

АНТИЗАХІДНА ТА АНТИЛІБЕРАЛЬНА РИТОРИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ РОСІЙСЬКОЇ ГІБРИДНОЇ АГРЕСІЇ В УКРАЇНІ



КИЇВ 2021

Колектив експертів Міжнародного центру перспективних досліджень (МЦПД):

Ігор Петренко, доктор політичних наук, керівник департаменту внутрішньої політики МЦПД

Мія Віллард, експертка з питань міжнародної політики МЦПД

Максим Степаненко, експерт з питань внутрішньої політики

Єгор Киян, аналітик з економічних питань МЦПД

Павло Вишебаба, директор із комунікацій МЦПД

Дослідження підготовлене в рамках проекту «Антизахідна та антиліберальна риторика як інструмент російської гібридної агресії в Україні» за підтримки Міжнародного фонду «Відродження».

Позиція Міжнародного фонду «Відродження» може не збігатися з думкою авторів дослідження.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
ПРИЧИНИ ТА ІНСТРУМЕНТИ АНТИЗАХІДНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ КАМПАНІЙ В УКРАЇНІ.....	6
ОСНОВНІ БЕНЕФІЦІАРИ АНТИЛІБЕРАЛЬНИХ КАМПАНІЙ В УКРАЇНІ, ЇХ ЦІЛІ ТА МОТИВИ	11
ВПЛИВ АНТИЛІБЕРАЛЬНИХ КАМПАНІЙ НА ПРИЙНЯТТЯ ДЕРЖАВНИХ РІШЕНЬ В УКРАЇНІ	21
МЕХАНІЗМИ ПРОТИДІЇ АНТИЛІБЕРАЛЬНИМ НАРАТИВАМ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ В УКРАЇНІ	26
ВИСНОВКИ.....	36

ВСТУП

Політичному режиму президента Російської Федерації Володимира Путіна, як і більшості авторитарних режимів, притаманне широке використання державної пропаганди. Сучасна російська пропаганда переосмислила основні методи та наративи радянської пропаганди та використовує їх не лише для формування підтримки режиму Путіна у самій Російській Федерації, але й просуває національні інтереси РФ закордоном. Тому від самого початку мирних протестів в Україні у 2013 році, в російському та українському інформаційному просторі розгорнулася масштабна інформаційна кампанія, спрямована на формування негативного образу протестуючих, підтримку тогочасного президента Януковича, а також висміювання вибору українським народом євроатлантичного вектору розвитку.

Анексія АР Крим та розгортання затяжного воєнного конфлікту на сході України у 2014 році детермінували необхідність та корисність постійного використання інформаційного впливу на Україну як ефективного інструменту російської агресії в Україні. Це забезпечує для РФ можливість впливати на інформаційний порядок денний в Україні, виправдовувати та навіть формувати позитивний імідж для агресивної політики проти України, а також формувати негативний образ для своїх геополітичних опонентів — США та ЄС.

Антизахідна риторика є невід’ємною частиною російської державної пропаганди, а також одним з ключових наративів у інформаційній складовій російської гібридної агресії в Україні. Варто відзначити, що антизахідна риторика у російській пропаганді постійно змінює форми та вдосконалює методи розповсюдження пропагандистської інформації, але зводиться до кількох базових сенсів. По-перше, протиставлення ліберально-демократичним цінностям цінностей «руського мира»; по-друге, формування негативно-

го образу України як «залежної від Заходу країни», «відсутності суверенності» тощо; по-третє, формування позитивного ставлення українців до агресивної політики РФ, підтримці ними вигідної для Росії політики.

Уразливість українців перед наративами російської пропаганди пояснюється розчаруванням суспільства, яке, в першу чергу, очікує на покращення якості життя внаслідок проведення реформ в Україні. Тривалість та складність євроінтеграційного процесу України, помилки урядовців на цьому шляху, зміщення фокусу уваги європейських партнерів та «розмивання» чітких інтеграційних перспектив України використовуються російською пропагандою для того, щоб дискредитувати євроінтеграційний вектор розвитку України та зобразити більш «привабливу» альтернативу у вигляді тісної кооперації України та Росії.

Для ефективного просування антизахідних наративів в Україні Російська Федерація використовує наявні аудіо-візуальні та онлайн-медіа, а також соціальні мережі. При чому можна відзначити негативну тенденцію до збільшення кількості в Україні медіа, що ретранслюють російську пропаганду, просувають антиліберальну риторику та загрожують інформаційній безпеці України. Лише кум Володимира Путіна та один з лідерів партії «Опозиційна платформа — За життя» Віктор Медведчук володіє медіа-холдингом «Новини», до структури якого входять три суспільно-політичні канали: «112 Україна», «NewsOne» та «ZIK». Результатом цього стало різке збільшення антиліберальної риторики в інформаційному просторі України, а також збільшення популярності політичної партії Віктора Медведчука.

Крім того, антизахідну риторику взяли на озброєння окремі групи медіа, чії власники таким чином просувають персоналі інтереси, впливаючи на суспільно-політичні

настрої у країні. Для власників найбільших українських бізнес-груп є властивою протидія проведенню ринково-орієнтованих ліберальних реформ через неможливість конкурувати на ринкових засадах із великими транснаціональними корпораціями. Тому вони через підконтрольні їм медіа вдаються до антизахідної риторики, намагаючись вплинути на ухвалення урядових рішень щодо тих чи інших реформ. Хоч у таких представників власників українських медіа мотиви є здебільшого бізнесовими, тим не менш, вони інколи суттєво підіграють інтересам РФ щодо України.

З огляду на глибоке інформаційне проникнення російської пропаганди та антизахідної

риторики як одного з її ключових елементів, для українського суспільства та держави стало актуальним питання протидії розповсюдженню дезінформаційних кампаній з боку РФ та суб'єктів її впливу в Україні. Крім того, російська пропаганда стала справжнім викликом не тільки для України, але і для країн Європейського союзу. Тож, українському уряду спільно з неурядовими громадськими організаціями та дорадчими представниками міжнародних партнерів України варто якнайшвидше розробити дієві стратегії та необхідні законодавчі механізми, які б дозволили зменшити негативний вплив російської пропаганди та антизахідної риторики в умовах гібридної агресії РФ проти України.

ПРИЧИНИ ТА ІНСТРУМЕНТИ АНТИЗАХІДНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ КАМПАНІЙ В УКРАЇНІ

Антизахідні та антиліберальні пропагандистські нарративи вперше набули масштабного вжитку після біполярного поділу світу на два конкуруючі табори: ліберально-демократичний та соціалістичний. Конкуренція за світову першість між двома основними геополітичними гегемонами — США та СРСР — супроводжувалася активним використанням пропаганди з обох боків, ефективності якої сприяв активний розвиток інформаційних технологій. Припинення існування Радянського союзу в 1991 році та оголошення євроінтеграційного вектору розвитку частиною колишніх радянських республік було хибно сприйнято політичними елітами Заходу як умовна перемога ліберально-демократичного суспільно-політичного устрою, яку американський філософ Френсіс Фукуяма символічно назвав «кінцем історії».

Однак, із становленням президентства Володимира Путіна Росія почала активніше просувати свої національні інтереси на міжнародній арені та активно сприяти залежності від неї колишніх радянських республік, не виключенням була і Україна. У офіційну риторику влади РФ знову увійшли тези про недружні дії з боку Заходу, США та НАТО. Разом з тим, Росія висловлювала претензії на геополітичну зону впливу колишнього СРСР, тому цілком зрозуміло, що для путінського політичного режиму стало характерним використання антизахідної та антиліберальної риторики як одного із головних елементів державної пропаганди РФ. Державний контроль за медіа, жорстка цензура згідно з державною пропагандою дозволяють режиму Володимира Путіна не тільки тривалий проміжок часу зберігати статус-кво його режиму, а й формувати позитивне ставлен-

ня населенням РФ агресивній геополітичній політиці Путіна. Крім того, путінський режим сприяє активному «експорту» нарративів своєї пропаганди як у колишні держави, які входили до складу СРСР, так і країни своїх геополітичних конкурентів.

Варто відзначити, що антизахідна пропаганда часто використовує метод зображення колективного ворога — абстрактний «Захід», США, МВФ чи транснаціональний капітал.

Однак, для підвищення психологічного ефекту, антизахідна риторика також персоніфікує об'єкти своєї пропаганди. Зокрема, для різних країн, чия влада використовує антиліберальну риторику, зручною постаттю для пропаганди став американський фінансист, мільярдер та прихильник теорії відкритого суспільства Джордж Сорос. Крім того, Сорос відомий своєю активною підтримкою розвитку демократичних цінностей та ринкових реформ у «закритих» — авторитарних та напівавторитарних — суспільствах, на що бізнесмен витрачає сотні мільйонів доларів. Тому антиліберальні інформаційні кампанії часто зосереджуються на особі Сороса, а влада таких держав намагається різними методами протидіяти діяльності його фондів на території своїх країн.

Зокрема, один з перших серед національних лідерів активну «антисоросівську» риторику ще у 1990-х роках почав використовувати тогочасний прем'єр-міністр Словаччини Владімір Мечіар, бажаючи перешкодити діяльності неурядових громадських організацій, які підтримував Джордж Сорос. У той час на словацькому державному телебачен-

ні такі громадські організації таврувалися «агентами ЦРУ». «Антисоросівську» риторику активно використовували державні ЗМІ РФ під час висвітлення президентських виборів у Грузії 2004 року. Тоді фундації Сороса підтримували проєвропейського кандидата Міхаеля Саакашвілі, який і здобув перемогу на виборах. Цікаво, що навіть у США того самого 2004 року відбувалася демонізація Джорджа Сороса, який публічно протистояв намірам Джорджа Буша вдруге обрватися президентом США.

Для української політики «антизахідна» та навіть «антисоросівська» інформаційні кампанії не є явищем кількох останніх років, їх фіксували ще українські журналісти у 2003–2004 роках. Тоді ЗМІ оприлюднили вказівки — так звані «темники» — від тогочасного глави Адміністрації президента Кучми Віктора Медведчука,¹ у яких він дає рекомендації редакції підконтрольних йому ЗМІ створити негативний інформаційний фон перед візитом Джорджа Сороса в Україну. Розповсюдження фейкової інформації про Сороса, а також пов'язування його імені зі спонсорванням опозиції в обличчі Віктора Ющенка, сприяння революцій та «меркантильні» наміри щодо країн, де відбувається діяльність його фондів — всі ці нарративи стали стрижневими тезами «антиліберальної» пропаганди в Україні. Можна припустити, що тоді їх використання Віктором Медведчуком було спрямоване не лише на формування негативного образу Сороса, який став публічним противником Леоніда Кучми після вбивства журналіста Георгія Гонгадзе, але й на сприяння подальшій інтенсифікації україно-російських відносин та відмову від обрання Україною європейського вектору розвитку.

Аналіз основних нарративів антиліберальної пропаганди, яка розгорталася в Україні в 2003–2004 роках, та порівняння їх із сучасними прикладами антизахідних інформаційних кампаній, дозволяє дійти висновку, що сутність антиліберальної риторики залишається незмінною протягом майже двох десят-

ків років. Цю тезу підтверджує дослідження ГО «Інтерньюз-Україна» та «UkraineWorld»,² у якому було зібрано та проаналізовано 5 найпопулярніших антизахідних нарративів в українському інформаційному просторі за підсумками першого півріччя 2020 року.

Зокрема, найбільш популярним були нарративи, сформовані таким чином: «Джордж Сорос має численних слуг в Україні, так званих «соросят». Відповідний нарратив був зафіксований у 79811 повідомленнях у всіх медіа та соцмережах (708 джерел). Наступним за популярністю у антизахідній риториці був меседж «Україна перебуває під зовнішнім управлінням». Цей нарратив, який вже давно можуть чути українці, був зафіксований у 12678 повідомленнях (484 джерел). На третьому місці у антизахідній риториці теза — «українську землю розпродадуть». У першому півріччі 2020 року цей нарратив зустрічався у 6110 повідомленнях (484 джерел). Далі йде проста, але емоційна «думка» про те, що «МВФ поневолив Україну». Її можна було побачити у 2460 повідомленнях у понад 300 ресурсів. На п'ятому місці — «США курує медіа, активістів і політиків України», дослідники зафіксували цей нарратив у 1751 повідомленні на 142 ресурсах. Тож, результати дослідження 2020 року та порівняння їх з основними тезами «антисоросівської» кампанії у 2003–2004 роках не тільки підтверджують незмінність таких нарративів, але й вказують на їх ідентичність із нарративами російської державної пропаганди. Це є черговим свідченням використання антизахідної риторики як елементу гібридної агресії РФ проти України.

Також варто звернути увагу на ще одну особливість антизахідної риторики в Україні, яка вказує на її приналежність до масштабної сітки — російської державної пропаганди. Мова йде про цілковиту синхронізованість між пропагандистськими повідомленнями

¹ Source: <https://www.pravda.com.ua/rus/news/2004/03/24/4377792/>

² Source: <https://ukraineworld.org/articles/infowatch/5-most-popular-anti-western-narratives-ukraine-so-far-2020>

у російських державних ЗМІ та напрямками антиліберальної інформаційної кампанії в Україні. Зокрема, результати щомісячного моніторингу ГО «Детектор медіа»³ українських ЗМІ на предмет проникнення російської державної пропаганди дозволяють стверджувати, що між повідомленнями у російських державних ЗМІ та українських медіа, що ретранслюють їх, проходить 1–3 дні. Отже, можна стверджувати, що частина українських медіа сприяє синхронізації російського та українського інформаційного простору.

Також аналіз результатів даного дослідження дозволяє дійти висновків про системність розповсюдження російської державної пропаганди в інформаційному просторі України. Таким чином, сегмент українського інформаційного простору постійно наповнений повідомленнями про «нестабільність», «зовнішнє управління», «слабку владу» на тлі позитивного висвітлення політики РФ. Крім того, можна відзначити, що крім ретрансляції генеральних ліній російської державної пропаганди відносно України, агенти інформаційного впливу РФ в Україні також зосередженні на інтерпретаціях окремих подій з російського або міжнародного порядку денного, ідеологічна обробка та розповсюдження яких важлива для пропаганди РФ в Україні. Зокрема, яскравими прикладами чого стали елементи російської пропаганди

у висвітленні в українському медіа-просторі подій, пов'язаних із отруєнням російського опозиціонера Олексія Навального чи протестами у Білорусі проти порушень на президентських виборах. Отже, російська пропаганда в Україні транслює як постійні нарративи у межах антиліберальної інформаційної кампанії, так і реагує на окремі інформаційні виклики, які інтерпретуються згідно меседжів російської державної пропаганди.

У цілому, синхронізація повідомлень, спільність їх тем дозволяє забезпечити ефект спільного інформаційного простору та спільного порядку денного РФ та України. Водночас пропагандистський характер таких антизахідних кампаній сприяє формуванню позитивного образу РФ серед українців, а також формує у них підтримку вигідного РФ політичного порядку денного в Україні.

Попри незмінне сутнісне наповнення нарративів антиліберальної риторики в Україні, варто відзначити, що динамічними темпами відбувається розширення інструментів комунікації та форм подачі подібної риторики в українському інформаційному просторі. Російська пропаганда в українському медіапросторі розповсюджується за допомогою «традиційних» медіа (ТВ, радіо), інтернет-ЗМІ, а також на різних інтернет-платформах та в соціальних мережах.

3 Source:

https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/183967/2021-01-13-zaguglena-propaganda-oglyad-pronyknennya-rosiyskoi-propagandy-v-ukrainskyi-mediaprostir-u-grudni-2020-roku/
https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/183481/2020-12-19-adaptyvna-propaganda-abo-vdarymo-suputnykom-v-po-taborakh-smerti/
https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/182568/2020-11-17-kremlivska-vaktsyna-vid-koronavirusu-ie-a-vid-demokratii-nemaie-oglyad-pronyknennya-rosiyskoi-propagandy-v-ukrainskyi-mediaprostir-u-zhovtni-2020-go/
https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/181131/2020-09-30-viyna-i-russkyi-myr-oglyad-pronyknennya-rosiyskoi-propagandy-v-ukrainskyi-mediaprostir-u-veresni-2020-go/
https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/180777/2020-09-19-usya-kremlivska-rat-oglyad-pronyknennya-rosiyskoi-propagandy-v-ukrainskyi-mediaprostir-u-serpni-2020-roku/
https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/179766/2020-08-18-pereplutaly-minsk-iz-kyievom-oglyad-pronyknennya-rosiyskoi-propagandy-v-ukrainskyi-mediaprostir-u-lypni-2020-roku/
https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/178755/2020-07-14-prolog-do-ulytmatumu-oglyad-pronyknennya-rosiyskoi-propagandy-v-ukrainskyi-informatsiyny-prostir-u-cheretni-2020-roku/
https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/178029/2020-06-17-putin-revnuie-zelenskomu-bude-ne-smishno-oglyad-pronyknennya-rosiyskoi-propagandy-v-ukrainskyi-mediaprostir-u-travni-2020-roku/
https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/176911/2020-05-05-komu-prysnylysya-drugyy-chornobyl-i-biologichna-zbroya-na-donbasi/
https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/176362/2020-04-14-ukrainu-chekayut-defolt-i-gumanitarna-katastrofa-oglyad-pronyknennya-rosiyskoi-propagandy-v-ukrainskyi-mediaprostir-u-berezni-2020-roku/
https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/175180/2020-03-01-putin-vykreslyv-zelenskogo/
https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/174637/2020-02-11-zelenskyi-dav-zdachi-paradu-ne-bude/

Зокрема, один з лідерів партії «Опозиційна платформа — За життя» Віктор Медведчук у червні 2019 року став бенефіціаром медіа-холдингу «Новини», до складу якого менш ніж за рік увійшло три суспільно-політичні канали: «112 Україна», «NewsOne» та «ZIK» із сукупною часткою телеэфіру близько 3 %. Купівлю відразу декількох телевізійних каналів за відносно невеликий проміжок часу з боку оточення Віктора Медведчука можна пояснити саме необхідністю розширення інструментів комунікації для ретрансляції російської пропаганди та здійснення інформаційної підтримки для виборчої кампанії на позачергових виборах до Верховної Ради у 2019 році. Ця теза підтверджується результатами соціологічного дослідження, проведеного у вересні 2020 року, на предмет медійних уподобань українців.⁴ Результати дослідження підтверджують наявність прямої кореляції із вибором людини телевізійного каналу та його політичними вподобаннями.

Так, соціологи вказують, що виборці партії «Опозиційна платформа — За життя» частіше висловлюють довіру телеканалам «112 Україна (34 %) та NewsOne (33 %), також ідеологічно близьким — «Інтеру» (25 %) та «Україні» (24 %). Крім того, можна відзначити, що телеканали зі структури медіа-холдингу «Новини» Віктора Медведчука у 2020 році увійшли до десятки найпопулярніших телеканалів України: на шостому місці — «112 Україна» (21,3 %), на сьомому — «NewsOne» (14,3 %) та на восьмому — «ZIK» (11,9 %). Також можна наголосити на негативній тенденції щодо збільшення довіри українців до телеканалів, власниками яких є відкриті симпатки політики РФ. Зокрема, за рік з 2019 до 2020 довіра до «112 Україна» збільшилася з 8 % до 12 %, до «NewsOne» — з 3 % до 9 %, до ZIK — теж з 2 % до 6 %.

Результати діяльності медіа-холдингу «Новини» як одного з головних інструментів по-

ширення російської державної пропаганди в Україні має чіткий практичний вимір у вигляді другого місця політичної партії ОПЗЖ Віктора Медведчука на парламентських виборах 2019 року. Як наслідок, в українському парламенті опинилася друга за більшістю фракція, депутати якої не тільки є джерелами антиліберальної риторики, але й активними інструментами впливу на прийняття державних рішень.

Крім того, моніторинг проникнення наративів російської антиліберальної кампанії в Україні засвідчує широке використання популярних соціальних мереж, а також інших онлайн-майданчиків. Так, найбільш популярними майданчиками для розповсюдження антиліберальних меседжів є соціальна мережа «Facebook» та відео-хостинг «YouTube». Згідно з моніторингом, на них протягом перших півроку 2020 було зафіксовано 304,5 тисячі (у «Facebook») та 380,5 тисячі (у «YouTube») повідомлень, які містять наративи антизахідної риторики російської пропаганди.⁵ Для поширення російської пропаганди також використовуються такі соціальні мережі як «Вконтакте» та «Twitter», на яких було зафіксовано 67,7 тисячі та 29,9 тисяч антизахідних повідомлень відповідно. Отже, лише за перше півріччя 2020-го у найбільш популярних серед українців соціальних мережах було опубліковано майже 800 тисяч повідомлень (або більш ніж 2,4 тисячі на добу), що містять антиліберальні меседжі російської державної пропаганди. Таким чином, можна дійти висновку, що російська пропаганда активно використовує соціальні мережі для просування своїх наративів.

Здійснення впливу на політичний порядок денний та, як кінцева та бажана мета, вплив на прийняття державних рішень є головними цілями проведення антизахідної інформаційної кампанії РФ в Україні. Цю тезу підтверджує моніторинг наративів антизахідної пропаганди в Україні. Зокрема, помітною є

⁴ Source: <https://dif.org.ua/article/yak-zminilisya-upodobannya-ta-interesi-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislya-viboriv-2019-r-ta-pochatku-pandemii-covid-19>

⁵ Source: <https://ukraineworld.org/articles/infowatch/5-most-popular-anti-western-narratives-ukraine-so-far-2020>

кореляція між розгортанням тих чи інших антиліберальних меседжів із актуальним політичним порядком денним в Україні. Зокрема, спалах «антисоросівської» риторики був зафіксований у січні — березні 2020 року, як раз у період кризи та подальшої відставки уряду Олексія Гончарука. Також антиліберальна пропаганда активніше включалася у періоди розгляду у Верховній Раді закону щодо обігу земель сільськогосподарського призначення — тоді основними наративами антизахідної риторики були «скупка іноземним капіталом української землі» тощо. Також російська пропаганда в Україні створювала негативний фон переговорам українського уряду з МВФ про укладання нової програми співпраці, тоді російська пропаганда більше говорила про «зовнішній контроль» над Україною, «слабкість влади» тощо.

Тож, націленість антиліберальної кампанії у межах російської державної пропаганди на досягнення конкретного результату у вигляді формування вигідної РФ суспільної думки в Україні, а також здійснення інформаційного тиску задля впливу на прийняття державних рішень, зумовлюють необхідність з боку РФ постійно розширювати свою присутність в українському медіа-просторі. Інформаційна війна вже зарекомендувала себе як ефективний інструмент російської гібридної агресії проти України. Але для більш глибокого розуміння причин та сутності антиліберальної інформаційної кампанії в Україні слід детально проаналізувати її основних вигодонабувачів, їх цілі та мотиви.

ОСНОВНІ БЕНЕФІЦІАРИ АНТИЛІБЕРАЛЬНИХ КАМПАНІЙ В УКРАЇНІ, ЇХ ЦІЛІ ТА МОТИВИ

Антиліберальна риторика є невід'ємною складовою російської державної пропаганди, тому її окремі тези та наративи з різним ступенем інтенсивності використовувалися в Україні протягом всього періоду незалежності нашої країни. Зокрема, серед представників української влади перших років незалежності України було багато вихідців з різних рівнів КПРС, тому у період 1990-х років антиліберальна та антизахідна риторика в Україні, хоч і була системною для окремих політичних сил, але не мала масштабів, які би могли порівнятися з сучасними антиліберальними інформаційними кампаніями в Україні. Одним з перших прикладів використання антиліберальної риторики в Україні на догоду політичним інтересам РФ було висвітлення російськими ЗМІ та проросійськими політиками протестів на Майдані Незалежності у 2004 році. Однак, принципово нового значення російська державна пропаганда, зокрема і її антизахідні наративи, почали грати лише під час протестів на Майдані Незалежності 2013–2014 років, а також із незаконною анексією АР Крим та розгортанням бойових дій на сході України з боку РФ. Саме затяжний воєнний конфлікт на Донбасі та тривалий процес реформ, який має здійснити Україна на шляху до євроатлантичної інтеграції, і зумовлюють необхідність розгортання з боку РФ масштабної інформаційної кампанії проти України, яка стала ефективним інструментом у межах гібридної агресії РФ.

Затяжний характер конфлікту між РФ та Україною, використання міжнародним співтовариством санкційної політики відносно РФ як форми стримування агресії Росії та примусу її до повернення у межі міжна-

родного права, роблять застосування інформаційних кампаній у межах державної пропаганди РФ одним з найбільш ефективних інструментів у гібридній агресії РФ проти України. Зокрема, ключовим фактором, який забезпечує ефективність застосування інформаційних кампаній РФ, є саме наявність достатнього часового ресурсу, яким володіє російська пропаганда в Україні. Неможливість РФ досягти бажаного результату в Україні внаслідок відкритої військової агресії та спробах примусу української влади всупереч національним інтересам України пристати на російський сценарій унормування російсько-українських відносин дозволяє сконцентруватися на досягненні поставлених цілей за допомогою проведення системної інформаційної війни відносно України.

Генеральна мета проведення інформаційних кампаній відносно України повністю корелює з офіційною російською політикою щодо України. Якщо суть російської політики можна спростити до тези «повернення України до зони беззаперечного впливу РФ», то суть та мета інформаційної війни РФ відносно України слугує досягненню тих самих цілей. Однак, порівняно з відкритою воєнною агресією, інформаційну війну РФ проти України можна віднести до категорії «soft power» за методом впливу, але не за її ефективністю. Більше того, поєднання політичних та економічних заходів РФ проти України, підтримка воєнного конфлікту на території України, а також розгортання широкомасштабної інформаційної війни проти України суттєво підвищує шанси на успішне досягнення генеральної цілі РФ відносно України — повернення України до зони беззаперечного впливу РФ.

Аналіз російської державної пропаганди в Україні дозволяє дійти висновку про існування трьох головних спрямувань у межах інформаційної війни:

1. **Формування позитивного образу РФ та її політики;**
2. **Формування негативного образу геополітичних опонентів РФ та міжнародних партнерів України;**
3. **Поширення токсичних або деструктивних інформаційних повідомлень про події в Україні.**

1 Так, перша група проросійських наративів фокусується на формуванні позитивного образу РФ та її політики.

Зокрема, до «проросійських» наративів російської пропаганди в Україні можна віднести такі тези, які інтерпретують деструктивну поведінку влади РФ у миробудівному процесі на Донбасі як раціональну, виправдовують її злочини на тимчасово непідконтрольній українському уряду територіях України, популяризують цінності, притаманні так званому «русському миру».

Із поширенням пандемії COVID-19 та актуалізації питання розробки вакцини проти цього вірусу, РФ презентувало світу «першу» вакцину проти ковіду «Sputnik V», яка на той момент не пройшла всіх необхідних етапів лабораторних випробувань. Однак, російська державна пропаганда розгорнула масштабну інформаційну кампанію по всьому світу, зокрема і в Україні, яка розповсюджувала фейки проти вакцин-конкурентів, а також формувала позитивне сприйняття російської вакцини. The New York Times, посилаючись на дослідників та офіційних представни-

ків Держдепартаменту США, повідомляли, що РФ за допомогою своїх міжнародних ЗМІ «Russia Today» і «Sputnik» здійснює масштабну дезінформаційну кампанію проти американських вакцин від коронавірусу «Moderna» і «Pfizer», натомість, просуваючи російський аналог вакцини — «Sputnik V».⁶ При цьому представники медіа відзначають, що дезінформаційна кампанія була спрямована на країни, з якими РФ вела перемовини про постачання своєї вакцини. Варто відзначити, що така дезінформаційна кампанія принесла бажані для РФ результати, враховуючи підписання урядом Мексики угоди з РФ про постачання мільйонів доз російської вакцини.

Україна не була виключенням серед країн, де РФ розгорнула інформаційну кампанію на тему пандемії та вакцинації. Зокрема, російська пропаганда була зосереджена на поширенні тез про те, що «українська влада не зможе забезпечити вакцинацію населення», що «відмова української влади від російської вакцини — геноцид власного народу», а також популяризації російської вакцини, якою особисто щепився один з лідерів партії «Опозиційна платформа — За життя» Віктор Медведчук. Також можна відзначити, що згідно результату моніторингових «Детектор Медіа», тема «вакцинації» була однією з найпоширеніших напрямків російської пропаганди в українському медійному просторі у листопаді та грудні 2020 року.⁷ І хоча подібні наративи російської пропаганди були актуальні для України із самого початку пандемії, зафіксований дослідниками пік у розгортанні дезінформації на тему вакцинації збігається із проведенням в РФ кампанії з вакцинації вітчизняною вакциною. Тож, можна припустити, що бажаною метою російської пропаганди у даному

⁶ Source: <https://www.nytimes.com/2021/02/05/technology/russia-covid-vaccine-disinformation.html>

⁷ https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/183481/2020-12-19-adaptyvna-propaganda-abo-vdarymo-sputnykom-v-po-taborakh-smerti/
https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/183967/2021-01-13-zaguglena-propaganda-oglyad-pronyknennya-rosiyskoi-propagandy-v-ukrainskyy-mediaprostir-u-grudni-2020-roku/

випадку було формування позитивного образу влади РФ, яка «дбає про свій народ», та українську владу, яка «через політичні чинники відмовляється закупувати російську вакцину, чим прирікає свій народ на смерть». Тож, це є черговим свідченням використання Росією інформаційних війн як одного з головних елементів гібридної агресії проти України.

2 Наступну групу тез російської пропаганди в Україні об'єднують «антизахідні» та «антиліберальні» наративи.

Вони сфокусовані на формуванні негативного образу «Заходу» як загального поняття, так і концентруються на його окремих відомих представниках або інституціях — США, МВФ, ЄС, Байден, Сорос тощо — і нав'язують їм негативні, переважно персонально-корисливі, дії, які шкодять інтересам народу України. Також розповсюдженими серед антизахідних наративів російської пропаганди є тези про «відсутність суверенітету України», «зовнішнє керування країною», корисливими у даному випадку зображуються інтереси транснаціональних компаній, «глобальний капітал». Важливою характерною особливістю антизахідних наративів російської пропаганди в Україні є їх поширення на українських політиків і громадських діячів. У межах російської пропаганди таким діячам приписують просування «шкідливих» для країни та народу ініціатив чи реформ з мотивом отримання «грошей від Заходу». Як правило, подібні «антизахідні» наративи російської пропаганди поєднуються з «проросійськими», що створює необхідний емоційний контраст у глядача.

Варто відзначити, що, як і для всієї російської пропаганди в цілому, «антизахідним» наративам властиво змінюватися в пошуках найбільш влучних методів подачі та формування яскравих пропагандистських образів, доступних

масовому глядачу. До початку російської агресії в Україні для української «антизахідної» риторики було властиво розмежування термінології відносно проєвропейські налаштованих українських політиків та представників неурядових громадських організацій, які отримують фінансування від західних донорів. Але після активного застосування російської інформаційної війни проти України як елементу гібридної агресії «антизахідні» наративи в Україні також почали більш динамічно розвиватися. Суттєво на це вплинуло повернення Віктора Медведчука в українську політику у 2014 році, а також формування ним власного медіа-холдингу «Новини» у 2019 році. Примітно, що після початку функціонування медіа-холдингу Віктора Медведчука в український політичний дискурс знову увійшов термін «соросята», який об'єднує у собі як проєвропейськи налаштованих українських політиків, так і представників громадського сектору, які фінансуються західними донорами. Такий термінологічний розвиток в антизахідній риториці російської пропаганди дозволяє формувати у глядача уявлення про вплив інших країн на Україну як більш масштабне явище, яке об'єднує одразу весь пул конкуруючих політичних та громадських сил. А формування терміну від імені Джорджа Сороса в інтерпретації російської пропаганди надає негативне емоційне навантаження глядачам від представників «соросят».

3 Третя група тез російської пропаганди, яка поширюється в Україні, об'єднуються «деструктивними» наративами.

Вони покликані демонструвати глядачеві неспроможність української влади протистояти актуальним суспільно-політичним викликам у країні та забезпечити матеріальний добробут власного населення. Також у межах «деструктивних» наративів розповсюджують

ся фейкові інформаційні повідомлення та проводяться скоординовані дезінформаційні кампанії.

Так, яскравим прикладом системної дезінформаційної кампанії з боку РФ з використанням «деструктивних» наративів можна вважати висвітлення російською пропагандою катастрофи зі збиттям пасажирського літака Boeing 777 біля окупованого Донецька у 2014 році. Тоді дезінформаційна кампанія з боку РФ була покликана заплутати світову спільноту у фактах катастрофи та відволікти увагу від прямої причетності Росії та її відповідальності за дану катастрофу. Зокрема, результати спільного журналістського розслідування The Insider і Bellingcat⁸ свідчать про організацію, фінансування та подальшу координацію з боку ГРУ РФ дезінформаційної кампанії відносно катастрофи MH-17. Для цього було створено Bonanza Media, яка розповсюджувала фейкові інформаційні повідомлення про катастрофу під виглядом висвітлення альтернативних точок зору на цю трагедію.

Однак, окрім спланованих та системних дезінформаційних кампаній важливу роль в ефективності російської пропаганди відіграють щоденні інтерпретації актуальних подій в українському суспільно-політичному житті з точки зору російської пропаганди. Постійна раціональна та ірраціональна критика дій української влади у поєднанні з емоційно забарвленою подачею матеріалу робить постійного глядача пропагандистських ЗМІ більш налаштованим до сприйняття системних дезінформаційних кампаній, які є більш важливими та корисними для політичного режиму РФ.

Аналіз застосування різних наративів «антизахідної» інформаційної кампанії РФ в Україні дозволяє стверджувати, що одночасне поєднання різнобічних наративів російської про-

паганди — «проросійських», «антизахідних» та «деструктивних» — може підвищити ефективність її застосування та можливостей досягати бажаної мети — впливати на державні рішення в Україні. Ця трійка головних наративів російської державної пропаганди в Україні охоплює весь необхідний емоційний спектр глядачів, що безпосередньо впливає на їх позитивне ставлення до російської влади та її політики. Ця теза корелює із результатами соціального опитування 2020 року, які зафіксували чітке регіональне розмежування у відповідях українців на питання щодо відповідальності за початок війни на Донбасі.⁹ Зокрема, **соціологи вказують, що у західному макрорегіоні України частка тих, хто покладає на Росію відповідальність за початок війни, становить 92 %, у центральному — 70 %, у південному — 36 %, у східному — 29 %. І навпаки, частка тих, хто вважає відповідальними український уряд та олігархів на сході найвища — 44 %, на півдні — 25 %, у центрі — 16 %, на заході — 2 %. Тож, такі результати соціального опитування засвідчують ефективність проведення інформаційного аспекту гібридної агресії РФ проти України.**

Російську Федерацію безперечно можна вважати головним вигодонабувачем від проведення «антизахідних», «антиліберальних» інформаційних кампаній на території України, які є частиною російської державної пропаганди. Путінський режим мотивований здійснювати інформаційний вплив на Україну та світове співтовариство, які зарекомендували себе як ефективний інструмент просування інтересів РФ у внутрішньому порядку денному суверенних держав. Глобальною метою РФ відносно України є повернення її до зони свого виключного впливу та визнання цього неформального геополітичного права на міжнародній арені. Задля досягнення цієї мети, РФ здійснює інформаційний вплив не тільки на території України, але й на території держав своїх союзників та міжнародних партнерів України. «Експортні»

⁸ Source: <https://theins.ru/politika/236808>

⁹ Source: <https://dif.org.ua/article/yak-zminilisya-upodobannya-ta-interesi-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislya-viboriv-2019-r-ta-pochatku-pandemii-covid-19>

наративи російської державної пропаганди на території міжнародних партнерів України зводяться до просування образу України як недоговороздатної країни, влада якої не може самостійно вирішити проблеми через корупцію, а от РФ буцімто зможе забезпечити стабільність у регіоні.

Аналіз головних інформаційних джерел, які на території України продукують «антиліберальні» наративи російської державної пропаганди, дозволяють стверджувати, що існує принаймні дві умовні групи в їхній загальній масі, які характеризуються різною персональною мотивацією власників відповідних медіа-ресурсів та інших засобів комунікації. Тож можна виділити існування умовної «ідейно-бізнесової» та «бізнесової» груп, які поширюють «антиліберальні» наративи в українському медійному просторі. При цьому умовний розподіл на такі групи корелює також і з використанням риторики з різних наративів російської пропаганди.

«Ідейно-бізнесова» група характеризується наявністю у їх бенефіціарів стійких та тривалих бізнесових/ділових/політичних/культурних інтересів у РФ або їх персональні інтереси напряму залежать від ступеню інтеграції україно-російських відносин. Для такої групи властивим є використання всього спектру наративів російської державної пропаганди в Україні, включно з формуванням позитивного образу РФ та просуванням вигідного Кремлю політичного порядку денного в Україні. При цьому варто наголосити на наявності персонального інтересу від тісної взаємодії з РФ, яка може полягати як у прямій залежності від російського фінансування, спільності бізнесових інтересів із впливовими політиками і бізнесменами в РФ, так і в проведенні проросійської політики як засобу повернення політичної влади колишніми та чинними українськими політиками. Тож «ідейно-бізнесовій» групі джерел та вигодонабувачів від просування російської державної пропаганди в Україні властиве використання як «проросійських» та «антизахідних», так і «деструктивних» наративів у публічній риторичі.



Найбільш відомим бенефіціаром «антизахідної» інформаційної кампанії в Україні, якого можна віднести до «ідейно-бізнесової» групи, є Віктор Медведчук. Один з лідерів партії «Опозиційна платформа — За життя» Медведчук є відкритим симпатиком проросійського вектору розвитку України, має персонально близькі стосунки із президентом РФ Володимиром Путіним, а також веде бізнесову діяльність переважно у РФ, в окупованому Криму та Україні. При чому варто відзначити залежність його основного бізнесу в Україні — паливного — від російської сировини. Тому поєднання ідеологічних переконань та бізнесових інтересів мотивує Віктора Медведчука просувати інтереси РФ в Україні.

Характерною особливістю медіа Віктора Медведчука є проведення окремих та системних інформаційних кампаній, спрямованих на підсилення наративів російської пропаганди. Наочним прикладом може слугувати проведення на телеканалі «ZIK» Віктора Медведчука марафону з темою «Тхне Соросом» у березні 2020 року. У той період медійні моніторинги фіксували до 1,5 тис «антиліберальних» наративів у телеефірах на добу. Крім того, медіа-контент для телеканалів Медведчука створюють переважно представники політичної сили ОПЗЖ чи близькі за поглядами політичні експерти. Так, партійці Медведчука влаштовують акції протестів під посольством США в Україні, що

висвітлюється ЗМІ з пулу медіа-холдингу «Новини». Найбільш активними в медійному плані зазвичай є всього декілька представників ОПЗЖ, які добре відомі постійному глядачеві медіа Віктора Медведчука, тому просування «антиліберальних» наративів сприймається з більшою довірою. Тож, найвправнішими контент-мейкерами для створення «антиліберальних» інформаційних кампаній можна вважати народних депутатів від ОПЗЖ Вадима Рабіновича та Іллю Киву.

Ще одним системним поширювачем наративів російської пропаганди серед представників чинної української влади є позафракційний народний депутат Андрій Деркач. Він проходив навчання у російській Академії ФСБ, а невдовзі після цього зайнявся публічною політикою в Україні, пропагуючи тісну взаємодію між Україною та Росією у якості народного депутата, починаючи з третього скликання Верховної Ради. При чому для публічної риторики Андрія Деркача властиве просування як «антизахідних», так і «проросійських» та «деструктивних» наративів російської пропаганди. Про особливу вагу Андрія Деркача у просуванні російських інтересів за кордоном свідчить також його активна залученість до дезінформаційної кампанії РФ під час виборів президента США, за що на нього було накладено персональні санкції США.¹⁰ Приклад Андрій Деркач є наочним свідченням використання з боку РФ методів інформаційного впливу своїми українськими агентами щодо внутрішніх питань не тільки українського порядку денного, а й стратегічних партнерів України.

Також до групи «ідейно-бізнесових» поширювачів наративів російської пропаганди в Україні можна віднести частину представників влади часів президентства Віктора Януковича.

Вони внаслідок перемоги Революції Гідності втратили державну владу та потенційний доступ до неї, а, отже, і доступ

до корупційних схем. Системними представниками цієї групи можна вважати Олександра Клименка, Андрія Портнова та Олену Лукаш, які після втрати влади у 2014 році стали постійними джерелами «антизахідних» наративів російської пропаганди в Україні.

Колишній міністр доходів і зборів України **Олександр Клименко** після втрати влади у 2014 році відразу розпочав спроби створити умови для її повернення, використовуючи підконтрольні йому медіа. Зокрема, медіа Клименка «Весті» (друковане видання, інтернет-ЗМІ та радіо) стало системним джерелом поширення наративів російської пропаганди в Україні. Також можна наголосити, що медіа Клименка окремо фокусуються на просуванні саме «антизахідних» та «антиліберальних» наративів російської пропаганди. Яскравим прикладом є стаття на «Весті.юа»,¹¹ у якій поширюються класичні «антизахідні» наративи, які зводяться до просування тез про корисливий інтерес іноземного капіталу та його представників в Україні.

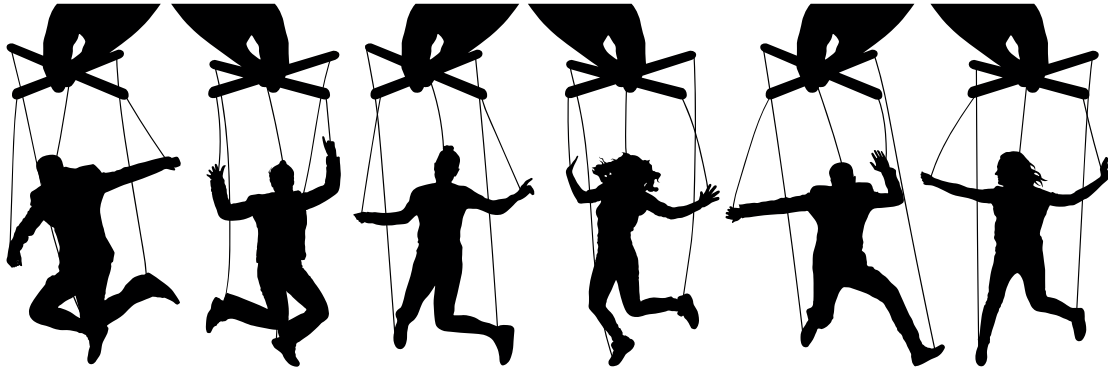
Також варто відзначити, що Олександр Клименко успішно просуває «антизахідні» наративи і у нових видах медіа-платформ. Зокрема, у 2017-му Клименко запустив проект «Klymenko Time», для якого головними медійними майданчиками став YouTube та Telegram. При чому у пік розквіту популярності Telegram в українській політиці — восени 2019 року — канал Klymenko Time був одним з найбільш цитованих.¹² Анонімність Telegram створює чудові умови для розповсюдження наративів російської пропаганди про події в Україні, а також сприймається з більшою довірою з боку аудиторії телеграм-каналів.

Колишній заступник глави Адміністрації президента Януковича Андрій Портнов та колишній міністр юстиції Олена

¹⁰ Source: https://pep.org.ua/media/documents/other_U.S.Department_Treasury_Derkach_sanctions_10.09.2020_EN.pdf

¹¹ Source: <https://vesti.ua/business/economics/soros-massovo-skupaet-ukrainskuyu-nedvizhimost-rassledovanie-vesti-ua>

¹² Source: <https://tgstat.com/>



Лукаш не володіють власними медіа, але постійно продукують наративи «антизахідної» пропаганди в ефірах медіа Віктора Медведчука. При чому для Портнова та Лукаш характерні концентрація здебільшого на «антизахідних» та «деструктивних» наративах російської пропаганди, ніж на «проросійських». Крім того, майданчиками для просування «антиліберальних» тез слугують також персональні сторінки цих діячів у популярних соціальних мережах. Зокрема, медіа-дослідження українських громадських активістів¹³ засвідчило активну координацію та підтримку між сторінками Андрія Портова та Олени Лукаш у Twitter з мережею російських ботів. Ця мережа активно поширювала дописи колишніх представників влади часів Януковича, позитивно відгукувалася про них у коментарях та агресивно відповідала людям з альтернативною точкою зору. Це, в свою чергу, дозволяє сформувати ефект популярності подібних думок серед начебто мешканців України.

Використання представниками влади часів Януковича «антизахідних» та «антиліберальних» наративів у публічній комунікації є їх методом впливу на публічну думку в Україні задля формування сприятливого електорального середовища для можливого повернення в українську політику. Тому використання ними «антизахідних», «деструктивних» та «проросійських» наративів російської пропаганди мотивовані персональним інтересом повернути свій високий соціально-політичний статус в Україні, що також відповідає і інтересам РФ.

Для наступної умовної групи поширювачів «антиліберальних» наративів російської пропаганди в Україні характерні мотиви здійснення подібних інформаційних кампаній з метою опору проведенню в країні ліберальних ринкових реформ.

Таким чином, головний мотив «бізнесової» групи поширювачів «антиліберальних» наративів є саме забезпечення вигідних умов ведення власного бізнесу на території України. Власне, для цієї групи властивим є мінімальне використання «проросійських» наративів, натомість, фокусуючись на «антиліберальних» та «деструктивних» наративах російської пропаганди. Вибір таких наративів зумовлений переважно особистою зацікавленістю власників медіа-холдингів просувати власні бізнесові інтереси за допомогою впливу на суспільну думку та політику.

Навпаки, «антиліберальна» риторика у виконанні медіа найбільших бізнесменів України концентрується на створенні позитивного образу саме бізнесу та його власника. Тому для «бізнесової» групи характерною особливістю є продукування «антиліберальної» риторики, яка зображує олігархів у позитивному образі представників національного капіталу, який створює робочі місця і забезпечує формування ВВП країни, чому, за легендою, заважає «Захід», який вимагає проведення ринкових реформ в Україні. Тим не менш, продукування «бізнесовою» групою «антиліберальних» та «деструктивних» наративів в українському суспільстві цілком відповідають і інтересам РФ в Україні.

¹³ Source: <https://ukraineworld.org/articles/infowatch/fake-fans>



Найбільш вагомим представником українського бізнесу, який системно продукує «антиліберальні» наративи в українському медіа-просторі, можна вважати одного з лідерів неформальної фінансово-промислової групи «Приват» **ІГОРЯ КОЛОМОЙСЬКОГО**. Для нього, як і для більшості представників великого бізнесу в Україні, властивим є здійснення впливу на політику та прийняття державних рішень на користь своїх бізнес-інтересів, використовуючи для цього підконтрольні медіа. Тому поширення «антиліберальних» наративів здебільшого спрямовується проти тієї чи іншої реформи, яка суперечить інтересам власника медіа. Це притаманно для медіа як Ігоря Коломойського, так і для медіа Ріната Ахметова та Дмитра Фірташа.

Однак, саме Ігор Коломойський здійснює постійне та системне поширення «антиліберальних» наративів російської пропаганди. Зокрема, Ігор Коломойський має серйозну персональну зацікавленість у припиненні тісної співпраці між Україною та її західними партнерами. Насамперед, Коломойський концентрується на протидії співпраці України з МВФ, через вимоги якого був націоналізований «ПриватБанк» Коломойського. Олігарх продовжує вести судові процеси за право повернути собі банк у приватну власність. Більше того, Ігор Коломойський зацікавлений у забез-

печенні свого захисту від кримінального переслідування в США, де йому інкримінують відмивання виведених з «Приват-Банку» коштів.

Задля забезпечення вигідних бізнесових умов, Ігор Коломойський здійснює інформаційні кампанії, які спрямовані, переважно, на протидію проведенню українською владою ринкових ліберальних реформ в економічній сфері. Зокрема, Ігор Коломойський активно протидівав прийняттю закону про обіг земель сільськогосподарського призначення в Україні, реформі банківського сектору щодо запровадження корпоративної системи керівництва тощо. Однак, для Ігоря Коломойського також властиво здійснювати інформаційні кампанії не тільки задля впливу на український уряд, але й на владу та суспільство закордонних країн. Найбільш гучною можна вважати інформаційну кампанію щодо розповсюдження тез про нібито втручання України у вибори президента США у 2016 році, а також про «корупційний інтерес» окремих представників Демократичної партії США в Україні.

Варто відзначити, що у цьому кейсі близький до Ігоря Коломойського народний депутат **Олександр Дубінський** та колишній прокурор **Костянтин Кулик** реалізовували інформаційну кампанію щодо втручання в хід виборів президента США у 2020 році спільно з **Андрієм Деркачем**, за що також опинилися у списках американських санкцій.¹⁴ Скоординована діяльність між Дубінським, Куликом та Деркачем є свідченням спільних інтересів між Ігорем Коломойським та відкритими агентами впливу РФ в Україні. При чому в Ігоря Коломойського ключовим мотивом є його персональний захист та забезпечення зручних умов для ведення бізнесу, а не зміна зовнішньополітичного курсу України у бік тісної інтеграції з РФ. Тим не менш, підтримка Коломойським «антиліберальних» інформаційних кампаній задля персональної вигоди відповідає інтересам РФ в Україні.

¹⁴ Source: <https://home.treasury.gov/policy-issues/financial-sanctions/recent-actions/20210111>



Серед фігурантів санкційного списку США також варто виділити Андрія Теліженка. Колишній працівник посольства України в США Теліженко є яскравим прикладом «бізнесової» групи поширювачів наративів російської пропаганди. Зокрема, CNN у 2020 році повідомляв,¹⁵ посилаючись на редактора українського англomовного журналу Odessa Review Владислава Давидзона, що **АНДРІЙ ТЕЛІЖЕНКО** пропонував гроші, щоб американські сенатори-республіканці Ренд Пол і Ліндсі Грем лобювали інтереси українських телеканалів «112 Україна» та NewsOne.

З огляду на те, що Андрій Теліженко не є власником великого бізнесу, захист якого міг би мотивувати його, можна припустити, що його мотивацією втручати у хід виборів президента США у 2020 році слугував персональний бенефіт. Тривалість та регулярність «антиліберальної» та «деструктивної» риторики з боку Андрія Теліженка вказує, що він є системним промоутером наративів російської пропаганди в Україні.



Ще одним системним розповсюджувачем наративів російської пропаганди в Україні є відео-блогер **Анатолій Шарій**. Він був відомий своїми проросійськими поглядами ще під час роботи журналістом у виданнях «From-UA» та «Обозреватель», а невдовзі після еміграції з України у 2012 році започаткував свій проект у «YouTube». Згідно з результатами моніторингу,¹⁶ Анатолій Шарій використовує свої персональні сторінки у соціальних мережах та інтернет-блоги для просування тез російської пропаганди.

Реальним результатом системного продукування «антиліберальних» наративів російської пропаганди стало утворення «Партії Шарія» та її участь у позачергових виборів до Верховної Ради у 2019 році. Тоді політичний проект Анатолія Шарія не зумів подолати прохідний бар'єр, але здобув 2,2 % голосів по країні. Хоч «Партія Шарія» не змогла провести своїх членів до Верховної Ради, результат виборів дозволяв їм претендувати на отримання державного фінансування партії. Крім того, «Партія Шарія» брала участь і на місцевих виборах 2020 року, зумівши провести 52 своїх представників у місцеві ради.¹⁷

¹⁵ Source: <https://edition.cnn.com/2020/03/14/europe/andrii-telizhenko-ukraine-biden-giuliani-intl/index.html?fbclid=IwAR02ys8apQEVpBTn5gmzcKd3G629ZlphWC42WNoa7S15Fbpa8HDSNIHxTw>

¹⁶ Source: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/23299/2019-08-07-khto-takyy-shariy-vid-ukrainskogo-zhurnalista-do-populyarnogo-blogera-ta-prorosiykogo-polityka/>

¹⁷ Source: https://www.cvk.gov.ua/pls/vm2020/pvm002pt001f01=695pt00_t001f01=695.html

Варто відзначити, що Анатолій Шарій та Віктор Медведчук почали співпрацювати у медіа-сфері відразу після закінчення формування медіа-холдингу «Новини» Медведчука. Зокрема, Анатолій Шарій став постійним гостем у ефірах телеканалів «112 Україна», «ZIK» та «NewsOne», а також розпочав випуск авторської програми на «112 Україна».¹⁸ Також відзначається, що після початку медійної співпраці між Шарієм та Медведчуком, Анатолій Шарій почав позитивно коментувати факти та події, пов'язані з Віктором Медведчуком. З огляду на це, можна припустити, що Анатолій Шарій знаходиться

у системних партнерських відносинах з медіа Віктора Медведчука для здійснення «антиліберальних» інформаційних кампаній в інтересах РФ.

Серед джерел, які були помічені у розповсюдженні наративів російської пропаганди в Україні, можна також виділити телеканали «Інтер». Відповідно до результатів медіа-моніторингу,¹⁹ телеканал «Інтер» розповсюджує переважно «антиліберальні» та «деструктивні» наративи російської пропаганди, і у меншій мірі — «проросійські».

Підсумовуючи, можна зазначити, що «ідейно-бізнесові» та «бізнесові» групи розповсюджувачів «антиліберальних» наративів мають різну мотивацію та різні проміжні цілі під час здійснення інформаційних кампаній. Зокрема, для «бізнесової» групи властивим є досягнення вигідних позицій для власного бізнесу, у той час як для «ідейно-бізнесової» групи — досягнення більшої інтеграції української політики до РФ. Однак, кінцевою метою розповсюдження «антиліберальних» наративів «ідейно-бізнесовими» та «бізнесовими» групами є встановлення впливу на політичний порядок денний в Україні, а також — вплив на прийняття державних рішень в Україні.

Використання «антиліберальних» наративів окремими власниками українських медіа задля просування своїх бізнесових інтересів посилює проникнення тез російської пропаганди в Україні, навіть якщо у власників медіа не було мотивів підігравати РФ. Тому використання «антизахідних» наративів у будь-якому разі відповідає інтересам РФ. Отже, проникненню тез російської пропаганди в український медіа-простір сприяють власники найбільших медіа-холдингів, які намагаються просувати власні бізнесові інтереси.

В цілому, саме цей ефект синергії антиліберальних наративів в українському медійному просторі дозволяє більш ефективно просувати серед українців вигідні для РФ тези та меседжі. Для кращого розуміння рівня проникнення наративів російської пропаганди в український медіа-простір, а також оцінки ефективності від її розповсюдження, варто проаналізувати окремі випадки «антиліберальних» інформаційних кампаній в Україні.

¹⁸ Source: <https://detector.media/kritika/article/178516/2020-07-05-yak-medvedchuk-vyroshchuie-shariya/>

¹⁹ Source: <https://hromadske.radio/podcasts/dno/839691>

ВПЛИВ АНТИЛІБЕРАЛЬНИХ КАМПАНІЙ НА ПРИЙНЯТТЯ ДЕРЖАВНИХ РІШЕНЬ В УКРАЇНІ

«Антиліберальні» інформаційні кампанії, які проводяться як у межах російської державної пропаганди в Україні, так і незалежно від неї, мають на меті формування тієї чи іншої суспільної думки, яка є вигідною для бенефіціара побідної інформаційної кампанії. Однак, вплив на суспільну думку — лише проміжний етап у здійсненні інформаційних кампаній. Кінцевою метою здійснення будь-якої інформаційної кампанії, зокрема і «антиліберальної», є вплив на прийняття державних рішень у країні. Так, продукування позитивних чи негативних оцінок при висвітленні конкретних питань актуального порядку денного країни дозволяє формувати суспільну підтримку чи засудження аудиторією певних медіа конкретних державних рішень, створюючи ефект «популярності» чи «непопулярності» таких рішень серед суспільства.

Саме тому для підвищення можливостей впливати на ухвалення державних рішень у країні бенефіціари «антиліберальних» інформаційних кампаній прагнуть розширювати підконтрольні собі медіа. При чому реалії українського медіа-ринку не дозволяють власникам медіа отримувати суттєві прибутки від ведення комерційної діяльності ЗМІ. Натомість, для підтримки щоденної роботи медіа їхні власники змушені дотувати свої ЗМІ. Тому здійснення належного та регулярного фінансування медіа є необхідною умовою для підтримки бенефіціарів «антиліберальних» інформаційних кампаній за для можливості впливати на прийняття державних рішень. Варто також зауважити, що джерело фінансування того чи іншого медіа як правило напряму корелює з редакційною політикою ЗМІ, яка завжди відповідає

інтересам головного донору. З огляду на це, українські медіа часто приховують джерела свого фінансування, особливо якщо вони знаходяться поза межами України.

Найбільш показовим прикладом тіньового фінансування медіа з боку реального власника є медіа-холдинг «Новини» Віктора Медведчука, який офіційно був придбаний та належить народному депутату з «Опозиційної платформи — За життя» Тарасу Козаку. Зокрема, Тарас Козак сплатив за купівлю телеканалу «NewsOne» трохи більше 41 млн. грн та за «112 Україна» — 72,8 млн. грн. Вартість угоди про купівлю телеканалу «ZIK» не розкривається, але учасники медіа-ринку оцінювали цей медіа-актив у 15–20 млн. доларів. Сам Тарас Козак, який з 1998 року працює на державній службі, перед балотуванням у Верховну Раду у 2014 році задекларував лише 1,1 млн. грн доходів за 2013 рік.²⁰ Однак офіційно згенерувати необхідну для купівлі телеканалів суму Тарас Козак зумів завдяки своїй кіпрській компанії «Turul Investments Limited», яка була утворена у 2012 році. Згідно з аналізом ГО «Центр протидії корупції»,²¹ офшорна компанія Тараса Козака отримувала найбільші надходження у вигляді кредитних коштів від фірм, які пов'язані з цивільною дружиною Козака Наталією Лавренюк та дружиною Віктора Медведчука — Оксаною Марченко. Відповідно, для купівлі українських медіа-ресурсів Віктору Медведчуку довелося формально відмежуватися від приналежності до них, а також організувати схему переведення коштів на рахунки Тараса Козака для купівлі і подальшого фінансування діяльності підконтрольних медіа.

Крім безпосередньої купівлі медіа, важливим аспектом для життєдіяльності ЗМІ є

²⁰ Source: https://declarations.com.ua/declaration/chesno_2136

²¹ Source: <https://www.pravda.com.ua/articles/2021/02/11/7283024/>

його регулярна фінансова підтримка з боку бенефіціара. Зокрема, за оцінками медіа-експертів,²² для підтримки діяльності трьох телеканалів медіа-холдингу «Новини» Віктора Медведчука необхідно на рік витратити більше 20 млн. доларів. Згідно з публічними коментарями Ігоря Коломойського,²³ утримання холдингу «1+1 Медіа» коштує Коломойському близько сотні мільйонів доларів на рік.

Варто відзначити, що менш впливовим учасникам «антиліберальних» кампаній, які не мають власного бізнесу, доводиться шукати фінансову підтримку у бізнесу чи політикуму, який зацікавлений у подібного роду діяльності. Так, чудовим прикладом є «Партія Шарія», джерела фінансування якої викликали запитання як у представників громадського сектору, так і в компетентних державних органів України. Зокрема Національне агентство з питань запобігання корупції відмовило «Партії Шарія» у наданні державного фінансування, а згодом Верховна Рада скасувала державне фінансування позапарламентських партій.²⁴ Тим не менш, «Партія Шарія» продовжила свою діяльність і після цього, офіційно фінансуючи свою діяльність за рахунок перерахувань громадських організацій, засновниками яких є члени «Партії Шарія».²⁵ Однак, оприлюднені журналістами-розслідувачами фрагменти листування внутрішньо-партійного чату «Партії Шарія» розкривають реального спонсора діяльності партії. Зокрема, листування свідчить, що діяльність «Партії Шарія», включно з оплатою вуличних мітингів та реклами на телебаченні, фінансують структури «БРСМ-Нафта», якою володіє колишній міністр енергетики часів президента Януковича Едуард Ставицький. Так, бізнес-структури Ставицького забезпечували виплати близько 1,3 млн. грн на місяць «Партії Шарія».²⁶

Наведені вище приклади фінансування окремих представників розповсюджувачів антиліберальних наративів свідчать, що для постійної підтримки відповідних тез їхні бенефіціари витрачають значні кошти, не обмежені верхнім лімітом. Але такі витрати дозволяють впливати бенефіціарам інформаційних кампаній не тільки на суспільну думку в країні, але й чинити тиск на державні органи і представників влади задля впливу на прийняття державних рішень. Звичайно, кожен бенефіціар антиліберальних кампаній керується досягненням власних цілей, але коли вони є спільними для багатьох стейкхолдерів одночасно, масштаб та ефективність таких інформаційних кампаній значно зростають.

Чудовим прикладом антиліберальної інформаційної кампанії, яка об'єднала інтереси відразу декількох бенефіціарів, є процес розгляду Верховною Радою законопроекту про обіг сільськогосподарських земель в Україні. Зокрема продовження мораторію на продаж сільськогосподарських земель відповідав інтересам як представників частини українського бізнесу, так і інтересам російської пропаганди в Україні. Український бізнес був зацікавлений у продовженні діяльності в неринкових умовах, а Кремль був зацікавлений у розповсюдженні деструктивних та антизахідних настроїв серед українського суспільства на тлі надчутливої теми.

Тож відразу після початку розгляду законопроекту про обіг сільськогосподарських земель Верховною Радою у першому читанні в листопаді 2019 року в українському медійному просторі почали фіксуватися спалахи антиліберальної риторики. Зокрема згідно з результатами моніторингу медійного простору, найбільш активними розповсюджувачами антизахідних наративів стали

²² Source: <https://biz.liga.net/ekonomika/reklama-marketing/article/novostnoy-nokaut-za-20-mln-zachem-medvedchuk-skupaet-telekanaly>

²³ Source: https://www.youtube.com/watch?v=erN7yrYvjOs&ab_channel=%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B4%D0%B0

²⁴ Source: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=66259

²⁵ Source: <https://www.chesno.org/post/4074/>

²⁶ Source: https://www.youtube.com/watch?v=f0ON6jCbiT4&feature=youtu.be&fbclid=IwAR2r2g686pZexAfdqOADxHGnmKnXt2XWv7M40VtmjVuVtXf9Qh3oBPcJPJ4&ab_channel=BIHUSinfo

інформаційні ресурси Віктора Медведчука, телеканал «Інтер», а також народний депутат Олександр Дубінський.²⁷ Результати моніторингу висвітлення медіа Медведчука процесу розгляду законопроекту про землю свідчать, що ЗМІ з орбіти Медведчука та «Інтер» вдавалися до маніпуляцій та відображали лише позицію представників фракції ОПЗЖ щодо цього питання. Члени ОПЗЖ, коментуючи цю тему, заявляли про «зовнішнє керування Україною світовим урядом на чолі з Соросом».²⁸ Медіа-експерти також наголошують на неоднозначній позиції телеканалу «1+1» Ігоря Коломойського щодо висвітлення теми ринку землі. З одного боку, глядачам пояснювали причини розгляду цього закону в парламенті, а з іншого — демонстрували сюжети, на яких нібито представники фермерства висловлювалися «проти продажу землі».

Розгляд законопроекту про ринок землі на початку 2020 року істотно вплинув на всю структуру антиліберальних нарративів, які розповсюджувалися в українському медіа-просторі. Зокрема згідно результатів моніторингу розповсюдження антиліберальних нарративів в українському інформаційному просторі, тези про те, що «українську землю розпродадуть» були на третьому місці за популярністю серед інших антиліберальних нарративів у першому півріччі 2020 року.²⁹ Варто відзначити, що розповсюдження нарративів, спрямованих проти прийняття закону про ринок землі, відбувалося паралельно з іншими тезами антизахідних інформаційних кампаній, зокрема про «зовнішнє керування Україною МВФ/США/Соросом».

Оцінюючи вплив антиліберальної інформаційної кампанії, присвяченої темі прийняття закону про ринок землі, можна констатувати, що її бенефіціарам вдалося досягти кількох важливих цілей. Насамперед, активна інформаційна кампанія проти ринку землі створила передумови для тривалого роз-

гляду цього питання у парламенті у період розповсюдження пандемії коронавірусу, що негативно вплинуло на здатність влади реагувати на глобальні виклики пандемії. Варто відзначити, що ставлення українців до відкриття ринку землі у період розгляду цього питання лише погіршувалося. Частка тих, хто не підтримує відкриття ринку землі, збільшилася з 59 % у листопаді 2019 до 62 % у лютому 2020, а тих, хто підтримує — зменшилася з 22 % до 15 % за аналогічний період часу. Крім того, початок розгляду законопроекту про ринок землі в умовах інформаційного тиску спричинив зниження рівня довіри до президента Володимира Зеленського, а також зростання популярності політичних сил, які виступали проти відкриття ринку землі в Україні.³⁰ Також можна вважати, що активне застосування антиліберальної інформаційної кампанії під час розгляду питання ринку землі дозволило вплинути на рішення народних депутатів заборонити продаж земель сільськогосподарського призначення іноземцям, проти чого виступали всі бенефіціари цієї інформаційної кампанії.

Бурхливе розповсюдження антиліберальних нарративів в українському медіа-просторі фіксувалося також під час процесу відставки уряду прем'єр-міністра Олексія Гончарука на початку 2020 року. В мережі були оприлюднені аудіо-записи з голосами, схожими на прем'єр-міністра Олексія Гончарука, міністра фінансів Оксани Маркарової, заступників голови НБУ Катерини Рожкової та Дмитра Сологуба, на яких вони обговорюють проблеми в економіці.³¹ Цікаво, що цих державних діячів активно критикували медіа бенефіціарів антиліберальних інформаційних кампаній, зокрема й Ігор Коломойський. Тож одразу після оприлюднення аудіозаписів розмов між першими особами держави медіа Коломойського почали активно просувати цю тему в медіа-просторі. Зокрема, медіа Коломойського одними з перших по-

²⁷ Source: <https://imi.org.ua/monitorings/faktazh-ta-zayavy-politykiv-yak-onlajn-zmi-vysvitlyuyut-zemelne-pytannya-i30455>

²⁸ Source: <https://detector.media/infospace/article/172753/2019-11-26-rynok-zemli-zasoby-masovoi-retranslyatsii/>

²⁹ Source: <https://ukraineworld.org/articles/infowatch/5-most-popular-anti-western-narratives-ukraine-so-far-2020>

³⁰ Source: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=905&page=1>

³¹ Source: https://www.youtube.com/watch?v=Xix_HIV-tXM&ab_channel=%D0%9A%D0%B0%D0%B1%D0%B0%D1%81%D0%B8%D0%BA

чали говорити про можливу відставку Олексія Гончарука внаслідок скандалу,³² а офіційну діяльність інших осіб, чії голоси також були записані, висвітлювали через призму їх участі «в обмані президента Зеленського».³³ Причетність Ігоря Коломойського до незаконного прослуховування, запису і розповсюдження записів розмов перших осіб держави також підтверджується обшуками СБУ у приміщенні телеканалу «1+1»,³⁴ де правоохоронці знайшли відповідні докази.

Варто відзначити, що навіть попри оперативне реагування з боку правоохоронних органів на незаконне прослуховування посадових осіб України, створений Ігорем Коломойським інформаційний привід дав поштовх для розгортання антиліберальних наративів відносно уряду Олексія Гончарука іншими бенефіціарам антизахідної риторики в Україні. Зокрема українські медіа-експерти фіксували спалах антиліберальної риторики з посиленнями на оприлюднені записи, які мали на меті сформувати негативне інформаційне тло діяльності уряду Гончарука та його перспектив. Згідно з аналізом,³⁵ найбільш розповсюдженим наративом антиліберальних інформаційних кампаній в Україні у першому півріччі 2020 року був такий: «слуги Джорджа Сороса в Україні, яких очолює прем'єр Олексій Гончарук». Як наслідок, масштабна інформаційна кампанія проти уряду, яка зводилася до розповсюдження антиліберальних наративів, закінчилася відставкою Кабміну Гончарука на початку березня 2020 року.

Активне розгортання антиліберальної риторики в українському медіа-просторі у 2020 році також використовувалося для лобювання звільнення й інших топ-посадовців в Україні. Об'єктами агресивних інформаційних кампаній з використанням антиліберальних наративів стали очільник Державної митної служби України Максим Нефьодов та глава Державної фіскальної служби України Сергій Верланов. Варто відзначити, що розгортання антиліберальної риторики від-

носно Нефьодова та Верланова розпочалося одразу після їх призначення на державну службу. При чому призначення «соросят» Нефьодова та Верланова спричинили активність медіа Віктора Медведчука, Ігоря Коломойського та інших бенефіціарів антиліберальних інформаційних кампаній в Україні. Представники «бізнесової» групи, такі як Ігор Коломойський, були зацікавлені у зриві запланованих реформ на митниці та податковій. Представники «ідейно-бізнесової» групи, крім опору реформам, були зацікавлені у протидії співпраці України з її міжнародними партнерами. Тож після тривалого тиску на владу, включно з розгортанням антиліберальних інформаційних кампаній, та відставки уряду Олексія Гончарука, Максим Нефьодов та Сергій Верланов були звільнені у квітні 2020 року прем'єр-міністром Денисом Шмигалем.

У підсумку, використання антиліберальних наративів, зокрема «антисоросівських», стало трендом української політики у контексті протистоянь різних груп впливу за розподіл влади. Так, розгортання антиліберальних наративів було властивим для інформаційних кампаній проти колишнього міністра фінансів України Оксани Маркарової та правління НБУ. І хоча кампанії проти згаданих вище посадових осіб не обмежувалися лише інформаційним впливом, а підтримувалися вуличними протестами тощо, можна констатувати, що всі вони досягли відносного успіху. Оксана Маркарова була звільнена з посади голови Міністерства фінансів України, а керівником НБУ замість Якова Смолія став Кирило Шевченко. Тому можна стверджувати, що розгортання антиліберальних інформаційних кампаній у даному випадку сприяло досягненню безпосередньої мети — вплинути на відповідні державні рішення.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що розгортання антиліберальних інформаційних кампаній в Україні здійснює вплив не тільки на суспільну думку щодо оцінки ключових

³² Source: https://www.youtube.com/watch?v=Z0mKZtlUQ1o&ab_channel=%D0%A2%D0%A1%D0%9D

³³ Source: https://www.youtube.com/watch?v=zCKzvXCyc4A&ab_channel=%D0%A2%D0%A1%D0%9D

³⁴ Source: <https://www.unian.net/society/10861406-sbu-ustroila-obyski-na-kanale-1-1-onlayn-translyaciya.html>

³⁵ Source: <https://ukraineworld.org/articles/infowatch/5-most-popular-anti-western-narratives-ukraine-so-far-2020>

подій у країні, але й на прийняття державних рішень. При чому найбільшу ефективність подібні інформаційні кампанії мають за умови тривалого та інтенсивного розповсюдження антиліберальних наративів. Найбільша результативність антиліберальних кампаній помічається тоді, коли їх підтримують одразу декілька бенефіціарів антизахідних кампаній. Так, найбільш помітним дуєтом серед відповідних бенефіціарів були Віктор Медведчук та Ігор Коломойський. При цьому спільність їх інтересів часто збігається саме

у протидії співпраці між Україною та її міжнародними партнерами.

З огляду на всеосяжне проникнення антиліберальних наративів в український медіа-простір, а також використання їх як ефективного інструменту впливу на прийняття державних рішень у країні, представникам української влади та громадського сектору варто розробити ефективні механізми протидії розповсюдженню антиліберальних наративів в Україні.

МЕХАНІЗМИ ПРОТИДІЇ АНТИЛІБЕРАЛЬНИМ НАРАТИВАМ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ В УКРАЇНІ



Використання Росією інструментів інформаційного впливу як елементу гібридної агресії на міжнародній арені актуалізувало питання пошуку ефективних механізмів протидії розповсюдженню антиліберальних наративів російської пропаганди у країнах ЄС та США. Це питання набуло важливого значення і для України після незаконної анексії АР Крим та початку воєнних дій на сході України. Значне проникнення російської пропаганди в український інформаційний простір дозволило РФ ефективно впливати на суспільну думку в Україні як під час активної фази агресії, так і під час подальших намагань РФ нав'язати Україні свої умови вирішення конфлікту на Донбасі. Тому як для Укра-

їни, так і міжнародної спільноти, пошук та запровадження ефективних механізмів протидії розповсюдженню наративам російської пропаганди стали невід'ємною складовою національної безпеки.

Однак, протидія інформаційним загрозам тісно пов'язана з дотриманням базових цінностей ліберальної демократії, таких як свобода слова та плюралізм думок. Тому, на відміну від відкритих фактів воєнної агресії РФ проти України у 2014 році, у відповідь на які ЄС, США та Україна запровадили персональні та секторальні економічні санкції, запровадження прямих обмежень чи заборон для діяльності окремих медіа у відповідь на факти інформаційної агресії не стали ключовими.

човим інструментом протидії нарративам російської пропаганди серед країн ЄС та США. Натомість для ліберальних демократій більш властивим є активізація дій, спрямованих на посилення незалежності ЗМІ, збільшення відповідальності медіа за розповсюдження fake news та спростування дезінформації. Тому для визначення найбільш ефективних механізмів протидії розповсюдженню нарративів російської пропаганди слід проаналізувати вже запроваджені відповідні інструменти з боку ЄС, США та України.

Для протидії дезінформаційній кампанії РФ, у 2015 році в ЄС була створена оперативна робоча група зі стратегічних комунікацій Європейського Союзу — East StratCom Task Force.³⁶ До основних функцій цієї групи увійшло:

- роз'яснення ключових аспектів політики Європейського Союзу, створення його позитивного іміджу та протидія дезінформації;
- ефективна комунікація та просування політики ЄС щодо Східного партнерства;
- загальний розвиток медійного простору в країнах Східного партнерства та країнах-членах ЄС, що передбачає сприяння незалежності ЗМІ;
- вдосконалення механізмів, що уможливають передбачення, оцінку та реагування ЄС на дезінформацію, яка поширюється зовнішніми акторами;
- надання інформаційної підтримки делегаціям ЄС в Азербайджані, Вірменії, Білорусі, Грузії, Молдові, Україні.

Крім того, оперативна група випускає щотижневий Огляд дезінформації на сайті <https://euvsdisinfo.eu>. На даному ресурсі публікуються результати факт-чекінгу інформаційних повідомлень, що розповсюджу-

ються у медіа та соціальних мережах на території країн ЄС.

У квітні 2016 року Єврокомісія ухвалила «Спільні принципи протидії гібридним загрозам — відповідь Європейського Союзу» (Joint Framework on countering hybrid threats a European Union response³⁷), де зазначається наступне:

- **наголошується на необхідності вироблення державами-членами узгоджених механізмів реалізації стратегічних комунікацій для протидії дезінформації та публічного викриття гібридних загроз;**
- **вказується, що важливо захищати об'єкти критичної інфраструктури (наприклад транспорт і телекомунікації), оскільки гібридні атаки можуть призвести до серйозних економічних або соціальних порушень;**
- **документ визначає, що діяльність у сфері стратегічних комунікацій передбачає тісну взаємодію з НАТО; зазначається, що співпраця ЄС та НАТО дозволить обом організаціям більш ефективно реагувати на гібридні загрози;**
- **стверджується, що провокатори можуть систематично поширювати дезінформацію, у тому числі в межах цілеспрямованих кампаній у соціальних мережах, прагнучи радикалізації окремих індивідів та дестабілізації суспільства;**
- **стратегічні комунікації мають сповна використовувати соціальні медіа, а також традиційні візуальні, аудіо та інтернет ЗМІ.**

У листопаді 2016 року Європейський парламент ухвалив Резолюцію «Стратегічні комунікації Європейського Союзу як проти-

³⁶ Source: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/2116/-questions-and-answers-about-the-east-stratcom-task-force_en

³⁷ Source: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52016JC0018>

дія пропаганді третіх сторін» (EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties³⁸). Ключовими можна вважати наступні пункти цієї резолюції:

- у пункті 2 стратегічні комунікації та інформаційна війна визнаються не тільки зовнішнім аспектом ЄС, але й внутрішнім;
- у пункті 3 дезінформація та пропаганда визначаються складовими частинами гібридної війни;
- у пункті 6 підкреслюється, що «позитивні меседжі ЄС мають бути наступальними (offensive), а не захисними (defensive)»;
- у пунктах 7–14 викладаються аспекти інформаційного впливу Росії; зокрема були викладені результати моніторингу та аналізу роботи окремих інституцій («Россотрудничество») та телеканалів (Russia Today, «Спутник»);
- у пункті 25 Європарламент закликає інституції ЄС проводити моніторинг джерел фінансування антиєвропейської пропаганди;
- у пункті 26 Європарламент закликає інституції ЄС збільшити видатки на підтримку свободи ЗМІ у країнах-сусідах ЄС;
- у пункті 35 Європарламент підкреслює, що «розпалювання ненависті, насильства або війни не може «ховатися» за ширмою свободи висловлення думок»;
- у пункті 39 Європарламент наголошує на існуванні різниці між пропагандою та критикою, однак не розкриває ці поняття і не встановлює межі між ними.

У квітні 2017 року було ухвалено спільне рішення країн НАТО та ЄС створити Європейський центр протидії гібридним загрозам (The European Centre of Excellence for Countering Hybrid Threats³⁹). Метою функціонування Центру була визначена протидія новим загрозам, спрямованих на дестабілізацію ситуації в європейських країнах. Безпосередня діяльність Центру спрямована на проведення досліджень, аналіз гібридних загроз та методів боротьби з ними; організацію спільного навчання для країн-учасниць; проведення консультацій на стратегічному рівні між учасниками ЄС та НАТО, залучення до діалогу урядових та неурядових експертів.

Однак, запровадження таких кроків з боку ЄС виявилось недостатньо ефективним, адже РФ продовжила використовувати інструменти гібридної агресії для втручання у внутрішні справи ЄС та її окремих країн-членів. Так, після фактів інформаційного впливу РФ на проведення референдуму про членство Великобританії у ЄС, спроб зірвати ратифікацію Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС, Росія активно використовувала методи гібридного впливу під час виборів до Європейського парламенту у 2019 році.

У жовтні 2019 року Європейський парламент ухвалив резолюцію про дезінформацію і зовнішнє втручання у вибори до Європарламенту.⁴⁰ Зокрема у резолюції наголошується на фактах втручання іноземних держав у внутрішні справи ЄС шляхом фінансування європейських політичних партій. На думку євродепутатів, ключова роль у цьому належала саме РФ, оскільки було зафіксовано майже тисячу (998) випадків розповсюдження дезінформації з боку Росії. Крім того, у резолюції наголошується на необхідності посилення законодавчих рамок для попередження гібридних загроз.

У грудні 2020 року Європейська комісія презентувала «План дій щодо європейської де-

³⁸ Source: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2016-0441_EN.html?redirect

³⁹ Source: <https://www.hybridcoe.fi/about-us/>

⁴⁰ Source: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20191007IPR63550/eu-to-take-action-against-fake-news-and-foreign-electoral-interference>

мократії» (European Democracy Action Plan⁴¹). План дій визначає заходи, які мають бути реалізовані до 2023 року для сприяння вільним та чесним виборам, зміцненню свободи ЗМІ та протидії дезінформації.

У межах промоції вільних та чесних виборів Європейська Комісія планує розробити та імплементувати нове законодавство щодо прозорості спонсорування політичної реклами, а також оновити законодавство щодо фінансування європейських політичних партій. Крім того, Єврокомісія планує запустити оперативний механізм, який підтримуватиме ефективні та своєчасні обміни з питань, пов'язаних з цілісністю виборів, таких як кібербезпека виборів.

Для посилення незалежності ЗМІ та плюралізму Європейська Комісія планує оновити рекомендації щодо забезпечення безпеки діяльності представників ЗМІ, збільшити фінансування проектів правової та практичної допомоги журналістам в ЄС та інших країнах. Окрема увага також приділяється необхідності забезпечення прозорості структури власності медіа та розміщення державної реклами у ЗМІ.

Для посилення протидії дезінформації Європейська Комісія спрямуватиме зусилля для перегляду Кодексу практики дезінформації (Code of Practice on Disinformation) у систему регулювання зобов'язань та підзвітності Інтернет-платформ відповідно до майбутнього Закону про цифрові послуги (Digital Services Act). У цілому, Європейська Комісія має на меті запровадити інструменти, які б дозволили збільшити відповідальність медіа та бенефіціарів інформаційних кампаній за розповсюдження дезінформації.

Аналізуючи перелік запроваджених у ЄС механізмів протидії дезінформації, зокрема й антиліберальних інформаційних кампаній, можна дійти висновку, що політика ЄС у цій сфері полягає у підтримці якісної журналістики, поси-

ленні законодавчих норм щодо збільшення прозорості фінансування ЗМІ та політичних партій тощо. Натомість навіть попри численні факти втручання РФ у внутрішньополітичні справи як ЄС в цілому, так і її окремих країн, у Європейському Союзі не розглядаються можливості примусового обмеження чи повної заборони діяльності окремих медіа, які системно розповсюджують дезінформацію. Такий підхід ЄС зумовлений критичною важливістю для інституції забезпечити дотримання базових цінностей демократії, таких як свобода слова. Крім того, можна наголосити на відносній інертності офіційної реакції ЄС на реальні загрози розповсюдження дезінформації та запровадженні ефективних механізмів протидії. Про недостатню ефективність відповідних дій з боку ЄС свідчить той факт, що іноземні держави, включно з Росією, продовжують здійснювати системні кампанії з дезінформації, зокрема і в період поширення пандемії COVID-19, що відзначали і у Європейській Комісії.⁴²

У США після початку російської агресії в Україні також була здійснена низка заходів, які були спрямовані на посилення можливостей державних органів США протидіяти розповсюдженню наративів російської пропаганди у власній країні та на території своїх союзників. Варто наголосити, що у США визначали використання пропаганди з боку РФ як інструменту гібридної агресії. Тому після запровадження персональних та секторальних економічних санкцій США у відповідь на агресивну політику РФ проти України в 2014 році, у Вашингтоні також розробляли механізми протидії російській пропаганді.

Передусім, у грудні 2014 року Палата представників Конгресу схвалила Резолюцію «Про рішуче засудження дій Російської Фе-

⁴¹ Source: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2250

⁴² Source: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/communication-tackling-covid-19-disinformation-getting-facts-right_en.pdf

дерації під керівництвом В. Путіна, якими було впроваджено політику агресії проти сусідніх країн з метою політичного та економічного домінування» (H. Res.758 Strongly condemning the actions of the Russian Federation, under President Vladimir Putin, which has carried out a policy of aggression against neighboring countries aimed at political and economic domination⁴³). У даній резолюції конгресмени розкривають суть агресивної політики РФ відносно України, Грузії та Молдови; констатують та засуджують порушення низки міжнародних договорів внаслідок агресії РФ; наголошують на авторитарній сутності політичного режиму Володимира Путіна.

Крім того, у резолюції 2014 року конгресмени закликали Президента США та Держдепартамент розробити стратегію виробництва і поширення новин та іншої інформації російською мовою в країнах зі значною часткою російськомовного населення. Члени Палати представників рекомендували використовувати для поширення контрпропаганди вже існуючі платформи, а також сприяти створенню приватних компаній за участі держави для випуску відповідного контенту і залучити до реалізації цього завдання уряди країн регіону. На виконання цих завдань у березні 2015 року було ухвалено рішення про надання Наглядовою радою США з міжнародного мовлення (Broadcasting Board of Governors) 23,2 млн. доларів на програми російською мовою.

У травні 2016 до Палати представників було внесено законопроект «Про боротьбу з іноземною дезінформацією та пропагандою» (Countering Foreign Propaganda and Disinformation Act⁴⁴). Зокрема, цей законопроект передбачав створення Центру інформаційного аналізу та реагування (Center for Information Analysis and Response). Його основними функціями є: збір, обробка, інтеграція та аналіз інформації, включаючи

розвідувальні звіти, дані та аналітику з урядових установ США; обробка та поширення заснованих на фактах описові та аналітичні матеріали контрпропаганди; розкривати дезінформацію, спрямовану проти США, їхніх союзників і партнерів; визначення поточних та нових тенденцій у сфері пропаганди і дезінформації; визначення країн і груп населення, найбільш чутливі до іноземної пропаганди та дезінформації. У подальшому положення законопроекту «Про боротьбу з іноземною дезінформацією та пропагандою» були включені до проекту Закону «Про національний оборонний бюджет» 2017 року. Крім того, на базі положень закону було створено Глобальний центр взаємодії (Global Engagement Center⁴⁵), завданням якого є координація зусиль Федерального уряду США щодо викриття та протидії пропаганді та дезінформації з боку іноземних держав, спрямованих на підлив або вплив на політику, безпеку чи стабільність Сполучених Штатів та/чи їх союзників.

У контексті протидії США впливу РФ варто також виокремити прийняття Конгресом США у липні 2018 року документу «Протидія супротивникам Америки за допомогою закону про санкції» (Countering America's Adversaries Through Sanctions Act⁴⁶). Цей документ має три розділи, присвячені обмежувальним заходам проти Ірану, Росії та Північної Кореї. Крім того, стаття 256 цього закону передбачає щорічне звітування президентом США перед Конгресом про факти втручання урядом РФ або будь-якою іншою російською особою у будь-які вибори або кампанію в будь-якій країні Європи чи Євразії протягом попереднього року, в тому числі шляхом прямої підтримки будь-якої політичної партії, кандидата, лобістської кампанії тощо.

У січні 2021 року Міністерство фінансів США запровадило санкції⁴⁷ відносно сімох громадян України і чотирьох українських медіа-компаній через втручання у вибори

⁴³ Source: <https://www.congress.gov/bill/113th-congress/house-resolution/758/text>

⁴⁴ Source: <https://www.congress.gov/bill/114th-congress/senate-bill/3274/actions>

⁴⁵ Source: <https://www.state.gov/bureaus-offices/under-secretary-for-public-diplomacy-and-public-affairs/global-engagement-center/>

⁴⁶ Source: <https://www.congress.gov/bill/115th-congress/house-bill/3364/text>

⁴⁷ Source: <https://home.treasury.gov/news/press-releases/sm1232>

президента США у 2020 році. Під дію санкцій потрапили депутат Верховної Ради Олександр Дубінський, экс-голова Української асоціації енергетичного машинобудування Дмитро Ковальчук, колишній прокурор Костянтин Кулик, колишній нардеп та підприємець Олександр Онищенко, бізнесмен Антон Сімоненко, колишній співробітник посольства України в США Андрій Теліженко і медіаменеджер Петро Журавель. Крім того, під санкції потрапили декілька інформаційних сайтів та медіа-груп, серед яких портал NABU Leaks, ТОВ «Ера-Медіа», ТОВ «Скептик» і сайт Only News. Варто відзначити, що ці санкції були запроваджені у відповідь на системну діяльність вищезгаданих осіб у розповсюдженні дезінформації, спрямовану на вплив на хід виборів президента США у 2020 році.

Аналізуючи запроваджені механізми протидії США російській пропаганді після початку агресії РФ в Україні, можна відзначити, що вони є дещо спільними з інструментами ЄС. Зокрема, в США, як і ЄС, першопочаткові дії були спрямовані на посилення можливостей інституцій США розпізнавати та спростувати наративи російської пропаганди, для чого збільшувалося фінансування програм щодо підтримки незалежності медіа та утворювалися спеціальні інституції, які системно здійснюють моніторинг російської пропаганди. Однак, на відміну від ЄС, для США є більш властивим запровадження жорстких рішень у відповідь на факти гібридної агресії РФ. Так, Сполучені Штати запровадили санкції проти осіб, які втручалися у вибори в США, а у Європейському Союзі у відповідь на факти втручання у внутрішні процеси ЄС не було запроваджено жодних обмежень проти осіб та організацій, причетних до цього.

Для визначення найбільш ефективних механізмів протидії гібридним загрозам з боку РФ варто також проаналізувати

відповідний досвід України. Зокрема, відразу після незаконної анексії АР Крим та початку воєнних дій на Донбасі, Україна почала вводити санкції відносно фізичних та юридичних осіб з РФ, які були причетними до розгортання російської агресії в Україні. Станом на вересень 2015 року, в'їзд на територію України було заборонено понад 1700 громадянам Росії.⁴⁸ Паралельним треком йшов процес обмеження інформаційного впливу РФ на Україну. У березні 2014 року Національна рада з питань телебачення і радіомовлення України висловила вимогу до провайдерів програмної послуги припинити ретрансляцію у своїх мережах передач російських телеканалів. Уже станом на вересень 2016 року, Національна рада з питань телебачення і радіомовлення включила до списку заборонених в Україні 73 російські телеканали.

У травні 2017 року президент Петро Порошенко ввів у дію рішення РНБО про розширення санкцій України проти РФ.⁴⁹ Зокрема, санкції України поширювалися на 1228 фізичних та 468 юридичних осіб, до яких потрапили не тільки російські ЗМІ, а й низка російських соціальних мереж («Вконтакте», «Однокласники»), інтернет-сервісів («Mail.ru», «Яндекс»), а також інших виробників діджитал-продукції (антивіруси «Лабораторія Касперського», «Dr. Web», програма ведення бухгалтерського обліку «1С»). Запровадження такого широкого санкційного списку було мотивовано тим, що гібридні методи впливу РФ на Україну передбачають використання всіх доступних інструментів, включно з соціальними мережами та російським програмним забезпеченням.

Крім обмеження мовлення російських медіа, українська влада також запроваджувала заходи щодо посилення власного впливу в українському інформаційному просторі. Зокрема, у грудні 2015 року Верховна Рада ухвалила закон «Про систему іномовлення

⁴⁸ Source: <https://web.archive.org/web/20150914013926/http://www.rnbo.gov.ua/news/2259.html>

⁴⁹ Source: <https://www.president.gov.ua/documents/1332017-21850>

України»,⁵⁰ який передбачав створення державного мовника «UATV». Варто відзначити, що мовлення «UATV» не обмежувалося лише територією України, а й ретранслювалося іноземними мовами задля надання доступу світовій аудиторії до українського контенту. У 2020 році було прийнято рішення на базі телеканалу «UATV» створити телеканал «Дім»,⁵¹ який мав зосередитися на протидії нарративам російської пропаганди, яка розповсюджується на тимчасово непідконтрольній українському уряді території.

Створення українськими урядовцями державного мовника, який би протидіяв нарративам російської пропаганди та просував українську точку зору на події в Україні та світі, можна вважати правильним. Тим не менш, аналізуючи досвід існування відповідного медіа в Україні, можна дійти висновку, що він не став ефективним інструментом у протидії російській гібридній агресії в інформаційній сфері. Зокрема, одна з головних причин — недостатнє фінансування з боку держави. Так, у 2016 році з держбюджету на «UATV» та «Укрінформ» було виділено 108 млн. гривень, у 2017-му — 218 млн. грн, у 2018-му — 483 млн. грн, у 2019-му — 350 млн. грн та 438 млн. грн у 2020 році. Натомість, для поширення антиліберальних нарративів російської пропаганди вкладаються значно більші ресурси. Згідно аналізу українських медіа-експертів,⁵² на підтримку життєдіяльності трьох телеканалів Віктору Медведчуку доведеться витратити до 20 млн. доларів на рік. Тому ефективна протидія розповсюдженню нарративам російської пропаганди з боку українських державних медіа неможлива через асиметричні можливості у фінансуванні діяльності відповідних ЗМІ.

Однак фінансування медіа, що розповсюджують російську пропаганду в українському медіа-просторі з сумнівних джерел, стало приводом для запровадження санкцій України проти Віктора Медведчука та його найближчого оточення. Так, у лютому 2021 року президент Володимир Зеленський ввів у дію два рішення РНБО, якими було заблоковано медіа Віктора Медведчука,⁵³ а також його бізнесові активи.⁵⁴ Зокрема, в обох випадках підставою для запровадження санкцій стала діяльність компаній Віктора Медведчука щодо фінансування тероризму.⁵⁵ Тим не менш, українські високопосадовці не приховували, що справжнім мотивом запровадження санкцій проти Віктора Медведчука є протидія російській гібридній агресії.^{56,57}

Оцінити ефективність від запровадження санкцій проти трьох телеканалів Віктора Медведчука дозволяють результати моніторингу проникнення нарративів російської пропаганди в українській медіа-простір під час виборчої кампанії на місцевих виборах 2020 року, який провела ГО «Детектор медіа».⁵⁸ Результати дослідження демонструють, що протягом передвиборчої кампанії на місцевих виборах телеканали Віктора Медведчука були беззаперечними лідерами у розповсюдженні нарративів російської пропаганди. Так, в період з 5 вересня по 25 жовтня 2020 році дослідники зафіксували 1641 медійний матеріал із проросійськими дезінформаційними нарративами. 22 % від загальної кількості матеріалів вийшли в ефірі або були опубліковані на сайті телеканалу «112 Україна», 20 % — в ефірі каналу або на сайті ZIK, 14 % — в ефірі або на сайті телеканалу «NewsOne». Тобто медіа Віктора Медведчука були джерелами розповсюдження більш ніж половини (56 %) матеріалів.

⁵⁰ Source: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/856-19#Text>

⁵¹ Source: <https://detector.media/rinok/article/175217/2020-03-02-uatv-ofitsiyno-zminyv-nazvu-na-dom/>

⁵² Source: <https://biz.liga.net/ekonomika/reklama-marketing/article/novostnoy-nokaut-za-20-mln-zachem-medvedchuk-skupaet-telekanaly>

⁵³ Source: <https://www.president.gov.ua/documents/432021-36441>

⁵⁴ Source: <https://www.president.gov.ua/documents/642021-36753>

⁵⁵ Source: <https://ssu.gov.ua/novyny/rishennia-rnbo-pro-vvedennia-novykh-sanktsii-gruntuietsia-zokrema-na-materialakh-sbu-ivan-bakanov>

⁵⁶ Source: https://www.youtube.com/watch?v=JhWzFhCBQFs&feature=emb_logo&ab_channel=%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B4%D0%B0

⁵⁷ Source: <https://ssu.gov.ua/novyny/sanktsii-shchodo-okremykh-telekanaliv-poslidovnyi-krok-u-borotbi-z-rosiiskoiu-hibrydnoiu-ahresiieiu-ivan-bakanov>

⁵⁸ Source: <https://detector.media/infospace/article/182898/2020-11-27-yakby-vyrubyty-svitlo-trom-kanalam-propagandy-pomenshalo-by-v-razy-otar-dovzhenko/>

матеріалів з наративами російської пропаганди чи дезінформації. Відповідно, запровадження санкцій відносно медіа Віктора Медведчука фактично дорівнює зменшенню вдвічі проникнення наративів російської пропаганди в український медіа-простір.

Варто наголосити, що примусове закриття медіа не може розглядатися як основний елемент у протидії розповсюдженню наративів російської пропаганди. Навіть у випадку із закриттям телеканалів Віктора Медведчука оцінки цього рішення з боку українців не є однозначними. Відповідно до результатів соціального опитування групи «Рейтинг»,⁵⁹ 49 % підтримали рішення припинити мовлення телеканалів «112 Україна», «NewsOne» та «ZIK», натомість 41 % — не підтримали. І хоч соціологи відзначають позитивну динаміку щодо збільшення кількості людей, які підтримують запровадження санкцій проти медіа Віктора Медведчука, примусове закриття телеканалів неодмінно актуалізує питання про дотримання принципів свободи слова та свободи діяльності медіа.

Відповідно, основні механізми для протидії гібридним загрозам в інформаційній сфері мають бути закладені на рівні профільного законодавства «Про медіа» та відповідних функцій національного регулятора — Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення. Варто відзначити, що після початку російської агресії в Україні не було запроваджено комплексних змін до законодавства про медіа у контексті протидії гібридним загрозам в інформаційній сфері. За президентства Володимира Зеленського було ініційоване питання розробки та прийняття окремого закону «Про медіа», який би осучаснив законодавчі рамки відповідно до актуального стану розвитку медіа-ринку в Україні, а також заклав механізми протидії проникненню наративів російської пропаганди в український медіа-простір.

Незважаючи на правильність та актуальність запровадження відповідного законодавства, необхідною умовою його прийняття є прове-

дення ґрунтовних та інклюзивних публічних дискусій за участі представників влади, медіа та громадськості. Позитивно, що в Україні дійсно відбуваються публічні дискусії та консультації влади з представниками медіа та міжнародними партнерами щодо параметрів нового законодавства «Про медіа». Однак, наразі публічні дискусії з цього питання, які тривають вже більше року, не призвели до компромісу щодо окремих найбільш жорстких положень майбутнього законопроекту «Про медіа». Зокрема, одним з найбільш дискусійних питань є надання права правоохоронцям примусово закрити медіа через розповсюдження наративів російської пропаганди до винесення відповідного рішення суду. Тож, це питання можна вважати одним з ключових щодо законодавчих механізмів, які напряду впливають на дотримання принципу свободи слова в Україні.

Аналізуючи досвід запровадження Україною механізмів протидії гібридним загрозам в інформаційній сфері, можна стверджувати, що українська влада вдавалася до використання різних інструментів, починаючи з запровадження прямих заборон (санкцій) щодо окремих медіа, закінчуючи посиленням законодавчих рамок та стимулюванням розвитку державних медіа. Однак, для України більш властивим та ефективним виявилось саме запровадження санкцій чи обмежень діяльності інформаційних ресурсів, пов'язаних із розповсюдженням наративів російської пропаганди. Такі державні рішення періодично приймалися протягом всього періоду російської агресії в Україні, починаючи з 2014 року. З іншого боку, спроби держави протидіяти наративам російської пропаганди шляхом створення суспільного мовника виявилися неефективними. Зокрема, ключовою проблемою у цьому питанні можна вважати неспівмірність ресурсів, які вкладаються у державні медіа та якими фінансується розповсюдження російської пропаганди. Також варто наголосити

⁵⁹ Source: http://ratinggroup.ua/research/ukraine/ukraina_na_karantine_monitoring_obschestvennyh_nastroeniy_volna_9_6-8_fevralya_2021.html



на тому, що фактично необхідні механізми для протидії гібридним загрозам в інформаційній сфері не внесені до українського законодавства. Однак головною перешкодою на цьому шляху можна вважати необхідність досягнення компромісу між владою та медіа-спільнотою щодо параметрів майбутнього законодавства.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що найбільш розповсюдженими інструментами серед країн-партнерів України в протидії гібридним загрозам РФ в інформаційній сфері є моніторинг та спростування фейків, посилення незалежної журналістики та збільшення кількості інформаційних кампаній, які спрямовані на поширення демократичних цінностей. Такі заходи більш притаманні Європейському Союзу та США, і меншою мірою — Україні. Проте, запровадження відповідних ініціатив спрямовані на формування умов для протидії російській пропаганді у довгостроковій перспективі, у той час як сама російська пропаганда, крім дов-

гострокових цілей, зазвичай має конкретну мету, що полягає у встановленні впливу на ухвалення конкретного державного рішення певної країни.

Для реагування на конкретні факти іноземного втручання у внутрішні справи іншої країни, зокрема і з використанням інформаційних кампаній, найбільш ефективним механізмом є запровадження санкцій щодо бенефіціарів таких інформаційних кампаній та окремих медіа-ресурсів, які були задіяні в таких кампаніях. Яскравим прикладом цього є запровадження санкцій США у 2021 році у відповідь на втручання у хід президентських виборів пов'язаних з РФ осіб. Однак запровадження санкцій відносно медіа не розглядається країнами розвинутої демократії як основний інструмент протидії дезінформації, оскільки це неодмінно негативно позначається на дотриманні принципів свободи слова.

Прийнятним інструментом у протидії наративам російської пропаганди можна вважа-

ти законодавчі механізми, які спрямовані на посилення незалежності медіа та відповідальності за розповсюдження дезінформації, а також збільшення прозорості фінансування ЗМІ та розкриття їх кінцевих власників та бенефіціарів. Проте, внесення змін до відповідного законодавства має забезпечувати умови вільного розвитку медіа та плюралізму думок, уникати передумов запровадження державної цензури у ЗМІ. Для цього відповідні законодавчі ініціативи мають пройти ґрунтовне публічне обговорення за участі влади, представників медіа-спільноти та суспільства, а також враховувати аналогічний досвід міжнародних партнерів України.

Крім того, не можна недооцінювати значення стимулювання розвитку критичного мислення та медіа-грамотності у суспільстві. Такий підхід може стати одним з найбільш ефективних інструментів у протидії розповсюдженню наративів російської пропаганди, адже він впливає на сприйняття відповідних тез і повідомлень. Наразі стан медіа-грамотності українського суспільства можна вважати недостатньо розвинутим для критичного сприйняття інформації. **Згідно з результатами соціального дослідження,⁶⁰ для більшості українців не важливо, хто володіє ЗМІ, якими вони користуються: це зовсім не важливо для 32 % та переважно не важливо 22 % респондентів. Ін-**

шої думки дотримуються 38 % опитаних, 8 % респондентів не визначилися з відповіддю. Крім того, більшість громадян або не знає взагалі (43 %), або має неповну інформацію (41 %) про власників медіа, якими вони постійно користуються. Тільки близько 10 % знає власників таких ЗМІ.

Відповідно, Україна як держава, яка знаходиться у стані захисту від гібридної агресії з боку РФ, має використовувати всі доступні механізми та інструменти для протидії проникненню наративів російської державної пропаганди в український медіа-простір. Основний акцент українська влада має робити саме на підтримці розвитку незалежних та прозорих медіа, запровадженні механізмів викриття та спростування російської дезінформації, а також стимулювання розвитку медіа-грамотності серед суспільства. Крім того, для України залишаються актуальними розробка механізмів оперативного реагування на деструктивні інформаційні кампанії з боку РФ, які можуть бути передбачені на законодавчому рівні. Санкції чи інші прями обмеження діяльності медіа, які системно розповсюджують наративи російської пропаганди, мають бути виключним інструментом і застосовуватися лише за наявності відповідного звинувачувального вироку суду або достатньо обґрунтованого рішення РНБО.

⁶⁰ Source: <https://dif.org.ua/article/yak-zminilisy-upodobannya-ta-interesi-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislya-viboriv-2019-r-ta-pochatku-pandemii-covid-19>

ВИСНОВКИ

Російська Федерація після розпаду Радянського союзу не відмовилася від глобальних амбіцій відновити та розширити свій вплив на міжнародній арені. Для авторитарного політичного режиму президента РФ Володимира Путіна, як і для СРСР, властивим є біполярне сприйняття геополітики. Так, сучасний політичний режим РФ сприймає США, ЄС та інші країни ліберальної демократії як головних геополітичних опонентів, натомість, протиставляючи власну систему цінностей — «русский мир» — як альтернативу ліберально-демократичним цінностям.

У контексті геополітичного протистояння Росії та країн розвинутої демократії важливим елементом є державна пропаганда РФ, яка адаптувала найкращі практики радянської пропаганди до сучасних потреб політичного режиму Володимира Путіна і спрямована не лише на власну країну та суспільство, а й на іноземні держави. Експорт наративів російської державної пропаганди за кордон є одним із ключових інструментів гібридної агресії РФ у світі. Системні та скоординовані інформаційні кампанії з боку РФ мають на меті сприяти досягненню її політичних цілей. Причинами розгортання масштабних інформаційних кампаній можна вважати спроби впливати на ухвалення державних політичних рішень у закордонних державах у вигідному для РФ руслі.

Для сучасної російської пропаганди властивим є поєднання трьох ключових наративів. «Антиліберальні» або «антизахідні» наративи об'єднують групу тез, спрямованих на формування негативного образу основних геополітичних опонентів РФ — США та ЄС — та компрометування ліберально-демократичного державного устрою в цілому. «Проросійські» наративи, натомість, спрямовані на формування позитивного образу РФ, політики, яку вона здійснює, та розповсюдження цінностей «русского мира». «Деструктивні» наративи російської державної пропаганди мають на меті стимулювання

дестабілізації у суспільствах своїх геополітичних опонентів шляхом поширення фейків та дезінформації.

Для поширення наративів своєї пропаганди РФ використовує всі доступні інструменти. Зокрема, Росія розповсюджує свою пропаганду за допомоги «традиційних» ЗМІ (телебачення, радіо), інтернет-медіа, соціальних мереж (Facebook, Twitter, Telegram) та популярних інтернет-платформ, таких як YouTube. Крім того, джерелами розповсюдження наративів російської пропаганди є російські та закордонні політики, громадські діячі, журналісти, блогери тощо. Також до поширення та легітимізації наративів російської пропаганди можуть бути причетні наукові установи в РФ та деяких інших країнах.

В Україні також існує ціла низка суб'єктів, які системно розповсюджують російську пропаганду в Україні, включно з антиліберальними та антизахідними наративами. Залежно від їхніх цілей та мотивів, бенефіціарів розповсюдження антиліберальної риторики в Україні можна умовно поділити на дві групи — «ідейно-бізнесової» та «бізнесової».

«Ідейно-бізнесова» група характеризується наявністю у бенефіціарів стійких та тривалих бізнесових/ділових/політичних/культурних інтересів у РФ або їх персональні інтереси напряму залежать від ступеню інтеграції україно-російських відносин. Для цієї групи властивим є використання всього спектру наративів російської пропаганди, включно з «проросійськими». Найбільш яскравим представником цієї групи бенефіціарів поширення російської пропаганди в Україні є один з лідерів партії «Опозиційна платформа — За життя» Віктор Медведчук. Крім того, до «ідейно-бізнесової» групи також належить народний депутат Андрій Деркач, який був системно задіяний у кампанії РФ із втручання в хід виборів президента США у 2020 році.

«Бізнесова» група бенефіціарів антиліберальних інформаційних кампаній в Україні зазвичай має на меті протидію здійсненню ліберальних ринкових реформ задля збереження вигідної для себе бізнесової кон'юнктури. Для цієї групи властивим є використання «антиліберальних» та «деструктивних» наративів російської пропаганди. Натомість «проросійські» наративи не часто використовуються представниками «бізнесової» групи. Однак, замість формування позитивного образу РФ, медіа бенефіціарів «бізнесової» групи працюють на формування позитивного образу для себе та власного бізнесу. Найбільш яскравим представником цієї групи можна вважати Ігоря Коломойського. Мотивація Коломойського у здійсненні системних антизахідних інформаційних кампаній полягає в бажанні захиститися від кримінального переслідування у США, а також сприянні ухваленню державних рішень, необхідних для його бізнесових інтересів.

Варто наголосити, що попри інколи відмінну персональну мотивацію бенефіціарів антиліберальних інформаційних кампаній в Україні, їх одночасне проведення сприяє досягненню політичних інтересів РФ в Україні. Антиліберальні інформаційні кампанії впливають

на прийняття державних рішень в Україні. Найбільш яскравим прикладом цього можна вважати відставку уряду Олексія Гончарука, яка супроводжувалася спалахом антиліберальної риторики в українському медіа-просторі.

Вплив російської пропаганди на внутрішні справи як України, так і інших країн, детермінували потребу у розробці та запровадженні ефективних механізмів протидії деструктивному впливу інформаційних кампаній РФ. Аналізуючи міжнародний та український досвід запроваджених інструментів протидії поширенню російської пропаганди, можна виокремити три ключові підходи. По-перше, підтримка незалежності медіа та плюралізму, стимулювання критичного мислення та розвитку медіаграмотності суспільства. По-друге, законодавче регулювання, спрямоване на посилення прозорості медіа та відповідальності за поширення дезінформації. По-третє, запровадження санкцій чи прямих обмежень діяльності медіа. Однак, запровадження санкцій розглядається як виключний інструмент реагування, який має бути юридично обґрунтованим та спрямованим на захист від впливу на прийняття державних рішень.

З ОГЛЯДУ НА ЦЕ, МІЖНАРОДНИЙ ЦЕНТР ПЕРСПЕКТИВНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ МАЄ НИЗКУ РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ПРОТИДІЇ РОЗПОВСЮДЖЕННЮ НАРАТИВІВ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ В УКРАЇНІ.

- Україні варто розробити інструменти, які б дозволяли виявляти на ранніх етапах, відстежувати, спростовувати та сповіщати суспільство про розгортання конкретних дезінформаційних кампаній з боку РФ чи її сателітів в Україні. Для цього профільним державним органам виконавчої влади України може бути утворений окремий інститут, який би об'єднав представників влади, медіа та громадського суспільства. Парадоксально, але протягом всіх років російської агресії в Україні так і не було створено відповідного інституту.
- Україні варто розглянути можливості системного фінансування науковців для незалежних досліджень щодо впливу російської пропаганди, надавати фінансову підтримку для здійснення журналістських розслідувань недержавними медіа, а також громадськими організаціями для боротьби з дезінформацією РФ.
- Необхідним інструментом є налагодження регулярного обміну інформацією та координації діяльності між урядовими та неурядовими організаціями, які працюють над про-

тидією розповсюдженню російської пропаганди. Між відповідними урядовими та неурядовими організаціями не має бути конкуренції, вони повинні докладати зусилля для досягнення спільної мети, вчитися на позитивному та негативному досвіді одне одного.

- Також перспективним напрямком у протидії розповсюдженню російської пропаганди в Україні є розвиток суспільних мовників та/або державного телебачення. Однак, необхідною умовою для їх ефективного використання як інструменту протидії російській пропаганді є належне фінансування таких медіа з боку держави. Наразі функціонування українського суспільного та державного телебачення є неефективним саме через неспівмірність ресурсів, які вкладаються у пропаганду РФ і контрпропаганду України.
- Українській владі слід вдосконалити та осучаснити законодавчу базу, яка регулює діяльність медіа в Україні. У законодавстві варто передбачити посилення вимог щодо прозорості власності та фінансування ЗМІ, передбачити відповідальність за системне розповсюдження російської пропаганди в Україні. Важливою умовою розробки та прийняття відповідного законодавства є проведення ґрунтовних та інклюзивних публічних дискусій за участі представників влади, медіа-спільноти та громадського сектору, які мають розробити компромісне рішення щодо параметрів майбутнього законодавства. У цьому питанні необхідно знайти баланс між дотриманням принципу свободи слова та захисту національних інтересів в інформаційній сфері.
- Використання соціальних мереж, а також інших інтернет-платформ, для поширення наративів російської пропаганди, потребує від української влади продумати юридичні механізми, які б урегульовували питання розповсюдження дезінформації на таких інтернет-майданчиках.

У контексті протидії розповсюдженню російської пропаганди небезпеку становить ризик встановлення української державної цензури. Тож, українська влада має неухильно дбати про дотримання принципів свободи слова, незалежності діяльності ЗМІ та плюралізму думок у суспільстві.





МЦПД

Міжнародний центр перспективних досліджень

Телефон: +38 (044) 334-30-57

Електронна пошта: office@icps.com.ua

www.icps.com.ua