

## ГІБРИДНА ВІЙНА ТА МАС-МЕДІА: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД

**Постановка проблеми.** Починаючи 2014 р., події в Україні практично неможливо описати, не звертаючись до поняття «гібридна війна». Воно є багатоаспектним і включає в себе воєнний, політичний, дипломатичний, економічний та інформаційний компоненти. Медійна складова стала надзвичайно важливою ланкою російської гібридної агресії проти України та цивілізованого світу. Це, як зазначають фахівці, не продовження холодної війни, а наступна фаза глобального геополітичного протистояння.

«Хоча кожен конкретний елемент цієї "гібридної війни" не новий по суті і використовувався майже в усіх війнах минулого, однак унікальним є узгодженість і взаємозв'язок цих елементів, динамічність та гнучкість їх застосування, а також зростання ваги інформаційного чинника, — підкреслює В. Горбулін. — Причому інформаційний чинник в окремих випадках стає самостійним складником і виявляється не менш важливим, ніж військовий» [Горбулін 2015].

Упродовж останніх п'яти років в Україні з'явилося багато публікацій політологів, дипломатів й експертів із соціальних комунікацій, присвячених феномену гібридної війни. Зокрема колективна монографія «Світова гібридна війна: український фронт» (2017), підготовлена співробітниками Національного інституту стратегічних досліджень, праця «Нічого правдивого й усе можливе» (2015) П. Померанцева й «Війна за реальність» (2019) Д. Кулеби.

**Метою статті** є аналіз інформаційного складника гібридної війни. Досягнення мети передбачає вирішення наступних **завдань**: 1) дослідити специфіку ін-

формаційних впливів РФ на українське суспільство та світову спільноту; 2) з'ясувати основні чинники та форми цього впливу; 3) охарактеризувати способи протидії інформаційним спецопераціям.

**Об'єктом дослідження** є інформаційний компонент гібридної війни. **Предметом дослідження** є особливості застосування мас-медіа в гібридній війні, методи, прийоми і наративи пропаганди.

**Виклад основного матеріалу.** Підготовка до прямого вторгнення Росії в Україну почалася давно. Власне кажучи, вона тривала десятиріччями після розпаду СРСР. РФ як його правонаступниця не могла змиритися з фактом «найбільшої геополітичної катастрофи ХХ століття» і мріяла про геополітичний реванш. Спочатку Москва застосовувала так звану політику *soft power* («м'якої сили») через діяльність медіа, гуманітарних проектів і благодійних фондів, які утримували Україну в орбіті впливу Кремля.

Русифікація медійного простору досягла такої межі, що практично стирала грані між двома країнами. Три-чотири десятиліття українці жили в ментальному просторі РФ. Слухали ті ж самі пісні, дивилися ті ж самі серіали, обговорювали одних і тих же зірок шоу-бізнесу. Більшість преси, телеканалів і радіостанцій мовили російською. Україномовний продукт вважався економічно не вигідним і збитковим. Телевізійні стрічки спеціально знімали без виразних ідентифікаційних ознак, аби цей продукт можна було продати на пострадянському ринку і глядач не відрізнив би, де відбуваються події — в Україні, Росії чи Білорусі. Звідси умовні маркери: «наше місто», «столиця», «область» і типові та впізнавані побутові реалії.

Громадянам нав'язувався медійно сконструйований образ українця: або підступного зрадника, або дурнуватого, хитрого хохла, якого, в принципі, можна переви-

ховати. Жінкам відводили роль проститутки, недалекої молодої дівчини, яка не змогла вступити до російського університету і змушена заробляти на вулиці або бути обслугою. Не кажучи вже про сам карикатурний образ України як держави. Її статус постійно піддавався глузуванню. Хрестоматійним прикладом висміювання стали «кумедні» терміни «самостийная» і «незалежная», хіба зрідка — «самостоятельная» і «независимая».

Коли ж Київ намагався продемонструвати самостійну політику, пропагандистська машина Москви починала працювати на всю потужність. Особливо активно це виявилось на тлі подій Помаранчевої революції, котру в Росії сприйняли як антиросійський, «націоналістичний шабаш», який організував Захід — США і Європа. Відтоді росіян стали лякати «експортом кольорових революцій» і всіляко їм протидіяли. Все заради порядку і стабільності. Поразку В. Януковича на президентських виборах 2004 р. в Кремлі сприйняли як особисту образу й жадали реваншу.

Прихід до влади команди регіоналів 2010 р. справдив сподівання Москви. Цей президент проголосив нейтральний статус України, змінивши закон «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики», продовжив термін базування Чорноморського флоту РФ у Севастополі. В гуманітарній сфері запанували ідеї так званого «Русского мира». Політика Інституту національної пам'яті була переглянута в бік реставрації советизму. Публічна ідеологічна матриця офіційного Києва була практичного ідентичною до московського зразка: показне православія, культ Дня перемоги і боротьба з неофашистами як чинник політичної мобілізації.

Утім, навіть повністю лояльний до Москви В. Янукович потрапив у немилість, коли раптом надумав підписати Угоду про асоціацію з ЄС. На федеральних каналах

його нещадно критикували і порівнювали з гетьманом Мазепою, який начебто зрадив царя Петра I. Те, як російські медіа, показували події на Євромайдані, який пізніше назвали Революцією Гідності, – предмет окремої розмови. Досить сказати того, що кремлівські мас-медіа транслювали взаємовиключні меседжі про «націоналістичні маніфестації» в Києві та «змову сіоністів», які хочуть захопити владу. З одного боку, показували, що лідери Майдану – затяті націоналісти, з іншого – шукали в них єврейське коріння (хоча б на рівні бабусі).

Основними інструментами інформаційної кампанії стали дезінформація та маніпулювання громадською думкою. Сконструйований образ України, в якій узимку 2014 р. відбувся «державний переворот», а до влади прийшла «хунта», активно транслювався медійними каналами для української, російської та міжнародної аудиторії.

Як іронічно зауважує дослідник постколоніалізму М. Рябчук, «драматична розбіжність між реальністю і пропагандистською фікцією змушує путінських ідеологів хаотично коливатися між протилежними й часто несумісними тезами: що українська влада антисемітська і що вона належить єврейським олігархам; що української нації не існує і що всі українці – націоналісти; що українська держава – це диктатура і що водночас в Україні взагалі немає держави, а є лиш анархія; що української мови немає, проте відбувається "українізація" – і то така успішна, що деякі русофони заперечують навіть той очевидний, здавалося б, факт, що їх примусово зукраїнізовано» [Рябчук 2016, с. 191].

Усе це робилося для того, щоб підважити легітимність нового українського керівництва, деморалізувати громадян України, виставити її як *failed state* («держава, що не відбулася») і виправдати російське втручання у «зону свого привілейованого впливу» для порятунку

«співвітчизників», «російськомовного населення Південного Сходу України». Власне, в тому й полягає сила інформаційного складника гібридної війни. Коли геополітичних цілей можна досягати не лише конвенційними військовими методами.

Із російського боку був використаний широкий спектр засобів ведення інформаційних операцій: від федерального телебачення і преси до соціальних мереж, блогерів і «фабрик тролів», яких пізніше застосовували також у США, Великобританії, Іспанії. Вони поширювали численні фейки, видаючи їх за правдиву інформацію. Про те, що українські солдати на Донбасі розпинають хлопчиків, школярів навчають убивати снігурів, а громадському транспорту в Мелітополі пасажирів розраховуються сіллю, бо в Україні немає грошей. Ці нісенітниця часто переповідали під телекамери професійні аферисти. Одна й та ж людина могла виступати в ролі матері солдата Внутрішніх військ МВС, обуреної киянки, обуреної барикадами в центрі столиці, одеситки, яка скаржилася на звірства української армії, та біженки з Донецька.

«Стратегічна мета експлуатації цих симулякрів — замінити об'єктивні уявлення цільових груп про характер конфлікту тими, "інформаційними фантомами", які потрібні агресору, — твердить В. Горбулін. — Активна фаза військового протистояння, що розпочалася з кінця лютого — початку березня 2014 р., супроводжувалася тактичною інформаційною підтримкою, яка так само використовувала прийоми побудови й експлуатації симулякрів. Україні вдалося досить швидко адаптуватися і частково відреагувати на цей виклик. "Кримська кампанія" показала слабкість російського інформаційного складника їхньої версії "гібридної війни", — вона не витримує постійного, прискіпливого медіа-погляду» [Горбулін 2015].

Парадоксально, але з українців одночасно створюють образ ворога і паралельно називають їх «братнім народом» або «майже одним народом», навмисно протиставляють народ і політиків, які нібито «нас посварили», втім, каяття чомусь вимагають від українців (докладніше про цей наратив — у статті «І стає маразмом "навіки разом": братня любов і дружба народів — нове дихання старої технології Кремля» [Шебеліст 2016]).

Російські медіа створили для своєї аудиторії таку собі «телевізійну Україну», аби жахати нею громадян і показувати, до чого, мовляв, призводять «кольорові революції». Сконструйована картинка була доволі далекою від реальності. Так, у квітні 2014 р. маргінальний ультраправий «Правий сектор» за кількістю згадувань у російських ЗМІ опинився на другому місці, дещо поступившись правлячій партії «Единая Россия». А провідник націоналістичного руху Д. Ярош, якщо вірити Останкінській телевежі, лідирував на дочасних президентських виборах в Україні (37%), хоча насправді він набрав усього 0,7%.

Події Революції Гідності у РФ називали «державним антиконституційним переворотом», учасників протестів — «бойовиками Майдану», перехідну українську владу — «київською хунтою», АТО — «громадянською війною», добровольчі батальйони — «карателями», українських воїнів — «укро-фашистами». Натомість анексія Криму — це «возз'єднання з Росією» і «повернення в рідну гавань», псевдо референдуми на Донбасі — «волевиявлення народу Південного Сходу», російські окупанти — «ввічливі люди», бойовики на Донбасі — «народне ополчення» й «армія Новоросії», бурятські танкісти — «вчорашні шахтарі й трактористи», самопроголошені лідери «ДНР»/«ЛНР» — «представники Донецька і Луганська».

На агресивний інформаційний вплив Росії Україна з певним запізненням відповіла обмеженням трансляції російських телеканалів і використання російських соціальних мереж «ВКонтакте», «Однокласники», а також створенням у 2014 р. Міністерства інформаційної політики. Воно, попри застереження журналістського й експертного середовищ, не стало «Міністерством правди і цензури». Значна частина користувачів «ВК» і «ОК» перейшла на *Facebook*, але багато хто продовжує користуватися російськими соцмережами, обходячи обмеження за допомогою спеціальних програм. З метою оперативного інформування світу про події в Україні створили Український кризовий медіацентр і переформатували систему мовлення для закордону *UATV*, але вона не може зрівнятися за потужністю, впливом і бюджетом із каналом *RT* (колишній *Russia Today*). З іншого боку, пропагандистський канал *Life* (раніше *Life News*), який передрікав розпад України, 2017 р. сам припинив своє існування.

**Висновки.** Попри деякі побоювання щодо стану свободи слова в умовах неоголошеної війни, інформаційний простір України залишається доволі плюралістичним і конкурентним. Свідченням чого є функціонування навіть відверто проросійських загальнонаціональних медіа (*ZIK*, *NewsOne*, «112 Україна», «Наш», «Інтер»), які, прикриваючись гаслами свободи слова і стандарти журналістики, просувають кремлівські меседжі й ідеологеми. В інформаційній війні Україна, як правило, займає оборонну, реактивну, а не наступальну, проактивну позицію.

«Незважаючи на низьку оцінку дієвості державної інформаційної політики, реальністю є те, що Україна зробила і продовжує робити все від неї залежне в межах чинної правової системи, системи міжнародних зо-

бов'язань та очікуваної від демократичної держави логіки дій в інформаційному просторі, — переконують автори монографії «Світова гібридна війна: український фронт». — Однак це не означає, що таке реагування є достатнім та стратегічно єдино можливим» [Гнатюк, Дубов, Коваль 2017, с. 385].

Водночас з'явилися контрпропагандистські програми («Гражданская оборона», «Антизомби» на ICTV), сайти, що дезавуюють фейкову інформацію (*Stop Fake*), волонтерські аналітичні проекти (*Inform Napalm*), які доводять безпосередню участь росіян у війні в Україні, в школах і університетах активно впроваджуються засади медіаграмотності. Ті сфери, в яких не допомагає держава, намагається заповнити громадянське суспільство й експертне середовище. Російська гібридна війна триває. Досвід України може стати повчальним і корисним прикладом для багатьох країн світу, що мають навчитися ефективно діяти та протидіяти на інформаційному фронті.

### Література

Гнатюк С. Л., Дубов Д. В., Коваль І. О. Новий вимір інформаційної політики України // Світова гібридна війна: український фронт: монографія / за заг. ред. В. П. Горбуліна. К.: НІСД, 2017. 496 с.

Горбулін В. «Гібридна війна» як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу // Дзеркало тижня. 23 січня — 30 січня 2015. № 2.

Рябчук М. «Хохли», «малороси», «бандери»: стереотип українця у російській культурі та його політична інструменталізація // Наукові записки Інституту політичних та етнопціональних досліджень. 2016. Вип. 1 (81). С. 179 — 194.

Шебеліст С. І стає маразмом «навіки разом»: братня любов і дружба народів — нове дихання старої технології Кремля // Рідний край. 2016. № 1. С. 47 — 50.