 квітня 2017 року дає матеріал під заголовком «Іван Охлобистін

став громадянином ДНР» [39]. Таким чином, українське ЗМІ стає співтворцем наративу, визнаючи державну суб'єктність ДНР, яка має право видавати громадянство. Ще однією ілюстрацією може служити матеріал інтернет-сторінки телеканалу «112», де говориться про те, що «Замість інтеграції з Росією «ДНР» та «ЛНР» вирішили зливатися одна з одною» [28], що підсилює цей пропагандистський наратив начебто можливістю «республік» самостійно вирішувати політику, в тому числі – з питань інтеграції.

11. Росія не причетна до подій в Україні. Цей пропагандистський наратив пов'язаний із абсолютним запереченням причетності Росії до будь-яких військових подій на території України. Потрапляння в полон російських військових пояснюється тим, що вони або вже звільнились з армії, або опинились у зоні конфлікту як добровольці.

12. В Росії Криму краще, ніж в Україні. Анексований Крим важливий для Путіна як символ успішної політики Кремля. Тому протягом останніх років російські медіа (і деякі українські) працюють над тим, щоб цей символ не сприймався як провал, щоб було зрозуміло: з Росією кримчанам краще, ніж із Україною. Кримське питання російська пропаганда не раз використовувала для підтримки інших наративів. Наприклад, громадянську блокаду та відключення півострова від електропостачання в 2015 році використали для звинувачення України в агресії. Більше того, росіянам створюють апокаліптичну картину, в якій український Крим малюється адом, місцем абсолютного знищення «неугодних» та розквітом нацизму. Так, в матеріалі «Комсомольска правда» від 17 березня 2018 року «Что было бы, если б Крым не вернулся в Россию», читаем: «Штурмовая авиация ВСУ отбомбилась по блокпостам самообороны Крымана Чонгарском перешейке. После артподготовки нацбатальоны выбили крымчан с Чонгара и Перекопа. Спустя три дня после начала масштабной вой-сковой операции добробаты и регулярные

полки Украины с материка вместе с частями, базировавшимися в Крыму, окружили Симферополь, Севастополь и Феодосию… Российский флот снялся с якорей и взял курс на Новороссийск. Над площадью Нахимова в Севастополе поднят красно-черный флаг украинских националистов, Киев ликует.

Это похоже на сценарий украинского кинофэнтези. Но четыре года назад от такого развития ситуации в Крыму спас лишь российский спецназ. Он провел бескровную операцию - обеспечил безопасность проведения референдума.

Что было бы, пойди все по другому сценарию?

- Я был бы среди мертвых, - говорит крымский политолог Владимир Джаралла» [39].

Одночасно з цим інколи цей наратив репродукується в українському інтернет-просторі. Так, одеське видання «Таймер» 14 серпня 2017 року друкує інтерв'ю під назвою «Боец АТО: нам врут по телевизору, что в Крыму все плохо» [18]. Цей же наратив розповсюджує і всеукраїнське видання «Новости Украины. From-ua.com»: «Не все так плохо: ветеран АТО о жизни в Крыму после оккупации» [30].

13. Заходу не потрібна Україна. Євроінтеграцію України російська пропаганда подає виключно в негативному ракурсі. Безвізовий режим для України представляється як такий, що не приносить українцям жодної користі. Наприклад, Дмітрій Кісєльов так інтерпретував затвердження безвізу: «Безвиз, заставивший Порошенко столь сильно хихикать, превращает его граждан в рабов Евросоюза. Ведь они там – изгои безо всяких социальных гарантий, без легальных контрактов и даже без легального жилья. Унизительно и жалко» [21].

Таким чином, ми бачимо 13 основних наративів російської пропаганди, що транслюються в російському медійному дискурсі, в українському просторі, де одночасно і співпродукується, і деконструюються.

В травні 2018 року Група з аналізу гібридних загроз Українського кризового медіа-центру (УКМЦ) представила нове дослідження риторики трьох топових російських телеканалів («Россия 1», «Первый канал» та НТВ) щодо України з 1 липня 2014 року по 31 грудня 2017-го. За результатами дослідження, експерти роблять висновок про те, що в російський пропаганді існують шість наративів, спрямованих проти України:

1. В Україні іде громадянська війна. Цей наратив має як політичні конотації, так і військові. Але, на думку дослідників, він направлений проти української армії, «іде їх делегітимізація через те, що ЗСУ нібито вчиняють злочини проти мирного населення, проти людяності. Вони, начебто, несуть величезні втрати і є джерелом порушення перемир'я, встановленого за допомогою Росії» [10].
2. Україна – недодержава. Цей пропагандистський наратив спрямований на делегітимізацію всіх органів державної влади в Україні.
3. Росія – рятівниця Донбасу. За словами медіа-експерта Руслана Кавацюка, «це 15% усіх згадок про Україну та одне зі свідчень того, як російська влада намагається обґрунтувати для свого населення, з одного боку, чому Крим взяли у «русский мир», а Донбас – не взяли. З іншого боку, знижується рівень напруженості на самому Донбасі, тому що місцеве населення, яке там живе, також хоче розуміти відповідь на це запитання» [10].
4. Україна – русофобська країна.
5. Влада в Україні – фашистська.
6. Україна – маріонетка заходу.

Отже, як бачимо, і в першій, і в другій класифікаціях спільним є пропагандистська російська нарація в руслі російського героїзму на противагу українському «фашизму/нацизму», концепт війни та сотеріологічна міфологія про Росію.

З іншого боку, серед науковців, існую думки, що всі наративи – це складові єдиного метанартиву, який продукує російська пропаганда – вітальний

наратив самої Росії, сутність якого зводиться до формули «Росія – це все прекрасне і правильне, переможне, інше – гріх, ганьба, зрада та поразка».

Так, аналізуючи маніпуляцію інформацією та пропаганду росіян в період 2014-2015 років Джилл Догхерті (Jill Dougherty) в роботі «Кожний бреше: Український конфлікт та трансформація російських медіа» [19] наголошує, що саме з початку анексії Криму російські медіа почали поширювати свій основний наративний сценарій «життя або смерті». Він полягав у необхідності порятунку росіян та російськомовних осіб від «безчинства фашистів». Цей наратив став основою для виправдання, за словами вченого, вторгнення російських військових в Крим та його окупації. І саме з таким інформаційним напрямом/метанартивом була показана переважна більшість телевізійних сюжетів на російських каналах, які за статистикою, дивляться близько 90% росіян. Слід наголосити, що новини та окремі передачі цих каналів є в YouTube, а самі канали мають інтернет-сайти з можливістю онлайн трансляції. Тож, потенційно, є доступними і українській аудиторії. Також ці канали до весни 2014 року вільно транслювались на території східної та південної України. В їхніх сюжетах журналісти часто розповідали про «нелегітимність нової української влади», яку називали «хунтою» та про «звірства її армії та бойових батальйонів», називаючи їх «карателями». Також, згідно з російською версією подій, в Україні розгорталась гуманітарна криза, російськомовні українці були в небезпеці, сотні тисяч з них тікали закордон, зокрема – в Росію. А протестувальники в центрі Києва зображувались як екстремісти, націоналісти та радикали. «В новинних сюжетах та друкованих виданнях часто зображували свастику та кров, згадуючи протестувальників на Майдані. Журналісти створювали панічні настрої щодо того, що битва проти фашизму, яка була півстоліття назад, знову повертається» [29].

Таким чином, подібні сюжети не лише виправдовували незаконну анексію Криму, але і створювали інформаційне поле, завдяки якому дії російської армії на території України були цілковито виправдані, а натомість відповідна реакція нового уряду та армії України вважались неправильними,

загарбницькими та жорстокими. Важливо зазначити, що для росіян перемога у Другій світовій війні є важливою і згідно опитування 2002 року Moscow's Public Opinion Foundation, 41 % опитаних найбільше пишаються перемогою у цій війні. Тому оперування згаданими «міфами про фашистів» мають серйозні наслідки щодо деформації уявлень аудиторії. Герфрид Мюнклер (Munklers) називає міфи колекцією символічного капіталу, за допомогою якого люди можуть мотивувати інших до дій як позитивних, так і негативних [28].

Тому, саме медіа і зокрема – телебачення, стали важливим інструментом контролю населення. І, як зазначає Джилл Догхерті, телевізійні вежі були одними з перших об'єктів, які були захоплені терористами та російськими воєнними на території Криму та в подальшому і на Донбасі. Це було необхідними для продовження висвітлення на окупованих територіях єдиного і незмінного наративу в місцевих українських та російських медіа.

Дослідник наводить цитату із статті «The Wall Street Journal» про те, як саме відбувалось захоплення телевізійних веж за межами Слов'янська: «Добре обладнані бойовики в супроводі технічних фахівців роззброїли охорону, надали дозвіл технікам підключити складне супутникове обладнання і замінити українські канали на прокремлівські російські передачі». Журналісти видання назвали ці дії «таємними зусиллями російських розвідників, що займались розповсюдженням російського гранд-наративу».

Експерти, які аналізували російські випуски новин наголосили на використанні журналістами пропагандисстських методик – заміна фактів на думку, дезінформація, спрощування та демонізація ворога. Варто зазначити, що ці ознаки притаманні також друкованим та онлайн-ЗМІ Росії.

На противагу звинуваченням у пропаганді, відомий російський телеведучий Дмитрій Кісельов наголосив, що «об'єктивності не існує. Не має жодної публікації в світі, яка є об'єктивною. Чи CNN об'єктивний? Чи BBC об'єктивна? Ні. Об'єктивність – це міф, який вони нам пропонують та нав'язують». Цими словами віне не лише легітимізував подібні діяння, але і визнав їх за норму. Таким чином, журналісти, які працюють в більшості

російських ЗМК розповсюджують завідомо необ’єктивну інформацію як росіянам, так і жителям інших країн в рамках міжнародного поширення російської точки зору на події у світі (наприклад, Russia Today розповсюджує новини трьома мовами – англійською, арабською та іспанською, збільшуючи таким чином свою потенційну аудиторії на яку вона розповсюджує створені наративи пропаганди).

РОЗДІЛ 3. БОРОТЬБА З РОСІЙСЬКИМИ НАРАТИВАМИ ПРОПАГАНДИ

3.1. Протидія російським пропагандистським наративам в Україні.

З російською пропагандою в Україні боряться на різних рівнях та в різний спосіб: на державному (інституційному), громадському (аналітичному та інформаційному), медійному тощо.

Так, найвідоміший приклад боротьби з російською пропагандою і одночасно – кейс, який пов'язаний із забезпечення безпеки інформації – це заборона, або делегітимація російських соціальних мереж та медіа. Таким був «Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки та оборони України від 28 квітня 2018 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)»» [25]. Цим указом в Україні заборонено користуватися російськими соціальними мережами «VKontakte», «Одноклассиники.ru», пошуковими системами «Яндекс» та «Mail.ru» тощо. Також цим указом суттєво розширено коло російських телерадіокомпаній, ІТ-компаній і виробників програмного забезпечення, які потрапили під обмеження. Зокрема, крім розробників популярних антивірусів «Лаборатория Касперского» і «Доктор Веб» до санкційного списку включено розробника бухгалтерського програмного забезпечення 1С. Усім їм встановлено санкційний термін у три роки.

Вище ми писали про «Рекомендації СБУ щодо висвітлення подій на сході України», які ми також вважаємо тактичним кроком у протистоянні російським пропагандистським наративам.

Одночасно з цим, громадські організації та аналітичні центри є на сьогодні чи не найактивнішими борцями з російською пропагандою та дезінформацію – вони видають аналітичні звіти, проводять дослідження українських медіа, створюють рекомендації для влади та громадськості, онлайн курс з медіаосвіти, проводять тренінги для журналістів та користувачів інформації з протидії російській пропаганді.

Одним з найпопулярніших і найвпливовіших таких ресурсів є StopFake [24]. Сайт для перевірки фактів Stopfake.org був запущений 2 березня 2014 року. Ініціаторами його створення стали викладачі, випускники та студенти Могилянської школи журналістики та програми для журналістів і редакторів Digital Future of Journalism. До проекту долучилися журналісти, редактори, програмісти, перекладачі.

На самому початку основною метою спільноти була перевірка і спростування перекрученої інформації і пропаганди про те, що відбувається в Україні, яка поширювалася у ЗМІ. Надалі Проект перетворився в інформаційний хаб, де аналізується таке явище, як кремлівська пропаганда, у всіх аспектах і проявах. Крім впливу пропаганди на Україну, команда StopFake намагається досліджувати методи впливу пропаганди і на інші країни і регіони – Європейський Союз і країни колишнього Радянського Союзу.

Нещодавно, вони розмістили аналітичний звіт, в якому містяться результати дослідження, здійсненого аналітиками StopFake, на основі архівної бази спростованих повідомлень із російських ЗМІ.

Проект StopFake спростував понад тисячу фейкових новин про Україну в період з 2014 по 2018 роки. Застосовуючи метод контент-аналізу, StopFake проіндексував зібрані матеріали на предмет джерел походження та тематики фейків для того, щоб відтворити цілісну картину медійної «екосистеми», яка генерує фейки про Україну, а також виявити, які ключові наративи конструює російська пропаганди зокрема засобами фейкових матеріалів. Таким чином, головними категоріями аналізу зібраних матеріалів були джерела походження фейків та теми матеріалів. Одиниця аналізу – новинний матеріал із спростуванням фейкової інформації, опублікований на сайті StopFake [27].

Масив опрацьованих матеріалів – 919 новин/повідомлень, за період з березня 2014 р. по червень 2017 р. З цих 919 матеріалів – 804 новинних повідомлення.

Контент-аналіз спростованих фейків дозволив ідентифікувати вичерпний перелік ЗМІ, які були джерелом фейків або їх розповсюджували, а також

виявити тенденції в поширенні фейків різними типами ЗМІ. Друга частина дослідження стосувалась аналізу тематичної структури фейків. Виявлений тематичний розподіл ілюструє тенденції у наративах, що їх конструює російська пропаганди стосовно України: динаміку просування певних тем та меседжів, засобів конструювання меседжів, модифікації наративів тощо.

Серед джерел фейків StopFake виявив 178 медіа. Абсолютним лідером поширення неправдивої інформації про Україну є російські ЗМІ (85 зі 178). Серед джерел поширення фейків дослідження також ідентифікувало 34 українських ЗМІ, 20 – ЗМІ так званих ‒ДНР‖ та ‒ЛНР‖, 39 – медіа з інших країн. Значна частина медіа з інших країн представлена чеськими, угорськими та словацькими новинними сайтами. Таким чином, можна констатувати, що російська пропаганда функціонує у повноцінній «екосистемі» розповсюдження неправдивої інформації, разом з іншими типами пропагандистських матеріалів (наприклад, заангажованою «аналітикою» тощо). Розгалуженість цієї екосистеми має як зовнішній, так і внутрішній вимір.

Кількість фейкових матеріалів, що їх розповсюджують провідні російські медіа промовисто свідчить про систематичність зусиль із поширення пропаганди. І хоча перелік ЗМІ, що їх StopFake ідентифікував серед поширювачів неправдивої інформації, містить і деякі українські ЗМІ або такі, що маскуються під українські, медіа інших країн, кількість поширених фейків ними порівняно з провідними російськими ЗМІ відрізняється у десятки разів. Так, найбільшу кількість фейків серед так званих ‒українських‖ ЗМІ – а саме 7 матеріалів – було виявлено у контенті сайту https://nahnews.org (так зване «Новостное агентство Харьков»). Як тепер вже відомо, так зване «Новостное агенство Харьков» є складовою петербурзької «фабрики тролів». Цей сайт, як і низка схожих, насправді є безпосередньо керованим та редагованим з Росії та навіть не має жодного місцевого кореспондента у Харкові. Варто також зауважити, що сайт nahnews.org послідовно відтворює ключові тези російської пропаганди стосовно України.

6 матеріалів було ідентифіковано як фейки на сайті «Обозреватель». Решта ж українських та іноземних ЗМІ були джерелом не більш як 1-3 фейків серед тих, які спростував StopFake.

Проаналізувавши вибірку з 500 матеріалів – прикладів кремлівської пропаганди, вдалось ідентифікувати 18 тем, що їх об'єднують.

1. Незаконне захоплення влади в Україні в результаті повалення законного керівництва.
2. Україна – «фашистська держава».
3. Україна – «держава, яка не відбулась»(failed state).
4. Росія не є окупантом і не здійснювала військового нападу на Україну.
5. Дискредитація українських Збройних сил.
6. Фейки, що дискредитують добровольчі батальйони, які офіційно увійшли до складу Збройних Сил України у 2015 році.
7. Внутрішньо переміщені особи (ВПО) та біженці з Донбасу та Криму.
8. Територіальний розпад України.
9. «Територіальні претензії» від сусідніх країн (претензії на частини України, які будуть приєднані такими країнами, як Польща, Угорщина, Румунія або Словаччина).
10. Фейкова легітимізація анексії та окупації Криму з використанням представників іноземних урядів, міжнародних організацій та іноземних ЗМІ.
11. Фейкі, які «пояснюють», що війна в Україні фактично здійснюється американськими військовими, НАТО чи західними приватними військовими контракторами.
12. Зменшення західної підтримки України – «втома від української тематики».
13. Маніпулювання міжнародними організаціями.
14. Фейки, що маніпулюють політичними та економічними відносинами між Україною та ЄС (наприклад безвізовий режим, Договір про вільну торгівлю, пісенний конкурс «Євробачення» тощо).

15. Розповіді про розпад ЄС, розпад США та Заходу в цілому, ‒громадянська війна‖, яка тим ніби то точиться, їх незначущість у світовій геополітиці.
16. MH17.
17. Фейки щодо використання Заходом біологічної зброєю проти українців або на тимчасово окупованих територіях (історії про СНІД / Зіка / інші захворювання).
18. Фейкове змішування тематик – Україна – Сирія – терористи з ІДІЛ (наприклад кримські татари зображуються як джихадисти, Україна як навчальна майданчик для терористів [27].

Таким чином, ми бачимо, що фейкі, розповсюджені російськими/проросійськими медіа корелюються із головними пропагандистськими наративами, які було проаналізовано нами у другому розділі дослідження. Загалом, аналіз тематики фейків та представлених фреймів показує послідовні намагання російської пропаганди сконструювати образ України як failed state, через делегітимізацію збройних сил, керівництва держави та політик у різних сферах. Ще один ключовий елемент конструювання образу України на додачу до failed state – зображення українського суспільства як такого, де дедалі більшу вагу набирають крайні націоналістичні погляди та групи, що виділяють такі погляди.

Але, для нас є показовим, що саме проведена робота StopFake дає можливість для аналітичного скептичного ставлення до «заідеологізованих» повідомлень, а аналіз фейків мав за мету деконструювати російські пропагандистські наративи.

Інша впливова медіа-організація «Інтерньюз-Україна» також активно займається проблемою протистояння російським пропагандистським наративам. Зокрема, у виданні, яке ми вже аналізували вище «Слова та війни», в якому на основі незалежних досліджень групи українських медіа-експертів досвіду боротьби України з кремлівською пропагандою в умовах інформаційної

війни, було запропоновано рекомендації для України «як краще боротися із російською пропагандою» [27, с. 131-132]. Серед основних рекомендацій:

- Ефективне координування дій ключових державних інституцій, які займаються темою інформаційної безпеки, інформаційної політики, стратегічних комунікацій тощо. Потрібно створити єдиний центр стратегічних комунікацій, який би, за можливістю випрацьовував політику єдиного голосу або забезпечував обмін інформацією між державними структурами, представниками громадянського суспільства та медіа.
- Покращити рівень роботи на міжнародній аудиторії. Підвищити рівень професійності державних каналів донесення інформації для міжнародних аудиторій (UATV, «Укрінформ»), а також налагодити співпрацю з громадськими ініціативами та медіа, які мають англомовні служби (Hromadske, UkraineWorld, «Український кризовий медіа-центр», KyivPost, UkrainianWeek тощо).
- Не копіювати російських підходів до пропаганди та дезінформації. Говорити правду та комунікувати відверто – звертаючи увагу і на позитивні, і на негативні аспекти процесів, що відбуваються в Україні.
- Запровадити режим найбільшого сприяння міжнародним журналістам, які працюють в Україні.
- Створити мережу, що об’єднає редакторів ключових європейських медіа й українських журналістів та експертів і забезпечить системніший зв’язок між ними. Створити спільні групи для обміну інформацією між представниками ключових іноземних ЗМІ, які працюють із українською чи російською темами (за моделлю UkraineWorld тощо).
- Працювати на досягнення надполітичного консенсусу в сфері державної інформаційної політики. Не допускати залежності цього консенсусу від політичної кон’юнктури, від впливів тієї або іншої політичної сили чи від конфліктів між ними.

- Створити потужний міжінституційний аналітичний відділ, що використовуватиме досвід та напрацювання ініціатив, які вже діють в Україні й займаються темою інформаційної безпеки – «Детектор медіа», StopFake, ГО Information Security, «Інтерньюз-Україна» тощо.
- Випускати газети з найважливішою інформацією для протидії пропаганді (зокрема, спростування поширених фейків) для тих, хто живе на прифронтових територіях чи проїжджає КПВВ. Взаємодіяти з волонтерськими організаціями, що працюють на прифронтових територіях, для поширення цієї інформації.

Розвінчання пропагандистських наративів в самих медіа найчастіше відбувається шляхом теза-антитеза. Так, більшість українських медіа намагаються спростувати найкричущі російські наративи.

В якості прикладів розглянемо основні російські наративи та українську симетричну відповідь.

«Україна – країна фашистів, нацистів». Так, ТСН протягом аналізованого нами періоду, новини з тегом «фашизм» позначені у кількості 127. Причому, абсолютна більшість з них – це розвінчення міфу про нацизм в Україні, або – логіка від противного, - доведення існування неонацистів в Росії. Так матеріал під назвою «У Латвії наклали штраф на російськомовний телеканал за «неонацистів і фашистів в Україні» [54] підтверджує для української аудиторії думку, про те, що європейські країни у протистоянні нас з Росією, на боці України. Більше того, ця інформація доводить, що російський наратив «Україна-нацисти» не відповідає дійсності.

Інший матеріал ТСН «Хлопця цькують за думку, що не всі німецькі солдати хотіли воювати у ІІ світовій війні» в якому йдеться про те, що начебто російська ФСБ розшукує український слід в дії російського хлопчика, який виступив в Бундестазі з пацифістською промовою: «ФСБ розшукує український слід у справі російського школяра Миколи Десятниченка, який під час виступу у німецькому парламенті з нагоди дня пам’яті жертв війн зазначив, що не всі німці хотіли воювати» [30].

Ще один подібний текст: «У Росії обурилися перевиданням «Майн кампф» Гітлера та згадали про Україну» [24]. Причому, ТСН, закінчуючи новину, пов'язану із роботою Гітлера, говорить наступне: «Нагадаємо, що раніше у Санкт-Петербурзі поліція затримала частину учасників акції протесту проти проведення Російського міжнародного консервативного форуму, на який зібралися представники закордонних ультраправих організацій». Таким чином, журналісти ТСН використали метод деконструювання пропаганди – доведення аргументи до абсурду. Крім того, журналісти прямо вказали на те, що Росія завжди публічно виступає проти радикалізації, в той час, коли в них «борються з тими, хто протестує проти неонацистів».

Крім того, в матеріалах ТСН можна побачити і тактику протидії пропагандистським наративам – яку умовно можна назвати «сам такий». Наприклад, конструюючи наративи про нацистів, українське медіа показує, що нацисти присутні насправді в Росії: «Нацист із Росії, який жорстоко вбивав тварин, подався в терористи і воює на Луганщині» [29], або «Представників РФ і угорських неонацистів підозрюють у спільних тренуваннях - ЗМІ» [37], або «Норвегія депортує затриманого російського неонациста, який воював на Донбасі» [22]. В останньому матеріалі журналісти навіть деталізують інформацію, створюючи образ ворога: «Нагадаємо, що Ян Петровський 2014 року брав участь у бойових діях у Луганській області. Воював разом із загоном російських націоналістів «Русич» - того, що розстріляв колону «Айдара» біля селища Металіст. Бойовики добивали тих, хто вижив, та катували полонених».

Окремо слід наголосити на візуальній контрпропаганді російських наративів. Так, з 2015 по 2016 рік на території України, особливо на прифрнтових територіях громадські активісти почали розповсюджувати листівки, зміст як полягав у візуальному співставленні українських міст та окупованих, зруйнованих територій.

Але з одного боку, таким чином, український медіадискурс відтворює пропагандистські наративи Росії, навіть просто називаючи їх, що може

спричиняти «ефект присутності» пропаганди і, на нашу думку, впливати на частину аудиторії. З іншого боку, розвінчуючи російські наративи, почасти українські ЗМІ самі створюють пропагандистські наративи, або ідеологічні повідомлення, далекі від стандартів журналістики.

ВИСНОВКИ

Під час проведення нашого аналізу, ми розглянули теоретичну та практичну базу дослідження, виокремили основні структурні та змістовні характеристики та складові пропагандистських наративів Росії. Проаналізувавши наявні теорії та підходи, ми дійшли висновку, що протидія пропагандистським наративам включена в контекст інформаційної безпеки та інформаційної війни та пов'язана із практичними і теоретичними аспектами. Ми пропонуємо в рамках цієї роботи пропагандистські наративи розглядати як словесні формули, міні-оповідання, які є такими, що конструюють певну реальність, інтерпретуючи події чи факти, створюючи систему героїв, використовуючи сюжетність тощо. В нашій роботі як правило змістом самих наративів визначено ідеологічне ставлення Росії (медіа Росії) до конкретної аудиторії, території, країни.

Проаналізувавши теоретичні та практичні особливості розповсюдження, дієвості та відтворення пропагандистських наративів в Україні та світі, ми дійшли наступних висновків:

1. Теоретична та джерельна база є достатньою для проведення дослідження, обрані нами методи та підходи виявились продуктивними і дали змогу визначити, описати та проілюструвати репрезентації пропагандистських наративів Росії в Україні та світі.

2. Пропагандистські наративи Росії є одним з елементів інформаційної війни, яку веде Росія та вписані в контекст забезпечення безпеки інформації, її захисту тощо. Таким чином, пропагандистські наративи є загрозою національній безпеці. Як правило, вони транслюються через різні медіа. Останні, в свою чергу в даному випадку виконують роль наратора, інформатора. Медіа можна розглядати як владу та як поле пропаганди.

3. Абсолютна більшість жителів України отримує інформацію про стан справ в країні та світі з українських медіа, а саме – з українських телеканалів. Одночасно із цим, майже 2 мільйона українців є споживачами російської медійної інформації. 57 % довіряють інформації про збройний конфлікт на сході

від українських телеканалів (на сході України таких 46 % проти 54–61 % в інших регіонах), а 14 % - інформації з інтернет-сайтів, 13 % - інформації із соціальних мереж. Українці не мають однозначної думки щодо того, в чому полягає секрет впливу російської пропаганди. Частіше, ніж інші, висловлювалися думки, що це наслідок істотних ресурсних вливань у пропаганду (38 % дотримуються такого погляду), відсутності критичного мислення у звичайних людей (33 %) і підкуп Росією ЗМІ та політиків в інших країнах (30 %).

4. Існують різні класифікації пропагандистських наративів Росії, однак всі вони фіксують схожість цих наративів, а їхнє змістовне наповнення, пов'язане із створенням у слухача/читача/глядача апокаліптичної картини світу, в якій рятівником може бути виключно Росія. Так, основні наративні меседжі наступні: «Україна – failed state», «Україна – країна військових злочинців», «Україна – країна радикалів/фашистів/нацистів», «рука Заходу, яка усюди». Однак, на нашу думку, проаналізовані нами наративи є складовою єдиного великого метанаративу Російської пропаганди про «священну війну».

5. Деякі українські ЗМІ поширюють тези російської пропаганди. Проте, за роки інформаційної війни змінилися основні канали, якими це відбувається. Якщо раніше досить активними були й деякі центральні телеканали, то тепер відвертої прокремлівської дезінформації та пропагандистських меседжів там менше. Зросла кількість і роль українських інформаційних телеканалів у поширенні тез, що співпадають з тезами російської пропагандистської машини. Найактивнішими відтворювачами російських пропагандистських наративів є телеканал «Интер», газета «Вести», «2000» та Страна.ua. Найчастіше в українських медіа відтворюються наративи типу «Україна - недодержава», «Захід розвалюється», «Україна – країна фашистів та радикалів».

6. Порушення конфіденційної інформації, розповсюдження секретної інформації та інформації про конфлікт на сході України є ресурсом для пропагандистських наративів Росії. Такого року інформацію, як правило, в російських пропагандистських наративах перекручено, або використано в

контексті формування образу ворога. Так, Росія серед іншого використовує дані сайту «Миротворець», внутрішньополітичні конфлікти, інформацію про локацію українських військових, полонених тощо у творенні власного пропагандистського дискурсу.

7. З російською пропагандою в Україні борються на різних рівнях та в різний спосіб: на державному, громадському, медійному тощо. На державному рівні протистояння російській пропаганді відбувається нормативно-правовим та інституційним шляхом. Громадські організації та аналітичні центри є на сьогодні чи не найактивнішими борцями з російською пропагандою та дезінформацію – вони видають аналітичні звіти, проводять дослідження українських медіа, створюють рекомендації для влади та громадськості, онлайн курс з медіаосвіти, проводять тренінги для журналістів та користувачів інформації з протидії російській пропаганді. Одним з найпопулярніших і найвпливовіших таких ресурсів є StopFake, який спростував понад тисячу фейкових новин про Україну в період з 2014 по 2018 роки. «Інтерньюз-Україна» видав рекомендації для протидії пропагандистським наративам Росії. Розвінчання пропагандистських наративів в самих медіа найчастіше відбувається шляхом використання принципу «теза-антитеза». Так, більшість українських медіа намагаються спростувати найкричущі російські наративи.

8. Саме дієвість/недієвість російських пропагандистських наративів в Україні стала важливим етапом, на нашу думку, навіть полігоном, на якому закордонні політики, інституції та медіа, намагаються вчитися та розробляють стратегії і тактики протистояння російській пропаганді.

9. Кроки, що пропонуються зарубіжними дослідниками та професійними журналістами, є здебільшого не тактичними, а стратегічними та інституційними і направлені на довгострокову перспективу. З іншого боку, ЄС створив Європейське контрпропагандистське відомство з метою викриття російської пропаганди Euvsdisinfo. Цей ресурс створено в рамках кампанії, яка направлена на покращення прогнозування, розгляду та реагування на прокремлівську пропаганду та дезінформацію. Кампанія «ЄС проти дезінформації»

організована Оперативною робочою групою із стратегічних комунікацій East StratCom Task Force.

10. Кількість фейкових матеріалів, що їх розповсюджують провідні російські медіа, свідчить про систематичність зусиль із поширення пропаганди.

Таким чином, протистояння пропагандистським наративам Росії – це не одноразові акції, а довготривалий процес, а значить, вимагає тактик та стратегії, включення в цей процес усього суспільства та органів державної влади.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрієвський О. Російська пропаганда в дії: що пишуть про Україну німецькі ЗМІ / Олександр Андрієвський / Інформатор [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://informator.news/rosijska-propahanda-v-diji-scho-pyshut-pro-ukrajinu-nimetski-zmi/ (Дата звернення 11.09.2023).

2. Ассман А. Простори спогаду. Форми та трансформації культурної пам'яті. К.: Ніка-Центр, 2012. 440 с.

3. Аудит інформаційної безпеки: підручник.Львів: Сполом, 2015.363 с.

4. Богуш В. М. Кривуца В.Г., Кудін А.М. Інформаційна безпека: Термінологічний навчальний довідник. Київ, 2005. 508 с.

5.В Інтернеті СБУ виявила фейковий веб-портал «Реєстру дозволівдля переміщення осіб в районі проведення АТО. URL: http://www.sbu.gov.ua/sbu/control/uk/publish/article?art_id=164871&cat_id=39574 (Дата звернення 11.09.2023).

6. Валерія Лутковська наполягає на необхідності вжиття дієвих заходів для припинення порушень права на захист персональних даних // Уповноважений Верховною Радою України з прав людини/ URL : http://www.ombudsman.gov.ua/ua/all-news/pr/12516-kb-valeriya-lutkovska-napolyagaye-na-neobxidnosti-vzhittya-diyevix-zaxodi/ (Датазвернення 11.09.2023).

7. Відео авдіївської промзони. URL: https://youtu.be/DZUwizglrqY (Дата звернення 11.09.2023).

8. Відомості Верховної Ради України (ВВР). К., 2007. №12.

9. Вітер Н. Як Мінфін «зрадив» переселенців. Від СБУ, ГПУ і Гройсмана вимагають розібратися/ URL: https://polilog.com.ua/ukr/2016/yak-minfin-zradyv-pereselenciv-vid-sbu-gpu-i-groysmana-vymagayut-rozibratysya/ (Дата звернення 11.09.2023).

10. Волошина Н. М. Поняття «безпека інформації» та «інформаційна безпека» в сучасному науковому просторі. *Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони*. 2010. №2. С. 53–56.

11. Дуцик Д. Сутінки російської журналістики. URL : https://ms.detector.media/monitoring/ru_zmi/sutinki_rosiyskoi_zhurnalistiki_propaganda2014/ (Дата звернення 11.09.2023).

12. Живко З. Б., Живко М.О. Інформаційні загрози: суть і проблеми.*Тези доповідей II міжнародної НПК «Безпека та захист інформації в інформаційних системах*». 2009. С. 116–118.

13. Журналіст «Інтера» спростовує звинувачення у розсекречені українських бійців. *Телекритика*. URL: http://ru.telekritika.ua/profesija/2014-12-23/101901 (Дата звернення 11.09.2023).

14. Журналіст на війні – патріот чи професіонал? European Journalism Observatory: URL: http://ua.ejo-online.eu/2332/етика-та-якість/журналіст-на-війні-патріот-чи-профе (Дата звернення 11.09.2023).

15. Журналісти «Громадського» і «Новой газеты» через відеосюжети злили позиції сил АТО. ТСН URL: https://tsn.ua/ato/zhurnalisti-gromadskogo-i-novoy-gazety-cherez-videosyuzheti-zlili-poziciyi-sil-ato-690844.html – Дата доступу: 12.09.2023.

16. Журналісти висловили занепокоєння публікацією імен колег, що отримали «акредитацію» сепаратистів. *Радіо Свобода*. URL : http://www.radiosvoboda.org/a/news/27726851.html (Дата звернення 11.09.2023).

17. Замість інтеграції з Росією «ДНР» та «ЛНР» вирішили зливатися одна з одною. URL: https://ua.112.ua/mnenie/zamist-intehratsii-z-rosiieiu-lnr-i-dnr-vyrishyly-zlyvatysia-odna-z-odnoiu-425564.html – Дата доступу: 12.09.2023.

18. Інформаційна безпека. Вікіпедія URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Інформаційна_безпека – Дата доступу: 12.09.2023.

19. Кавун С. В. Інформаційна безпека. Навчальний посібник. Харків: Видавництво ХНЕУ, 2007. 352 с.

20. Кампанія ЄС проти дезінформаці: URL: https://euvsdisinfo.eu/ru/ – Дата доступу: 12.09.2023

21. Конах В. Внутрішні загрози та викилики розвитку національних медіа-просторів: наукове осмислення проблеми. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2015. Випуск 124 (частина II) С. 30–43.

22. Концепція інформаційної безпеки України. URL: http://mip.gov.ua/done_img/d/30-project_08_06_15.pdf – Дата доступу: 12.09.2023.

23. Лигачева Наталія. Наративи російської пропаганди про Україну та Європу. URL: https://www.youtube.com/watch?v=La35h2S2y7Q – Дата доступу: 12.09.2023.

24. Мицьо М. Ще раз про «Миротворець». URL: http://detector.media/infospace/article/116080/2016-06-16-shche-raz-pro-mirotvorets/ – Дата доступу: 12.09.2023.

25. Нацист із Росії, який жорстоко вбивав тварин, подався в терористи і воює на Луганщині. URL: https://tsn.ua/politika/nacist-iz-rosiyi-yakiy-zhorstoko-yakiy-vbivav-tvarin-podavsya-v-teroristi-i-voyuye-na-luganschini 357205.html?utm_source=page&umt_medium=readmore – Дата доступу: 12.09.2023.

26. Платформа доя перевірки фактів StopFake.org. URL: https://www.stopfake.org/uk/golovna/ – Дата доступу: 05.09.2018.

27. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. К., 2019. 498 с.

28. Пропаганда Росії активно використовує соцмережі для розповсюдження своїх фейків щодо України. *Радіо Свобода*. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/28137735.html – Дата доступу: 23.08. 2018.

29. Протидія російській пропаганді та медіаграмотність: результати всеукраїнського опитування громадської думки. Аналітичний звіт. К.: Детектор медіа, 2019 . 64 с.

30. Російська пропаганда в Україні: «мандрівні меседжі та теми-ключі. URL: https://www.dw.com/uk/російська-пропаганда-в-україні-мандрівні-меседжі-та-теми-ключі/a-37914176 – Дата доступу: 12.09.2023.

31. Світлична В.Ю. Інформаційна безпека: сутність та поряд реалізації. *Молодий вчений*. №11. С. 98.

32. Слова та війни: Україна в боротьбі з кремлівською пропагандою. К: КІС, 2017. 132 с.

33. Тандіт: СБУ перевіряє списки журналістів, оприлюднені «Миротворцем» // Українська правда.. URL: http://www.pravda.com.ua/news/2016/05/21/7109202/ – Дата доступу: 12.09.2023.

34. Толокольнікова К. На російському ТБ існує шість основних наративів, спрямованих проти України – дослідження УКМ. URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/research/na_rosiyskomu_tb_isnue_shist_osnovnikh_narativiv_spryamovanikh_proti_ukraini_doslidzhennya_ukmts/ – Дата доступу: 12.09.2023.

35. Тополевський Р. Право на приватність. URL: http://helsinki.org.ua/pravo-na-pryvatnist-r-topolevskyj/ – Дата доступу: 12.09.2023.

36. У Латвії наклали штраф на російськомовний телеканал за «неонацистів і фашистів в Україні. URL: https://tsn.ua/svit/u-latviyi-oshtrafuvali-rosiyskomovniy-telekanal-za-neonacistiv-i-fashistiv-v-ukrayini-352246.html – Дата доступу: 12.09.2023.

37. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки та оборони України від 28 квітня 2018 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)». URL: https://ukurier.gov.ua/media/documents/2017/05/16/2017_05_17_133upu.pdf – Дата доступу: 12.09.2023.

38. Указ Президента України №47/2017 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України». URL: http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374 – Дата доступу: 12.09.2023.

39. Фейки, спростовані проектом StopFake в 2014-2017 роках: наративи та джерела. URL: https://www.stopfake.org/uk/fejky-sprostovani-proektom-stopfake-v-2014-2017-rokah-narratyvy-ta-dzherela/ – Дата доступу: 12.09.2023

40. Чуранова О. Копіпаст російської пропаганди в українських новина. URL: https://ms.detector.media/monitoring/advocacy_and_influence/kopipast_rosiyskoi_propagandi_v_ukrainskikh_novinakh/ – Дата доступу: 12.09.2023

41. Яким є рівень підтримки меседжів російської пропаганди у зоні конфлікту: соціологічне опитування. *Media Sapiens*. URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/research/yakim_e_riven_pidtrimki_mesedzhiv_rosiyskoi_propagandi_u_zoni_konfliktu_sotsiologichne_opituvannya/ – Дата доступу: 12.08.2018.