

ПОЛІТИЧНІ НАУКИ

УДК 327.8:316.77

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2025.59.26>

ІНФОРМАЦІЙНА АГРЕСІЯ РФ: ПІДХОДИ ТА МЕТОДИ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ НА ГРОМАДЯНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО В УКРАЇНІ¹

Антон Бадер

*ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»,
Навчально-науковий інститут соціальних і гуманітарних наук
вул. Івана Банка, 3, 36003, м. Полтава, Україна*

У статті наголошено, що з 2014 р. Україна стала ареною збройного протистояння, що розгорталася на нашій території. Підкреслено, що попри намагання супротивника подати початковий етап цього конфлікту як громадянську війну, фактично він був збройною агресією нового типу. Вказано, що ключову роль у підготовці та реалізації такого виду збройного насилля відіграє інформаційний компонент. Зауважено, що розвиток сучасних комунікаційних технологій, широкі можливості доступу до Інтернету та зростання популярності соціальних мереж сприяли поширенню маніпулятивного впливу на громадянське суспільство. Констатовано, що на початкових етапах наша держава не мала ефективних механізмів протидії цьому явищу. Зазначене призвело до формування певного сегменту в громадянському суспільстві України, що сприяв дестабілізації внутрішньополітичної ситуації та зростанню недовіри до державних інституцій. Акцентовано увагу на тому, що в умовах повномасштабного вторгнення рф особливо актуальним постає науковий аналіз підходів та методів інформаційного впливу на український медіапростір з метою розробки ефективних механізмів захисту громадянського суспільства від маніпулятивного впливу з боку росії.

У статті вказано, що інформаційна агресія російської федерації проти України почала реалізовуватись задовго до безпосереднього збройного протистояння в 2014 р. Наголошено, що для реалізації маніпуляцій російське керівництво обрало агресивний підхід, що спрямований на знищення або підкорення супротивника шляхом використання інформаційно-технічних та інформаційно-психологічних засобів боротьби. Зазначено, що до основних методів, застосованих рф проти України слід віднести дезінформацію, деморалізацію та дифамацію. Зроблено висновок, що інформаційна агресія росії спрямована як на дестабілізацію державних інституцій, так і на підірив самоідентичності українців, а її кінцевою метою є повне підкорення української політичної системи, знищення громадянського суспільства та ліквідація нашої незалежності загалом.

Ключові слова: інформаційна агресія, громадянське суспільство, підходи та методи маніпулятивного впливу рф.

З 2014 р. Україна стала ареною збройного протистояння, що розгорталася на нашій території. Попри намагання супротивника подати початковий етап цього конфлікту як громадянську війну, фактично він був збройною агресією нового типу. Ключову роль у підготовці та реалізації такого виду збройного насилля відіграє інформаційний компонент. Розвиток сучасних комунікаційних технологій, широке поширення доступу до Інтернету та зростання популярності соціальних мереж сприяли маніпулятивному впливу на

¹ Публікація містить результати досліджень, проведених при грантовій підтримці Національного фонду досліджень України за проєктом 2021.01/0021.

громадянське суспільство. Слід констатувати, що на початкових етапах наша держава не мала ефективних механізмів протидії цьому явищу. Зазначене призвело до формування певного сегменту в громадянському суспільстві України, що сприяв дестабілізації внутрішньополітичної ситуації та зростання недовіри до державних інституцій. Відтак, в умовах повномасштабного вторгнення рф особливо актуальним постає науковий аналіз підходів та методів інформаційного впливу на український медіапростір з метою розробки ефективних механізмів захисту громадянського суспільства від маніпулятивного впливу з боку росії.

Науковий аналіз проблем, пов'язаних із феноменом «інформаційна агресія», активізувався у другій половині ХХ ст., коли технічні засоби впливу на масову аудиторію значно розширили можливості вибору підходів і методів маніпулювання. Вказаному напрямку присвятили свої розвідки такі західні науковці, як Дж. Лакофф [1], В. Лефевр [2], І. Валлерстайн [3]. Вітчизняні дослідники також зробили вагомий внесок у розробку цієї проблеми, зокрема О. Дубас [4], Н. Гуріна [5], С. Шпилик [6], Т. Бельська [7], О. Сальнікова, І. Сівоха та А. Івашенко [8], В. Гурковський [9], Г. Почепцов [10], В. Тарасюк [11] та Н. Вітюк [12]. Водночас останні події у світі, зокрема повномасштабне вторгнення рф в Україну, зумовлюють необхідність зосередження уваги академічної спільноти на аналізі підходів та методів, що вже застосовувались в межах інформаційної агресії проти нашої держави.

Спираючись на сутнісні основи інформаційної війни, а також засоби й методи її реалізації, можна стверджувати, що інформаційна агресія російської федерації проти України почала діяти задовго до безпосереднього збройного конфлікту. Використані форми, методи, технології та засоби інформаційного впливу не є новими – вони давно розроблені та описані в науковій літературі [1, с. 57; 3, с. 451; 10, с. 22-25]. Зважаючи на значно менші ресурси й інформаційні можливості України порівняно з супротивником, слід визнати, що забезпечення повноцінного захисту національного інформаційного простору залишається вкрай складним завданням.

На нашу думку, до перших проявів інформаційної агресії та підготовчого етапу збройного вторгнення в Україну можна віднести низку фактів. Одним із них є так звана «Сирна війна» між Україною та росією, що розпочалася в лютому 2012 року із заборони Росспоживнагляду на ввезення українських сирів на територію російської федерації. Через засоби масової інформації російському населенню було подано відомості про нібито наявність пальмової олії у продукції українських виробників. Перевірка не виявила слідів використання рослинних жирів, проте, не отримавши підтвердження підозр, Росспоживнагляд висунув нові претензії, цього разу щодо технології виробництва сирів. У квітні всі звинувачення були зняті, а в травні поставки відновилися, проте запроваджена заборона завдала значної шкоди українським підприємствам. Зокрема, за даними Національної асоціації молочників «Укрмолпром», у 2012 році виробництво жирних сирів скоротилося на 7,6 %. Наслідком цієї інформаційної атаки стало звільнення близько 6000 українців, а державний бюджет зазнав втрат у розмірі 15 млн грн [9; 13, с. 302].

Ще одним проявом інформаційної агресії проти України слід уважати так звану «цукеркову війну», яка розпочалася із заборони російською санітарною службою постачання до росії продукції компанії «Roshen» – одного з найбільших українських виробників кондитерських виробів. Формальним приводом для заборони стало нібито виявлення бензопірену в молочному шоколаді цієї компанії. Однак, очевидно, що конфлікт мав суто політичне підґрунтя. Сьогодні вже зрозуміло, що проблема полягала не в безпеці продукції, оскільки цукерки «Roshen» постачаються до європейських країн, де стандарти якості є не менш жорсткими. Реальною ж причиною заборони стало оприлюднення проєкту угоди про

асоціацію України з ЄС, що викликало негативну реакцію з боку росії. У такий спосіб вона намагалася чинити тиск і перешкодити підписанню угоди. Наслідком цієї інформаційної атаки стало скорочення виробництва на чотирьох кондитерських фабриках «Roshen» – у Києві, Вінниці, Маріуполі та Кременчуці, що призвело до звільнення сотень працівників [9; 13, с. 302].

Особливої уваги заслуговують українсько-російські «газові війни», які також слід віднести до інформаційних. До 2014 р. газовий фактор залишався одним із ключових засобів маніпулятивного впливу росії на Україну. Політичне керівництво російської федерації неодноразово застосовувало газовий шантаж, використовуючи зміну цін на паливо як інструмент тиску на український уряд та громадянське суспільство. Крім того, через засоби масової інформації поширювалися чутки про можливий економічний крах України через скорочення поставок газу, а також наративи, спрямовані на дискредитацію нашої держави як надійного транзитера енергоресурсів.

Сьогодні російські спецслужби систематично використовують тарифну проблематику для тиску на громадянське суспільство України, посилюючи проблему методичною руйнацією енергетичної інфраструктури нашої країни. Варто додати, що жодна з українсько-російських газових угод не була виконана повністю, а між країнами, які до 2014 р. мали підписаний договір про дружбу, відбулося кілька інформаційних «газових воєн». Наразі ж їхнє протистояння перейшло у фазу повномасштабного вторгнення російських військ на територію України. Зрозуміло, що зазначене суттєво вплинуло на внутрішню та зовнішню політику обох держав та домінуючий сегмент українського громадянського суспільства [13, с. 302, 303].

У вказаному контексті досить показово констатує В. Тарасюк, що до: «2012 р. Кремль практикував гнучкий ідеологічний підхід, проникаючи всередину громадських рухів і соціальних груп, щоб маніпулювати ними зсередини. За потреби він зловживав риторикою груп, в які хотів внести сум'яття, доводячи їх до абсурду через пародіювання. Як зазначають Голова правління Центру ліберальних стратегій у Софії Іван Крастєв та професор юридичного факультету Нью-Йоркського університету Стивен Голмс, безліч росіян чудово розуміють, що їм показують фальшиві новини. Але сила кремлівської влади не в тому, що вона намагається переконати людей в істинності своїх слів, а в тому, що вона дає зрозуміти, що має право диктувати умови «істини», а відтак зміцнювати свою силу і вплив. Інформаційні технології, зокрема телебачення, відіграють ключову роль у цьому суспільстві чистого спектаклю, яке називають по-різному: від «ТБ-кратії» до «постмодерної диктатури» [11, с. 164].

Отже, на жаль, наш власний досвід підтверджує, що інформаційна агресія, як правило, передувє реальним (фізичним) війнам та воєнним конфліктам. Наприклад, інформаційне протистояння, яке передувало російсько-грузинській війні, розпочалося задовго до збройного конфлікту в Південній Осетії і мало виразне політичне підґрунтя. Аналогічний сценарій спостерігається і в контексті прихованої агресії росії в 2014 р. та повномасштабного вторгнення 2022 р., коли інформаційні маніпуляції передували безпосереднім бойовим діям, формуючи відповідне сприйняття ситуації як усередині країни, так і на міжнародній арені.

Дослідники проблеми інформаційних війн виділяють два основні підходи до визначення їхньої сутності та змісту. Перший – американський – розглядає інформаційну війну як комплекс заходів, спрямованих на досягнення інформаційної переваги над супротивником. Це відбувається шляхом впливу на його інформаційні системи, комп'ютерні мережі, суспільну й індивідуальну свідомість, а також на підсвідомість населення, військового

контингенту та державного керівництва. Важливою особливістю цього підходу є те, що інформаційна перевага впливає із загального рівня цивілізаційного розвитку країни, яка веде таку війну. Водночас це створює своєрідну можливість для супротивника адаптуватися до цієї моделі, орієнтуючись на її рівень життя та вектор розвитку [2; 4, с. 70].

Абсолютно протилежною до зазначеного вище підходу є модель інформаційного впливу, застосована росією проти України. Вона розглядає інформаційну війну в агресивному ключі, трактуючи її як засіб знищення або підкорення супротивника шляхом використання інформаційно-технічних та інформаційно-психологічних методів боротьби. Крім того, постійне застосування таких жорстких засобів пропаганди як усередині країни, так і за її межами, стало невід'ємною складовою існуючого державно-політичного режиму російської федерації. Одним із підтверджень цього є той факт, що рішення про розгортання інформаційної агресії ухвалюються на найвищому політичному рівні цієї держави [14]. Так, І. Павловський, який певний час був наближений до вищих ешелонів влади у російській федерації наводить досить цікаву думку. «Є велика різниця між радянською пропагандою та її новітньою російською версією. У радянські часи була важлива ідея правди. Навіть брешучи, радянські пропагандисти намагалися довести, що кажуть «правду». Нині ж ніхто навіть не прагне підтвердити «правду». Можна казати що завгодно. Створювати нову дійсність» [15, с. 94].

Відповідно до розуміння суті та змісту інформаційної війни, політичне керівництво російської федерації обрало низку ключових прийомів для ведення інформаційних операцій. Варто зазначити, що в росії ці методи добре розроблені та багаторазово апробовані, а також підкріплюються висококваліфікованими кадровим потенціалом та масштабними технічними ресурсами. Також слід мати на увазі й фінансовий аспект. Так, кошти, залучені росією для ведення інформаційної війни, обчислюються десятками мільярдів доларів США. Важливо підкреслити, що специфіка політичного режиму рф дозволила активно використовувати так звані «цивільні» засоби масової інформації як інструмент інформаційного протистояння. При цьому зона впливу російських ЗМІ охоплює як зовнішню аудиторію так і внутрішнього споживача, який також є безпосереднім об'єктом інформаційних маніпуляцій [5; 13, с. 303].

На нашу думку, слід наголосити, що антиукраїнська пропаганда, яку веде росія, є невід'ємним елементом сучасних форм збройного насилля. Важливим є й ідеологічний аспект цієї інформаційної війни. Аналіз її змісту свідчить про те, що росія не лише веде боротьбу зі Збройними силами України, її державно-політичним керівництвом чи громадянським суспільством, а протистоїть Україні як самостійному явищу, заперечуючи її державність і суверенітет. Фактично, інформаційна агресія спрямована не лише на дестабілізацію державних інституцій, а й на підриг самої ідентичності українців як національно-політичного суб'єкта. Відповідно, кінцевою метою цієї війни є повне підкорення української політичної системи, знищення громадянського суспільства та ліквідація нашої незалежності загалом.

Так, В. Тарасюк на основі ґрунтового аналізу називає наступні маніпулятивні технології, що застосовувала рф у інформаційній агресії проти України:

- кінофільми – формують образи героїв, популяризують акторів, створюють ціннісні орієнтири та впливають на сприйняття тих чи тих історичних подій;
- телесеріали – «мільні опери», щоб утримати глядача перед екраном телевізора режисери наповнюють емоційним змістом, який, аналогічно кінофільмам, покликаний формувати світоглядні наративи протягом більш тривалого часу, ніж кінофільми; саме кіносеріальна продукція покликана підтримувати вогник ностальгії за «щасливим життям» у СРСР;

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

– пости у Facebook та в каналах Telegram, відеоматеріали на YouTube та Instagram – аудіо-візуальна інформація найбільш приваблива й легко сприймається для широкого кола користувачів соцмереж, а авторитет лідерів думок, відсутність цензури та величезний неконтрольований потік інформації значно краще сприяють поширенню фейків, ніж, наприклад, засобами традиційних ЗМІ;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

– проведення тематичних публічних заходів (виставки, флешмоби, театральні мініатюри й постановки тощо) – своєрідна активність культурної інтелігенції, покликана приваблювати увагу ЗМІ, має певний суспільно-виховний характер;

– прес-конференції, мітинги/пікети, заяви та звернення до правоохоронних органів, діяльність громадських організацій/політичних партій, депутатські звернення та

запити – мають суспільно-політичне спрямування, націлені на створення інформаційних приводів і привернення уваги органів державної влади;

– інші дії, спрямовані на створення інформаційних приводів та їх висвітлення у ЗМІ/соціальних медіа з метою формування суспільних наративів, реакцій, переконань тощо [11, с. 158–160].

Узагальнивши поданий вище матеріал, маємо можливість стверджувати, що російська федерація здійснює інформаційний вплив на Україну через три основні методи: дезінформацію, деморалізацію та дифамацію. Дезінформація спрямована на нав'язування громадянському суспільству викривлених або відверто неправдивих уявлень про реальну ситуацію в Україні, компрометацію державної політики та маніпулювання масовою свідомістю. У цьому контексті варто відзначити, що російські фахівці до 2014 р. реалізували досить просту, але ефективну технологію. Вони використали один із найбільших страхів, що існує в громадській свідомості пострадянського суспільства, та прив'язали його до України й усього українського. Конкретним проявом цього є поширення стереотипних штампів, таких як «фашистський» Майдан, київська «хунта», «жидобандерівці», «нацистська» Національна гвардія. Ці терміни плавно переходять із одного інформаційного потоку в інший, формуючи заздалегідь сплановане негативне сприйняття України, що є ключовим елементом інформаційної агресії [6, с. 183, 184].

Так, у колективній монографії «Масова свідомість в зоні воєнного конфлікту на Донбасі» поданий ґрунтовний аналіз контенту соціальних мереж, що використовувався з метою реалізації інформаційної агресії проти України. Зокрема вказане дослідження виявило, що такий мем як «фашизм» застосовувався у наступних конфігураціях: фашистський хунта; фашизм України; український фашист; фашистський режим; фашистський держава; фашистський германію; український фашизм; Україна фашизм; перемога фашизм; боротьба фашизм; фашизм пройти; фашизм нацизм; фашистський України; звичайний фашизм; боротися фашизм; відродження фашизм; фашистський ідеологія; зробити фашизм; пропагувати фашизм; фашизм місце; фашизм країна; фашист бути; фашистський концтабір; нацизм фашизм; співпрацювати фашист [16, с. 191, 192].

У вказаному контексті Н. Вітюк зазначає, що: «під час висвітлення подій російсько-українського збройного протистояння на Сході України російською пропагандою щодо українських військовослужбовців постійно застосовуються вислови «фашисти», «бандерівські карателі», «українські націоналісти», «украї», «україни», «правосеки», «київська хунта», які мають очевидні негативні конотації, містять семантичне забарвлення демонізації, сприяють дегуманізації образу бійця. В україномовній журналістській і політичній риторичі на позначення бійців супротивника виникли вислови «проросійські бойовики», «найманці», «сепаратисти», «бандити», які теж мають негативне емоційно-сміслові навантаження. Натомість позитивне експресивне значення й семантичне забарвлення героїзації в українській риторичі мають вислови «захисники», «герої», «кіборги», а в проросійській – «ополченці», «легендарний бойовик» і «польовий командир, відомий сміливістю і зухвалістю» (про Арсенія Павлова – «Моторолу»), «республіки ЛНР і ДНР» (про окуповані території України)» [12, с. 33, 34].

Деморалізація українського суспільства здійснюється шляхом нав'язування деструктивних наративів, спрямованих на моральне виснаження, підриг дисципліни та погіршення морально-психологічного стану як особового складу Збройних сил, так і громадянського суспільства загалом. Інформаційні повідомлення, спрямовані на деморалізацію, акцентують увагу на військових невдачах української сторони, перебільшують або спотворюють інформацію про політичні й військові прорахунки керівництва, незадовільний рівень

матеріального забезпечення армії, фізичну та психологічну втому військовослужбовців унаслідок бойових дій і обстрілів. Крім того, особливий наголос робиться на начебто негативному ставленні населення на окупованих територіях до української влади, що має на меті створення враження про її слабкість і неспроможність ефективно реагувати на виклики [17, с. 114, 115].

У межах російської інформаційної агресії проти України широко застосовується дифамація – цілеспрямоване використання інформаційних каналів, зокрема офіційних державних ресурсів, для поширення спотворених версій подій, необґрунтованих припущень, чуток і відвертої брехні з метою дискредитації окремих осіб, державних інституцій та країни загалом [8, с. 137].

Російські засоби масової інформації та підконтрольні соціальні мережі наповнені великою кількістю матеріалів, що є яскравими прикладами дифамації. У таких сюжетах пропагується образ «кровожерливих» майданівців, поширюються вигадки про злочини «Правого сектору», демонізується діяльність «карателів» з Національної гвардії, а українських військових намагаються зобразити як бездушних виконавців злочинних наказів. Крім того, українську сторону неодноразово безпідставно звинувачували у знищенні малайзійського пасажирського лайнера, попри результати міжнародних розслідувань, а також у нібито навмисних обстрілах мирних поселень «касетними снарядами». Усі ці наративи спрямовані на формування викривленого уявлення про Україну як агресора та створення сприятливого підґрунтя для виправдання власних дій з боку російської федерації [18, с. 136-138].

Так, В. Тарасюк наводить досить цікаві данні, щодо вказаної проблеми. «Дослідження Українського кризового медіа-центру (УКМЦ) щодо української риторики трьох топових російських телеканалів («Россия 1», «Первый канал» та НТВ) з 1 липня 2014-го по 31 грудня 2017 року свідчать: третина всіх новин цих каналів присвячена Україні понад 90 % згадок про Україну – негативні, а головними об'єктами уваги російських ЗМІ є українські державні інституції, які російська пропаганда намагається дискредитувати та делегітимізувати. Дослідники УКМЦ розшифрували тексти головних випусків новин і ток-шоу на каналах «Россия 1», «Первый канал» та НТВ, а потім шляхом пошуку за ключовими словами виділили звідти висловлювання про Україну. Частка цих трьох телеканалів у росії становить майже 40 % ринку, і всі вони підпорядковуються Кремлю: «Россия 1» знаходиться в прямій власності держави (холдинг ВДТРК), у «Первого канала» держава – мажоритарний акціонер, а НТВ належить холдингу «Газпром-медіа», у структурі власності якого через «Газпром» теж присутня держава. 33 % проаналізованих повідомлень в ефірі цих телеканалів стосувалися України. Причому в другому півріччі 2017 р. з 10 новин лише одна була позитивна» [11, с. 168, 169].

Загалом, інспірація фактів та інсценування новин виступають базовими методами російської пропаганди, головна мета якої – спричинити в Україні громадський рух, спрямований на дискредитацію та повалення чинного державного ладу. Остаточним результатом цих дій має стати розчленування країни та ліквідація національної державності. Путінська теза про Україну як «державу, що не відбулася» зайвий раз підтверджує вказану логіку [7, с. 55].

Досить показовою є й теза Н. Вітюк. «Від самого початку активної стадії збройного протистояння на Сході України кремлівські пропагандисти намагалися всіма способами дискредитувати дії української влади та Збройних Сил України. З 2014 року російська пропагандистська машина розробила чимало антиукраїнських міфів, які інтенсивно «прокручувалися» у російських ЗМІ та в закордонних мас-медіа, які контролюються спецслужбами рф. Зокрема, Євромайдан трактувався як «збирище геїв, наркоманів, фашистів,

радикальних націоналістів та бандерівців», «фашистський переворот», внаслідок якого до влади прийшли сили «ультра-націоналістичного і фашистського характеру»; «революційні» засідання Верховної ради в 20-х числах лютого інтерпретувалися російськими ЗМІ як військовий переворот. Анексія Криму російськими пропагандистами дотепер розглядається не як захоплення частини території держави Україна, а як «повернення» «исконно русских земель в родную гавань» (чого варта тільки назва акції загарбання автономної республіки – «Крымнаш!»); активно нав'язуються міфологізовані символи Другої світової війни під лозунгами на кшталт «деды воевали» [12, с. 34].

Таким чином, інформаційна агресія російської федерації проти України почала реалізовуватись задовго до безпосереднього збройного протистояння в 2014 р. Для реалізації маніпулятивного впливу російське керівництво обрало агресивний підхід, що спрямований на знищення або підкорення супротивника шляхом використання інформаційно-технічних та інформаційно-психологічних засобів боротьби. До основних методів застосованих російською федерацією проти України слід віднести дезінформацію, деморалізацію та дифамацію. Варто наголосити, що інформаційна агресія росії спрямована як на дестабілізацію державних інституцій, так і на підрив самоідентичності українців, а її кінцевою метою є повне підкорення української політичної системи, знищення громадянського суспільства та ліквідація нашої незалежності загалом. На нашу думку, варто продовжити розкриття заявленої теми та сконцентруватись у майбутньому на аналізі інструментів, застосованих у інформаційній агресії рф проти України.

Список використаної літератури

1. Lakoff G. Don't Think Of An Elephant! Know Your Values and Frame the Debate: The Essential Guide for Progressives. : White River Junction, 2004. 200 p.
2. Lefebvre V. Algebra of Conscience: A Comparative Analysis of Western and Soviet Ethical Systems. Dordrecht, Holland, D.: Reidel Publishing, 1982, 220 p.
3. Wallerstein I. The Essential Wallerstein. New York : The New Press, 2000. 471 p.
4. Дубас О. Інформаційна війна : нові можливості політичного протистояння. *Освіта регіону*. 2010. № 1. С. 69-72.
5. Гуріна Н. Інформаційне протистояння – один з головних напрямків політики сучасних міжнародних відносин. URL: http://www.experts.in.ua/baza/analytic/index.php?ELEMENT_ID=13657. (дата звернення: 12.08.2024).
6. Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда та PR: такі схожі й такі різні... *Галицький економічний вісник*. 2014. № 4. С. 178-188.
7. Бельська Т. В. Інформаційно-психологічна війна як спосіб впливу на громадянське суспільство та державну політику держави. *Вісник Національного університету цивільного захисту України*. 2014. Вип. 1. С. 49-56.
8. Сальнікова О., Сівоха І., Іващенко А. Стратегічні комунікації в сучасних війнах гібридного типу. *Social development & Security*. 2019. Vol 9. № 5. С. 133-142.
9. Гурковський В. І. Особливості застосування інформаційної зброї в умовах глобального інформаційного суспільства. *Державне управління : удосконалення та розвиток*. 2010. №4. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=123>. (дата звернення: 04.03.2025).
10. Почепцов Г. Г. Смыслові та інформаційні війни. *Інформаційне суспільство*. 2013. Вип. 18. С. 21-27.
11. Тарасюк В. М. Політико-правові засади застосування інформаційних технологій в умовах гібридної війни : дис... к. пол. наук: 23.00.02. Київ. 2018. 261 с.
12. Вітюк Н. Особливості дискурсу політичної пропаганди в умовах інформаційно-психологічної війни. *Збірник наукових праць: психологія*, 2019. № 24. С. 29-38.

13. Бадер А. В. Вплив інформаційної складової збройного насилля на політичний процес в Україні. *Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць*. 2017. Вип. 116. С. 301-305.
14. Інформаційне повідомлення. *Радник Путіна запропонував вдарити по українській армії, поки вона не зміцніла* URL: <https://www.unian.ua/politics/926970-radnik-putina-zaproponuvav-vdariti-po-ukrajinskiy-armiji-schob-ne-dati-jiy-zmitsniti.html> (дата звернення: 04.03.2025).
15. Moloney K. Rethinking public relations: PR propaganda and democracy. London: Routledge, 2006. 248 p.
16. Масова свідомість у зоні воєнного конфлікту на Донбасі : монографія / за ред. І. Ф. Кононова. Вінниця : ТОВ «ТВОРИ», 2018. 230 с.
17. Бадер А. В., Вовк С. О. Інформаційна агресія: стратегії та техніки маніпулювання. *Літопис Волині. Всеукраїнський науковий часопис*. Чис. 31. 2024, С. 110-115.
18. Бадер А. В., Вовк С. О. Маніпулятивний вплив друкованих та електронних джерел у реалізації інформаційної складової сучасного збройного насилля. *Літопис Волині. Всеукраїнський науковий часопис*. Чис. 29. 2023, С. 133-141.

INFORMATION AGGRESSION OF THE RUSSIAN FEDERATION: APPROACHES AND METHODS OF MANIPULATIVE INFLUENCE ON CIVIL SOCIETY IN UKRAINE

Anton Bader

*SU «Lugansk Taras Shevchenko National University»,
Educational and Scientific Institute of Social Sciences and Humanities
Ivan Bank St., 3, 36003, Poltava, Ukraine*

The article emphasizes that since 2014, Ukraine has become an arena of armed confrontation that has unfolded on our territory. It is emphasized that despite the enemy's attempts to present the initial stage of this conflict as a civil war, in fact it was an armed aggression of a new type. It is indicated that the information component plays a key role in the preparation and implementation of this type of armed violence. It is noted that the development of modern communication technologies, the widespread access to the Internet and the growth of the popularity of social networks contributed to the spread of manipulative influence on civil society. It is stated that at the initial stages, our state did not have effective mechanisms to counteract this phenomenon. This led to the formation of a certain segment in the civil society of Ukraine, which contributed to the destabilization of the domestic political situation and the growth of distrust in state institutions. The article emphasizes that in the conditions of a full-scale invasion by the Russian Federation, a scientific analysis of approaches and methods of information influence on the Ukrainian media space is particularly relevant in order to develop effective mechanisms for protecting civil society from manipulative influence from the Russian Federation.

The article indicates that the information aggression of the Russian Federation against Ukraine began to be implemented long before the direct armed confrontation in 2014. It is emphasized that to implement the manipulative influence, the Russian leadership chose an aggressive approach aimed at destroying or subjugating the enemy through the use of information-technical and information-psychological means of struggle. It is noted that the main methods used by the Russian Federation against Ukraine include disinformation, demoralization and defamation. It is concluded that Russia's information aggression is aimed both at destabilizing state institutions and undermining the self-identity of Ukrainians, and its ultimate goal is the complete subjugation of the Ukrainian political system, the destruction of civil society and the elimination of our independence in general.

Key words: information aggression, civil society, approaches and methods of manipulative influence of the Russian Federation.