**Інформаційний аспект гібридної війни росії проти України**

Повномасштабна агресія російської федерації проти України не обмежується лише боями на лініях зіткнення. Вона триває й на інформаційному фронті в прямих ефірах, традиційних і новітніх засобах масової інформації та соціальних мережах. Це війна за уми людей, і росія в ній не проти будь-яких брудних методів. Розпочалося інформаційне протистояння в межах гібридної війни, розв’язаної росією не 24 лютого 2022 року, а відразу після закінчення «холодної війни» та розвалу Радянського Союзу. Вже тоді російські засоби масової інформації генерували наративи про єдиний слов’янський народ, «рускій мір», єдину історію та єдиний економічний простір. Після окупації Криму в 2014 році росія розпочала гібридну війну проти України, моделюючи зовсім іншу, далеку від дійсності реальність. І головні атаки було здійснено саме на інформаційному фронті. На третій рік повномасштабного вторгнення, аби виправдати скоєні воєнні злочини, геноцид українців, обґрунтувати агресію, дискредитувати ЗСУ, зменшити підтримку України з боку союзників, а найголовніше — посіяти хаос та розбрат в нашій державі, ворог застосовує весь арсенал інформаційної війни. Тож ефективна протидія агресорові на інформаційному фронті така ж важлива, як і на лінії зіткнення.

Український досвід протидії гібридним війнам сягає 1918- 1920 років, коли більшовицька влада росії вела боротьбу з новими національними державними утвореннями на теренах колишньої російської імперії. Вже тоді більшовики застосовували привабливі гасла, проводили інформаційні кампанії, підтримуючи уряди колаборантів. Всі ці заходи було спрямовано насамперед на створення хаосу та громадянського протистояння в нових національних державах. І як наслідок — формування проросійського уряду та визнання його легітимності.

На думку Володимира Горбуліна (1-й секретар РНБО з 1996-1999) (2017) «… гібридна війна не є поверненням до стану «холодної війни». Вона приходить їй на зміну в супроводі ланцюжків гарячих конфліктів як нова, ускладнена й нестабільна форма відносин на міжнародній арені».

У воєнній доктрині росії немає безпосереднього визначення поняття гібридної війни, але говориться про комплексне застосування воєнної сили, політичних, економічних, інформаційних та інших заходів невійськового характеру, які реалізуються через широке використання протестного населення й сил спеціальних операцій.

Ще в жовтні 2010 року, перебуваючи на посаді прем’єр-міністра, путін затвердив програму «Інформаційне суспільство (2011  — 2020 роки)», яка передбачала спрямування з федерального бюджету на розвиток пропаганди 40,6 млрд. доларів США. А вже станом на 2013 рік путінська влада підпорядкувала собі всі основні засоби масової інформації та була готова до розв’язання агресивної інформаційної війни проти України.

За даними міністерства фінансів рф у перші два місяці війни з державного бюджету країни-агресора на фінансування державних ЗМІ було спрямовано 17,4 млрд. рублів, що в 3,2 рази більше, ніж за аналогічний період 2021 року.

Зважаючи на нові виклики та загрози, 28 грудня 2021 року Указом Президента України Володимира Зеленського № 685/2021 було введено в дію рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2020 року «Про стратегію інформаційної безпеки України».

За два місяці до повномасштабної агресії росії проти нашої країни зазначений документ констатував, що *«… інформаційна політика російської федерації — загроза не лише для України, але й для інших демократичних держав.* Спеціальні інформаційні операції російської федерації спрямовуються на ключові демократичні інституції (зокрема, виборчі), а спеціальні служби держави-агресора намагаються посилити внутрішні протиріччя в Україні та інших демократичних державах».

Стратегія інформаційної безпеки акцентує увагу на соціальних мережах як суб’єктах впливу в інформаційному просторі та зазначає, що в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій недостатній рівень медіаграмотності «… супроводжується зменшенням критичності сприйняття інформації, створює підґрунтя для можливих маніпуляцій громадською думкою, що сприяє зростанню впливу дезінформації та деструктивної пропаганди».

У контексті поліпшення медіаграмотності необхідно враховувати специфіку роботи засобів масової інформації, вміти застосовувати інструменти для перевірки повідомлень ЗМІ та відповідально ставитися до поширення контенту. І такі навички стосуються як пересічних споживачів інформації, активних користувачів соціальних мереж, так і професійних журналістів та блогерів, які в умовах війни теж нерідко потрапляють на гачок ворожої пропаганди, поширюючи неперевірену інформацію.

За дослідженнями агенції «Info Sapiens», що були проведені в травні 2022  року на замовлення ГО «Детектор медіа», 13 відсотків населення України має низький рівень медіа грамотності, 33 — нижчий за середній, 45 — вищий за середній та лише 10  — високий (Індекс медіаграмотності, 2022). Проте слід зазначити, що з початку повномасштабного вторгнення росії рівень медіаграмотності населення України дещо підвищився. Про це насамперед свідчить більш критичне ставлення наших співвітчизників до споживання та поширення інформації. Поліпшенню рівня медіаграмотності сприяють і системні заходи державних органів влади, деяких вітчизняних засобів масової інформації, громадські ініціативи, спрямовані на розвінчування ворожої пропаганди.

Серед таких ініціатив  — національний проєкт «Фільтр», започаткований Міністерством культури та інформаційної політики України, подкаст «Русский фейк иди на …» ГО «Детектор медіа», розробки медіа-організації «Інтерньюз-Україна», проєкти «StopFake» Могилянської школи журналістики та сайт міжнародної волонтерської спільноти «InformNapalm», що за допомогою відкритих джерел перевіряє інформацію про події на фронті. Досить ефективною є діяльність фактчекінгових ініціатив «НотаЄнота», «VoxCheck», «БезБрехні». Для консолідації зусиль фактчекінгові організації з різних країн світу після повномасштабного вторгнення росії об’єдналися в проєкт «UkraineFacts». Також необхідно відзначити й діяльність Центру протидії дезінформації при РНБО України, національної агенції «Укрінформ» та Суспільного мовлення щодо протидії ворожій пропаганді та поліпшення рівня медіаосвіти співвітчизників.

Нині досить слушною є й ініціатива Міністерства культури та інформаційної політики України щодо створення «Інформаційного Рамштайну». За словами міністра культури та інформаційної політики України Олександра Ткаченка «… мета такого об’єднання країн цивілізованого світу полягає в тому, аби змінити стратегічні підходи, протидіяти дезінформації росії та підтримати українські медіа» (Ткаченко, 2022). Слід зауважити, що на міжнародному рівні завдано досить потужного контрудару по російській пропаганді. Так, з лютого 2022 року понад 30 країн заблокували мовлення каналів RT і Sputniк, Rossiya24, TV center International, RTR Planeta. Аби ефективно протистояти росії та перемагати її в інформаційній війні, маємо розуміти тактику й стратегію ворога та передбачати напрями «основного удару» й природу таких атак. Отже, визначимо найголовніші складники інформаційної війни, розв’язаної росією. Насамперед, це поширення фейків та маніпуляцій. Якщо фейк  — це підробка, фальшивка, яка поширюється спеціально для того, аби дезінформувати аудиторію, то маніпуляція — це напівправда, коли достовірна інформація подається разом із брехнею, а суттєві деталі, факти й події просто замовчуються.

Російська пропаганда та дезінформація значною мірою базуються на сформованих наративах. У традиційному розумінні наратив  — це текст, що описує сукупність пов’язаних між собою реальних чи вигаданих подій, фактів, або вражень. Як вважає Георгій  Почепцов (заслужений журналіст України) у статті «Наратив як інструментарій: від літературознавства до боротьби з тероризмом», «наратив несе в собі ідеологію, оскільки він є поглядом на світ з цілком конкретної позиції, звідки випливають поняття ворога/друга».

У контексті війни проти України в російському політикумі та засобах масової інформації використовуються наративи, що базуються на вигаданих чи маніпулятивних фактах і подіях. Наведемо найпоширеніші з них:

– спеціальна воєнна операція відбувається за планом, її мети буде досягнуто;

– росія воює не з українським народом, а з київським нацистським режимом;

– росіяни та українці — єдиний народ;

– Україна  — не суверенна держава, а антиросійський проєкт, який фінансує колективний Захід, аби дестабілізувати росію;

– росія воює з колективним Заходом.

Таких наративів російської пропаганди можна навести досить багато, деякі з них кремлівські політтехнологи та ідеологи «руского міра» формували протягом десятиліть.

Для поширення фейків, маніпуляцій та дезінформації кремль використовує весь спектр інформаційних ресурсів та механізмів пропаганди. Насамперед це державні засоби масової інформації, соціальні мережі, зокрема дописи блогерів та «незалежних експертів».

Ще одним механізмом просування кремлівських наративів та пропаганди «руского міра», а значить і досягнення мети інформаційної війни, є організація та проведення інформаційно-психологічних спеціальних операцій (далі  — ІПСО). До їхньої розробки та проведення здебільшого залучаються спеціальні служби держави-агресора. Зауважимо, що в системі міністерства оборони російської федерації такі підрозділи були створені на підставі указу президента рф в лютому 2014 року й на той час налічували майже 1000 військовослужбовців; їхнє фінансування становило 18 млрд. руб. Основну частину активних дій покладено на «добровольців», «активістів» та інші «підконтрольні» невійськові сили та засоби.

Інформаційно-психологічні спеціальні операції спрямовані насамперед на досягнення конкретних результатів за допомогою поширення спеціально підготовленої інформації, впливу на емоції, настрої людей, формування громадської думки та створення хаосу. А кінцевою метою більшості спецоперацій ворога на нинішньому етапі війни є забезпечення умов для подальшої окупації України. Як відзначає Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки та оборони України, структурними компонентами таких спецоперацій є дезінформація, маніпуляція, кібератаки, применшення чи перебільшення потрібної інформації.

За терміном дії ІПСО поділяють на довгострокові та короткострокові. У контексті російської агресії довгострокові — це ті, що спрямовані на розхитування внутрішньополітичної ситуації в Україні, дискредитацію вищого політичного керівництва нашої держави і ЗСУ, послаблення підтримки українців на міжнародній арені тощо. Короткострокові операції спрямовані на формування відповідної громадської думки, створення хаосу під час тих чи інших подій. Центр протидії дезінформації наводить резонансні ІПСО, що провів ворог після 24 лютого 2022 року.

Так, у перші дні війни небайдужі українці активно шукали диверсантів та посібників окупантів, які ставили мітки на будівлях чи дорогах. У повідомленнях, поширених численними засобами масової інформації, насамперед соціальними мережами, йшлося про те, що за допомогою таких міток через супутники наводяться ракети на об’єкти. Така інформація не відповідає дійсності. Хоча подібні мітки існували та існують, адже їх можуть наносити геодезисти, дорожники, будівельники тощо. Метою цієї ІПСО було посіяти паніку та недовіру в суспільстві, відтягнути значні сили правоохоронців на реагування на подібні факти.

Наступним прикладом довгострокової ІПСО є дезінформація щодо вторгнення в Україну білоруських військ. Такі повідомлення теж неодноразово активно тиражували як засоби масової інформації, так і соціальні мережі, насамперед телеграм-канали. Мета цієї спецоперації — провокування паніки та збільшення напруги в суспільстві.

Прикладом короткострокових інформаційно-психологічний операцій російських спецслужб були повідомлення про заплановане завдання масованого ракетного удару 9 травня 2022 року та 24 лютого 2023  року, виготовлення Україною «брудної» ядерної бомби, обов’язковий військовий облік та мобілізація жінок, підготовка ЗСУ до застосування хімічної зброї тощо. Одним зі складників інформаційно-психологічних спеціальних операцій ворога є й кібератаки. За даними групи аналізу загроз Google (TAG), порівняно з 2020  роком, торік росія на 250 відсотків збільшила хакерські атаки на Україну, а на країни НАТО  — більш ніж на 300. Організаторами таких інформаційно-психологічних операцій виступають, як правило, спецслужби. Зважаючи на це, й протидію таким операціям насамперед спеціальні державні органи. Від початку повномасштабного вторгнення росії та запровадження у нашій державі воєнного стану «інформаційні війська» України почали відвойовувати свої позиції, втрачені з 2014 року.

Так, при Раді національної безпеки й оборони України було створено Центр протидії дезінформації, який на системній основі протидіє російській пропаганді та розвінчує фейки, пов’язані з агресією проти України. Значно активізувалася робота пресслужб «силових» структур та державних органів влади, які систематично надають інформацію про події, пов’язані з обороною держави.

Провідні українські телерадіоканали з 24 лютого долучилися до створення марафону «Єдині новини», де подається інформація від надійних джерел, зокрема урядових та силових структур. А вже 18 березня 2022  року Рада національної безпеки та оборони своїм рішенням надала об’єднаному марафону офіційний статус. Можна дискутувати про якість контенту, дотримання журналістських стандартів, проте в умовах воєнного часу створення «Єдиних новин» стало безпрецедентним кроком у національному інфопросторі, спрямованим на гарантування інформаційної безпеки держави. Відповідно до опитування, проведеного компанією Internews, серед громадян, які використовують телебачення як джерело новин, 94 відсотки знають про марафон «Єдині новини», а понад 60 — дивляться його щодня. З цього загалу співвітчизників 84 відсотки довіряють інформації, отриманій з телемарафону.

Водночас назване дослідження засвідчило, що телебачення залишається джерелом новин лише для 36 відсотків опитаних, тоді як ще 2015  року цей показник становив 85. На цьому тлі зростає роль соціальних мереж, з яких отримують інформацію 74 відсотки українців. Серед цієї кількості найбільше прихильників мережі Telegram — 66 відсотків, YouTube — 61 та Facebook — 58.

Одним із чинників зростання популярності соцмереж є їхня оперативність. В умовах війни  — повітряних тривог, небезпеки обстрілів, окупації, під час евакуації — люди прагнуть отримати правдиву інформацію якнайшвидше. Адже від цього інколи залежить їхнє життя та здоров’я.

Проте такий контент не завжди якісний, а іноді він просто містить дезінформацію та стає інструментом в руках ворога під час проведення ним інформаційно-психологічних спеціальних операцій.

Зважаючи на це, досить актуальним в умовах війни є дотримання медіагігієни в соціальних мережах. А саме  — отримання інформації з каналів офіційних медіа, державних структур чи представників офіційних органів влади, блокування анонімних каналів.

Висновки

На нинішньому етапі війни ворог не відмовився від своїх планів щодо ведення агресивної пропаганди з метою нагнітання паніки й створення хаосу в українському суспільстві та дискредитації України на міжнародній арені. Для цього росія повною мірою використовує як традиційні, так і новітні засоби масової інформації, зокрема соціальні мережі.

Ефективна протидія ворожій пропаганді та перемога в інформаційній війні можливі за умови консолідації зусиль державних органів влади, громадських організацій, засобів масової інформації, журналістів, блогерів та всіх небайдужих громадян. Важливою в цій боротьбі, безумовно, є й підтримка України державами цивілізованого світу.

Одним із важливих чинників перемоги України в інформаційній війні є підвищення медіаграмотності населення, тобто здатності адекватно оцінити отриману інформацію, перевірити її та відповідально ставитися до поширення контенту. До таких просвітницьких заходів уже активно долучилися як державні структури, так і громадські організації, котрі започаткували фактчекірські та медіаосвітні проєкти, спрямовані на спростування російських фейків і маніпуляцій, викриття інформаційно-психологічних спеціальних операцій ворога. Однак поліпшення рівня медіаграмотності потребує більш системного та комплексного підходу. Враховуючи те, що навіть після перемоги України у цій війні російська пропагандистська машина ще деякий час буде працювати та завдавати шкоди нашій державі, необхідно опрацювати питання щодо розробки та запровадження дисциплін з медіаграмотності в закладах середньої освіти.

Ворожі інформаційно-психологічні спеціальні операції та пропаганда досягають своєї мети в тих сферах, де існують інформаційний вакуум, брак інформації чи відсутнє оперативне реагування відповідних структур. Тож зазначені фактори та особливості надання інформації в умовах воєнного стану мають враховувати насамперед пресслужби «силових» структур, державних та місцевих органів влади.