

УДК 070:659.1

## МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІД ЧАС ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ В УКРАЇНІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ

Северин Стецюк

Український вільний університет,  
вул. Барелліштрассе, 9А, Мюнхен, Німеччина  
e-mail: [lpuboy@gmail.com](mailto:lpuboy@gmail.com)

У статті розглянуто пропагандистські технології, які застосовує Росія в інформаційній війні проти України у 2014-2017 роках. Здійснено спробу обґрунтувати російсько-український збройний конфлікт у площині гібридної війни, звернуто увагу на те, що інформація стає головним засобом протистояння, а також одним із ключових елементів в національній безпеці України. Проаналізовано маніпулятивний феномен «множинності правд» і його вплив на громадську думку в Україні.

*Ключові слова:* гібридна війна, інформаційна війна, маніпулятивні технології, російська пропаганда, нові медіа.

Обставини, в яких опинилась Україна на її поточному етапі історії, ще обов'язково будуть приводом для досліджень світової наукової громадськості. З настільки різновекторним тиском жодна держава сучасності ще не зустрічалась, відчуваючи на собі всеможливі види атак – військові, психологічні, інформаційні, економічні, фінансові, політичні, культурні. Гібридну війну Росії проти України неможливо визначити як лише військово-інформаційну. У конфлікт залучено абсолютно всі фактори, сфери суспільства.

Сам термін «гібридна війна» не є новим – його формування розпочалось у 2000-х роках, коли виникли такі поняття як «hybrid warfare» (“гібридна війна”) та «network centric warfare» (“мережево-центрична війна”) [22]. Тоді в науковій думці Заходу було здійснено перші спроби описів нових типів воєн інформаційного суспільства. Сам термін спершу не було сприйнято в контексті військової доктрини. Втім, важлива роль інформаційного чинника, введення нерегулярних військових боїв, використання розвідувально-диверсійних тактичних груп, застосування терористичних методів, формування так званих «ополчень», утворення квазіреспублік, при цьому офіційне заперечення участі у бойових зіткненнях, змусили визнати новітній тип війни і перевернути уявлення про її класичне розуміння.

Унікальність українсько-російського протистояння в надпотужній ролі, яку відіграє інформаційна складова. Головнокомандувач об'єднаних Збройних сил НАТО в Європі Ф.Брідлав на саміті 2014 року в Уельсі заявив: «Це найбільш дивовижний інформаційний бліцкриг, який ми коли-небудь бачили в історії інформаційних воєн» [15]. І не дивно, бо ж інформаційна кампанія розкинулась широко – це території, які

захоплював агресор; країна, проти якої здійснювався напад; пропаганда всередині держави-нападника; міжнародне товариство; союзники країни, проти якої здійснювався акт агресії. Приклад України не можна назвати цілком унікальним, адже події в нашій країні потрапляють під такі відомі категорії як «compound warfare» («змішана війна»), «irregular warfare» («нерегулярна війна»), «unconventional warfare» («нетрадиційна війна») [21]. Проте саме роль інформації як головної зброї, її конвертація у засіб агресії, політична історія в контексті воєн сучасності ще не бачила. Саме події в Україні змусили НАТО створити у 2014 році Центр стратегічних комунікацій (NATO Strategic Communications Centre of Excellence), серед завдань якого – вивчення питань гібридної війни [6].

Та все ж у Заході сьогодні відсутнє об'єктивне розуміння картини гібридної війни в Україні, її нюансів та специфіки, що часто призводить до ускладнення міжнародних діалогів. Український досвід, що дістається ціною життів тисяч людей і квадратними кілометрами захоплених територій, має обов'язково передаватись європейцям, трансформуватись у дискусії, конференції, потоки важливих інформаційних знань, адже ця тематика є однією з найголовніших актуальних безпекових проблем на континенті і поза ним. Тому сьогодні необхідний всебічний аналіз українського питання з метою вироблення стратегії захисту інформаційного простору, протидії ворожим атакам і застосування українського досвіду у практичних цілях іншими державами.

Інформаційна війна, яка ведеться Росією, виходить за межі України і розповсюджується на сусідні нам територіально країни, досягаючи будь-яких точок планети. За різними оцінками російський уряд витрачає на інформаційні атаки від 1,4 до 8 мільярдів доларів кожного року, що є астрономічною сумою, яка перевершує бюджети багатьох держав. Американський конгресмен Д.Майк заявив, що за його інформацією В.Путін витратив на пропаганду проти України під час Євромайдану, подій на Донбасі та у Криму 9 мільярдів доларів [7]. У 2015 році неурядова організація «Інформаційний супротив», яка є ініціативою проекту «Центр воєнно-політичних досліджень» і спеціалізується на протидії військовим, економічним, енергетичним, а головню інформаційним загрозам національній безпеці України [9], продемонструвала результати широкомасштабного аналізу ресурсів і затрат Росією на інформаційну війну проти України. За словами експерта з інформаційної безпеки групи «Інформаційний супротив» В.Гусарова, напряму із держбюджету Росії виділяється 3,5 мільярди доларів у рік на інформаційну війну за окуповані території України та на інформаційну експансію Росії у Європі [14]. Так, за підрахунками «ІС», лише у 2015 році росіяни виділили із федерального бюджету 5,5 мільйонів доларів на інформаційні заходи з метою підтримки сепаратистських заходів на Донбасі [8].

Фактично безлімітне використання державного бюджету на пропагандистську політику, вдале використання нових медій, дозволило Росії повернути біполярний лад у світі. Ні Європейський Союз, який не здатен узгодити та уніфікувати єдиний комунікаційний канал з ведення інформаційної політики, ні Україна не можуть протистояти на рівні з Росією у веденні інформаційної війни. Політолог Є.Магда переконаний: «Першочерговим нашим завданням є донесення до країн і громадян Європи того, що відбувається в Україні. Вивчаючи ситуацію в Україні, вони повинні підготуватися до негативного для себе розвитку подій» [13]. На думку Є.Магда, Україна – не кінцева мета Путіна в гібридній війні. «Опір України дуже несподіваний для

Росії, адже там не очікували, що Україна переживе 2014 рік у такому вигляді. Поки Україна бореться, інші країни можуть відточувати свою інформаційну політику і готуватися до можливої агресії. Думаю, що один з уроків, який Україна може дати європейцям – це те, що війна відбувається не тільки на полях битв. Це війна не тільки за території. Це війна за наші з вами мізки, за нашу з вами свідомість», – зазначив авторитетний політолог [13].

Солідарний з ним і Віталій Мороз, керівник напрямку нових медій громадської організації «Інтерньюз Україна», який впевнений, що тактика Росії є дуже цікавою з точки зору досліджень. Якщо до війни українські журналісти звикли працювати в режимі розповідання фактів, то обрамлення, які задали російські ЗМІ, розмивають ці правила, знищують категорії добра і зла, правду і неправду. Іншими словами, вони грають за принципом постмодернізму – можливо все. В таких умовах реципієнт втрачає концентрацію, а комунікант керує його свідомістю: «Коли глядач чи слухач губиться і не розуміє, що відбувається, то ним легше маніпулювати. У нього залишається враження якогось інформаційного фону. Створюється багато-багато контенту, який апелює до раціональних почуттів» [13].

Доктор філологічних наук, професор, автор численних книг з питань комунікації, інформаційних воєн Г. Почепцов назвав цей феномен терміном «множинність правд», який сам дослідник визнає новим поняттям [5]. Якщо раніше можна було чітко ідентифікувати правду і брехню, оскільки за диктаторської ідеології єдино-правильною лінією було те, що публікує партійна преса, то в інформаційному суспільстві, у центрі якого знаходиться такий супермедіум як Інтернет, що надає можливість отримати знання з будь-якої точки планети, категорія сприйняття «правди» нівелюється. Росія, за підтримки могутнього комунікаційного ресурсу, намагається виконати одразу кілька завдань: вносити дезінформацію, атакувати цінності Заходу, контролювати масову свідомість у «сірих зонах», де вона бере участь у конфліктах, підтримувати позитивне тло і настрої власного суспільства [23].

Інтернет виявився для влади Росії занадто динамічною системою з глобальними хвилями резонансу, з якою справитись в умовах інформаційного суспільства архіскладно, якщо ти не повністю закрита структура, як, скажімо, КНДР. Аудиторія російського інтернету становить 80% від населення країни [16], а якщо брати до уваги населення всієї Росії у віці від 16 років, то цей показник становить 70,4% за даними GfK та фонду «Общественное мнение» [2]. Поза синтетичним світом, який вимальовує російське телебачення, користувачі мережі спостерігають за іншими явищами дійсності у світі, які не співпадають з реальністю, що культивують федеральні ЗМІ. І там Росія не супердержава, а ізольований суб'єкт міжнародного права.

Інформаційна політика Росії розповсюджує депресивні настрої всередині країни та ззовні, вводячи людей в стан когнітивного дисонансу. А.Архангельський називає це «негативною ідеологією» [1]. Це певна форма сугестивного песимізму, ціль якого переконати людей в тому, що краще уже не буде ніколи і стоїчно прийняти це як аксіому. Тисячі проросійських засобів масової комунікації, які підтримуються мільярдами фінансовими вливаннями, тиражують підміну понять, реальностей, втілюючи настанови Йозефа Геббельса про важливість повторень, поки громадськість не засвоїть її.

О.Баришполець у монографії «Брехня в інформаційному просторі та міжособовій комунікації» зазначала, що підміна істинної дійсності неістинною, вигаданою

або неправдивою соціальною дійсністю, робить із людини, що стала на цей шлях, перевертня [3, с. 110]. Коли в суспільстві такі феномени є поодинокими, то це дає можливість адекватним людям відчувати себе природно, а отже підтримувати нормальні умови соціального життя. Якщо спотворення соціальної дійсності набуває ознак тотальності, то в такому деформованому соціальному просторі нелицемірні, щирі, відверті і правдиві люди сприймаються їхнім оточенням як диваки. Така інформація розрахована на середньостатистичного «масового» громадянина, на почуттях, стереотипах, емоціях якого грає пропаганда. В той же час більш інтелектуальні прошарки населення залишаються поза цим фреймом — їх не сприймає соціум, вибудований по антиутопії Джорджа Оруелла «1984». Цим людям важко відшукати мотивацію перебування у власній країні, знайти інструментарії боротьби в подібному середовищі. В результаті складається ситуація, коли велика частина суспільства, що підтримує владу, живе в підміненій реальності, а інша – деморалізована, зневірена, соціально пригнічена. Власне ще Т.Адорно і К.Юнг писали про те, що авторитарна пропаганда веде народ до невиправданих, клінічних девіацій та важких екзистенційних криз [4, с. 61].

Тут росіянами застосована і така відома модель соціально-психологічної комунікації, як «спіраль мовчання», відкрита німецькою дослідницею Е. Ноель-Нойман [12, с. 46]. За її гіпотезою, людина, що перебуває в меншості, більше мовчить і не висловлює власну думку, тим самим приєднуючись до більшості. Оскільки людина боїться опинитись в меншості, а в масовій комунікації вона не віднаходить відображення своєї думки, така людина зберігає мовчання. У державах, де практикується маніпуляція громадської думки, висвітлюватиметься одна точка зору на протизагугу іншій, що буде табуована. Оскільки мас-медіа коригують думку суспільства за допомогою «правильної» подачі інформації, «лідерів думок» і сфальсифікованих соціологічних досліджень, сторона, яка має протилежну думку, не бажаючи опинитись в ізоляції, мовчатиме.

У Радянському Союзі існувала така форма комунікації, як «розмови на кухні», коли обговорювались теми, що суперечили позиції ЗМІ і партії [12, с. 47]. Електронні ЗМК дають змогу вільно поширювати власну думку на інтернет-сайтах, в коментарях, у соціальних мережах. Однак, після декількох арештів людей у Росії за публікацію статті, коментаря або навіть так званий «репост» (копіювання інформації джерела на сторінку свого профілю у соціальній мережі), «спіраль мовчання» ще більше стиснулася. За допомогою використання подібних маніпулятивних прийомів, залякувань, російська влада утримує потрібні настрої у суспільстві, а також у регіонах, які перебувають в її ідеологічному, військовому та інформаційному протектораті, в тому числі українські Крим та Донбас.

Вплив російських ЗМІ на Україну залишився до сьогодні. Соціологічні дослідження 2014-2015 років показали, що кожен п'ятий українець переглядав новини на російських ЗМІ (принаймні, декілька разів у місяць) [10]. Щоправда, ставлення до цих каналів погіршилось на 60%. Також 22% глядачів регулярно звертались однаково до українських та російських ЗМІ. Варто зазначити, що ці результати Київський міжнародний інститут соціології отримав влітку 2015 року на тлі заборони низки російських федеральних телеканалів і без врахування думки жителів окупованих територій. Більш оптимістичні дані були отримані КМІСом у 2017 році (проведено було 2040 інтерв'ю з респондентами, які проживають у 110 населених пунктах

України лише на територіях, що контролюються урядом) [18]. Результати, отримані соціологами, продемонстрували, що домінантне число опитаних (87,1%) дізнаються про війну в Криму та на Донбасі із українських загальнонаціональних телеканалів, причому 40% – із Інтернету (ще 20,6% із соціальних мереж, трохи менше — із радіо та друкованих ЗМІ). Кожен 13-й українець на третьому році українсько-російського протистояння продовжував звертатись до російських телеканалів, однак довіра до них у цих глядачів була мінімальною (1,3%). Та все ж ця цифра продовжує бути значною, якщо зважити на те, що доступ до російських каналів має лише 10% населення України (переглядати федеральні канали можна за допомогою сателіта, в інтернеті, у деяких кабельних мережах та як аналогове мовлення на окремих територіях південних та східних частин України).

Тож, як бачимо, витиснути зі свого інформаційного поля Росію цілком Україні не вдалось. Якщо поглянути на інтернет-ресурси, які найчастіше відвідують українці (а це важливо, оскільки 2/3 наших співвітчизників черпають інформацію політичного характеру звідти), то у сотні найбільш читабельних електронних ЗМІ ми побачимо такі пропагандистські російські сайти, як [ria.ru](http://ria.ru), [vesti.ru](http://vesti.ru), [kr.ru](http://kr.ru), [rbc.ru](http://rbc.ru), [gazeta.ru](http://gazeta.ru), [strana.ua](http://strana.ua), [aif.ru](http://aif.ru), [lenta.ru](http://lenta.ru), [smi2.ru](http://smi2.ru). Платформи медіагрупи [mail.ru](http://mail.ru) здали провідні позиції після їх заборони, та все ж залишились впливовими. На усіх разом вони збирають близько чверті українських інтернет-користувачів у віці старших, ніж 15 років, без врахування користувачів з Криму [17].

Велике число джерел та різnorodність інформації, яку вони несуть, створили в соціумі так звану «множинність правд» – правд, які дуже складно розпізнати, а інколи й виділити раціональне з-посеред масового лексико-семантичного потоку. В українських медіях, на жаль, склалась двозначна ситуація: з одного боку усі загальнонаціональні телеканали і найбільш впливові електронні засоби масові комунікації мають яскраво виражену патріотичну позицію, з протилежного – ці канали належать олігархам, які перебувають у тісних стосунках з владою, а деякі з них – із російською верхівкою. Відтак, ефект множинності правд, помножений на збиток інформації і надмірний негатив призвів до повної індиферентності населення. Повідомлення про багатомільйонні корупційні діяння високопоставлених чиновників, сюжети про вседозволеність та безкарність їхніх дітей сприймаються буденно та з відстороненістю від процесу.

Соціологічне дослідження КМІСу 2017 року відобразило усі ці фактори у детальних цифрах [20]. Так, 40,4% респондентів відповіли, що довіряють загальнонаціональним телеканалам України при перегляді новин про збройне протистояння на Донбасі (при цьому на сході України лише 22,2%). На другому місці серед джерел інформації, які користуються довірою, що дуже важливо – родичі, друзі, сусіди, колеги по роботі (18,8%). Як бачимо, глобальний доступ до інформації в складних умовах у державі спричинив зворотну – реакцію кожен п'ятий українець готовий довіряти, як у радянські часи, своїм знайомим чи близьким більше, ніж ЗМІ (Інтернет-ЗМІ довіряють 17,5%, соціальним мережам – 7,1%, радіо – 5,3%, газетам – 3,8%).

Не менш показовими є й інші результати дослідження, які демонструють плюралізм думок по всіх регіонах України. Громадянам було запропоновано відповісти на питання «Події, що відбулися взимку 2014 року в Києві – це незаконний збройний переворот?». За результатами опитування 34,3% респондентів по всій Україні погоджуються з цим, 27,2% повністю не погоджуються і 21,1% скоріше не погоджуються.

Більшість громадян покладають відповідальність за зрив перемир'я та Мінський процес на Росію, а не на Україну. Так, 66,4% опитаних погодились із твердженням «Росія та «ЛНР/ДНР» цілеспрямовано зривають перемир'я і Мінський процес». Разом з тим 38,8% підтримують твердження, що «Київський уряд цілеспрямовано зриває перемир'я і Мінський процес».

Квінтесенцією опитування, яке продемонструвало апогей амбівалентності оцінок різних подій одними і тими ж громадянами України, стали результати таких опитувань: 65,5% українців погодились із тезою, що «війна триває, тому що вона вигідна київському уряду і олігархам». 70,7% погодились із тезою, що «війна триває, тому що Росія не виводить свої війська з Донбасу і не припиняє підтримку «ЛНР/ДНР»».

Відомий український медіакритик Отар Довженко прокоментував так результати цього дослідження: «Мій особистий висновок: питома каша в головах, помножена на зневіру і сумбур політичних процесів, є більшою небезпекою за російську пропаганду» [11]. Думка доволі суперечлива, адже явна чи прихована російська пропаганда, звісно, теж приклалась до множинності думок українських громадян, хоча головна відповідальність все ж знаходиться в межах повноважень українських ЗМК та Міністерства інформаційної політики.

Якщо порівняти дані соціологічного опитування 2015 року з даними, одержаними через два роки, то помітно, що відсоток тих, хто отримує інформацію про стан справ в Україні з українських телеканалів, дещо зріс: 83% – у 2015 році і 87,1% – у 2016-му. Суттєво більше значення почали відігравати родичі та знайомі як джерело інформації, в той час як довіра до українських телеканалів знизилась: 50% – у 2015 році і 40,4% – у 2016-му. З думкою, що «події зими 2014 року – це збройний переворот», у 2015 році погодились 27%, у 2016 – 34,3%; що це народна революція, вважали 61%, у 2016 році – 56,4%.

Від часу створення Міністерства інформаційної політики України в кінці 2014 року так і не було вироблено єдиної стратегії із системної протидії загрозам агресора. Усі дії держави, покликані на захист інформаційного поля, досі є хаотичними і фрагментарними, що не допустимо під час ведення гібридної війни. Олігархізація медій, дискредитована судова, законодавча і виконавча гілки влади, непрозоре проведення реформ, нездатність до конструктивної роботи та діалогу з населенням, призводить до зневіри і депресивності, в чому зацікавлений агресор. Варто звернути увагу на таку негативну тенденцію в ході репрезентативних соціологічних досліджень, що у середньому при відповіді на кожне із суспільно важливих питань, близько 20% населення в кожній із частин України говорять «важко відповісти». П'ята частина українців не змогла сформулювати думку за три роки українсько-російського протистояння, хоча лише 11% зізнались, що не отримували жодної інформації про воєнні дії та Крим. Це питання також знаходиться в площині вирішення Міністерства інформаційної політики.

Як зазначає Г.Почепцов, парадигма правди сьогодні почала змінюватись, і ми виявились не готовими керувати цим інструментом [5]. З першою хвилиною інформаційної війни 2014-2015 року нам вдалося справитись, однак коли час вимагав системних перебудов, фундаментальних, докорінних змін у всіх галузях, особливо в плані інформаційної безпеки, оскільки саме вона є одним з головних осердь національної безпеки, ми зупинились.

Повсякчасне фільтрування інформації, що надходить ззовні, аналіз українського медійного поля, вироблення стратегій боротьби із запобігання кібератакам, спільні з науковцями (істориками, соціологами, журналістами, психолінгвістами) проекти із досліджень та напрацювань по захисту української ідентифікації, застосування і впровадження моделей із захисту інформаційної безпеки – ось ті першочергові завдання, які сьогодні повинні виконуватись Міністерством інформаційної політики. На одному рівні з ними мають виникати сучасні засоби масових комунікацій, в тому числі іноземними мовами, які інформуватимуть про головні події в Україні. Дій Міністерства закордонних справ замало для підтримки інформаційної картини, повинен вмикатись медійний фактор за допомогою інструментів нових медій.

Як показують виклики часу, боротьба за свідомість українських громадян перейшла в нову площину. Потрібні нові теоретико-методологічні підходи при вивченні цих проблем. Важливою є співпраця із міжнародними фахівцями та максимальна зосередженість на елементах безпеки інформації. Ведення нового типу війни в Україні змушує нас мобілізуватись. Дж.Байрон писав: «Навіть тисячі років мало, щоб створити державу, але однієї години досить, щоб вона розвіялась на порох» [19, с. 314]. Без розуміння важливості цих аспектів, нам буде щораз складніше втримувати паритет у інформаційній війні з агресором. «Глобальний простір перебуває зараз на межі формування: ідеологічні концепти, державні іміджі, культурні цінності, світові релігії – усе постає єдиним постмодерним дискурсом з жорсткою конкуренцією», – вважає кандидат психологічних наук, відомий український тренер з нейролінгвістичного програмування В.Зеленін [4, 43].

Інформаційна війна в сучасних умовах вимагає сучасних досліджень і розробок в галузі нових медій. Контрборотьба не може обмежуватись тільки недопуском пропагандистських засобів масової комунікації в наш комунікаційний простір. Росією сьогодні застосовуються найсучасніші засоби комунікації із використанням інформаційних груп диверсантів, як-то «фабрики тролів», у якій працюють спеціально навчені особи, що залишають коментарі в електронних мас-медіях, впливаючи на думку читачів. Також широко застосовуються майданчики у соціальних мережах, де за допомогою різних інструментів та засобів здійснюється вплив на аудиторію. Глобальний мережевий світ вимушує адекватно реагувати на його виклики, в тому числі здійснюючи актуальні дослідження, розроблюючи концепти, за допомогою яких ми зможемо захистити національний інформаційний простір і доносити події в Україні до світу. В ситуації, коли незалежність нашої держави залежить від реакції міжнародної спільноти, в Україні діє лише два електронні ЗМІ, які висвітлюють новини іноземною мовою (англійською). Такий стан справ є неприйнятним і потребує негайної реакції на державному рівні. Якою Україна буде завтра, через рік, десятиліття, залежить від наших рішень сьогодні.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Архангельский А. Распаренная совесть. Colta. 6 сентября 2016 года. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: <http://colta.ru/articles/society/12330>
2. Аудитория Рунета перестала расти. Медуза. 27 января 2017 года. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: <https://meduza.io/news/2017/01/27/auditoriya-runeta-perestala-rasti>

3. Баришполец О.Т. Брехня в інформаційному просторі та міжособовій комунікації : монографія / О.Т. Баришполец; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 648 с.
4. Зеленін В.В. По той бік правди: нейролінгвістичне програмування як зброя інформаційно-пропагандистської війни. – Вінниця: ТОВ Віндрук. – 2014. – 384 с.
5. Георгий Почепцов: Сегодняшний мир столкнулся с новой технологией — «множественностью правд» [Електронний ресурс] // «Хвиля». – 11.09.2016. – Режим доступу до статті: <http://hvylya.net/analytics/tech/y-mir-stolknulsya-s-novoyu-technologiey-mnozhestvennostyu-pravd.html>
6. «Гібридна війна» як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу [Електронний ресурс] // «Дзеркало Тижня. Україна». – 23.01.2015. – Режим доступу до статті: <http://gazeta.dt.ua/internal/gibridna-viyna-yak-klyuchoviy-instrument-rosiyskoyi-geostrategiyi-revanshu-.html>
7. Дэн Майк: Путин вложил 9 миллиардов в свою пропаганду [Електронний ресурс] // Деловая столица. – 18.09.2014. – Режим доступу до статті: <http://www.dsnews.ua/politics/den-mayk-putin-vlozhil-9-milliardov-v-svoyu-propagandu-18092014193600>
8. Експерт вказав, скільки Росія витрачає на інформаційну війну проти України [Електронний ресурс] // ЗІК. – 20.11.2015. – Режим доступу до статті: [http://zik.ua/news/2015/11/20/ekspert\\_vkazav\\_skilky\\_rosiya\\_vytrachaie\\_na\\_informatsiynu\\_viynu\\_protiv\\_ukrainy\\_644668](http://zik.ua/news/2015/11/20/ekspert_vkazav_skilky_rosiya_vytrachaie_na_informatsiynu_viynu_protiv_ukrainy_644668)
9. Информационное Сопротивление. О нас [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті : <http://sprotuv.info/ru/o-nas>
10. Майже 20% українців дивляться новини на російських каналах [Електронний ресурс] // «Дзеркало Тижня. Україна». – 23.06.2015. – Режим доступу до статті: [http://dt.ua/UKRAINE/mayzhe-20-ukrayinciv-divlyatsya-novini-na-rosiyskih-kanalah-177441\\_.html](http://dt.ua/UKRAINE/mayzhe-20-ukrayinciv-divlyatsya-novini-na-rosiyskih-kanalah-177441_.html)
11. Отар Довженко. Власна сторінка на Facebook [Електронний ресурс]. – 13.02.2017. – Режим доступу до статті: <https://www.facebook.com/otardovzhenko/posts/10154747494725873>
12. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – М.: «Рефл-бук»; К.: «Ваклер», 2006. – 656 с.
13. Росія витрачає на інформаційну війну найбільше у світі – українські експерти [Електронний ресурс] // ZMIYA. – 27.09.2016. – Режим доступу до статті: <http://zmiya.com.ua/page/57ea89b384265a024d610e8a/news/40821-gosya-vitrachaye-nanformacynuu-vynu-nayblshe-u-svt-ukrayinsk-eksperti.html>
14. Россия тратит на информационную войну \$3,5 млрд в год – эксперт [Електронний ресурс] // bykvu.com. – 26.09.2016. – Режим доступу до статті: <https://bykvu.com/bukvu/44436-rossiya-tratit-na-informacionnuu-vojnu-3-5-mlrd-v-god-ekspert>
15. Сергій Оснач. Мовна складова гібридної війни [Електронний ресурс] // Colta. Інтернет-книгарня ВВК. – Режим доступу до статті: <http://www.korekta-vk.com/preskafe/avtory/osnach>
16. Тип целевой аудитории в Рунете [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: <http://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php/>
17. Топ-100 онлайн-СМИ: украинцы читают «Сегодня» и ресурсы mail.ru [Електронний ресурс] // ain.ua. – 29.06.2016. – Режим доступу до статті: <https://ain.ua/2016/06/29/top-100-onlajn-smi-ukraincy-chitayut-segodnya-i-resursy-mail-ru>



18. Українці дивляться телебачення більше, але довіряють йому менше – дослідження [Електронний ресурс] // Радіо Свобода. – 13.02.2017. – Режим доступу до статті: <https://www.radiosvoboda.org/a/28307379.html>
19. Чічановський А.А., Старіш О.Г. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем : підручник. – К. : Грамота, 2010. – 568 с.
20. Як російська пропаганда впливає на суспільну думку в Україні [Електронний ресурс] // petrimazera.com. – 17.02.2017. – Режим доступу до статті: <https://petrimazera.com/russianagitationforukraine.html>
21. Hoffman Frank G. Hybrid Warfare and Challenges / F.G.Hoffman // Joint Force Quarterly (JFQ). – 2009. – Issue 52, Forth Quarter. – P. 34-39
22. Hoffman Frank G. Hybrid Threats: Reconceptualizing the Evolving Character of Modern Conflict / F.G.Hoffman // Strategic Forum. – Institute for National Strategic Studies (INSS), National Defence University (NDU). Washington, DC, April 2009. – No. 240. – P. 1-8.

## MANIPULATIVE TECHNOLOGIES DURING THE HYBRID WARFARE IN UKRAINE AND THEIR INFLUENCE ON PUBLIC OPINION

**Severyn Stetsyuk**

*Ukrainian Free University,  
Barellistrasse, 9A, Munich, Germany  
e-mail: [lpuboy@gmail.com](mailto:lpuboy@gmail.com)*

In the article are considered some technologies of propaganda used by Russia in the information warfare against Ukraine in 2014-2017. The author describes the definition «hybrid warfare» and kinds of it – «network centric warfare», «compound warfare», «unconventional warfare». In the research was made an attempt to substantiate the Russian-Ukrainian armed conflict in the aspect of hybrid warfare. Also, attention is drawn to the fact that information takes the main place in confrontation, as well as one of the key elements in the national security of Ukraine. The research gives an understanding about resources spent by Russia in confrontation against Ukraine. The focus is directed on psychological tricks that are used in Russian mass media. The manipulative phenomenon named «plurality of truths» and its influence on public opinion in Ukraine is analyzed. In conclusion, the author draws attention to the importance of new media and the challenges that Ukraine faced during the hybrid war.

*Key words:* hybrid warfare, information warfare, manipulative technologies, Russian propaganda, new media.