

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ, БІЗНЕСУ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ, ПЕРЕКЛАДУ
ТА ПРОФЕСІЙНОЇ МОВНОЇ ПІДГОТОВКИ**

Кваліфікаційна робота магістра

на тему:

**«КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ РФ ПРОТИ
УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ АНГЛОМОВНИХ ЗМІ)»**

Виконала: студентка II курсу

групи ФЛ-23-1зм

спеціальності 035 Філологія

спеціалізації 035.041

Германські мови та літератури

(переклад включно), перша – англійська

Мойсеева Анастасія Сергіївна

Керівник: д. пед. н., к.філол. н., проф. Павленко О.О.

Рецензент: к.філол.н., доц. Яшкіна В.В.

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

(підпис)

Дніпро – 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ
СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ

Факультет економіки, бізнесу та міжнародних відносин
Кафедра іноземної філології, перекладу та професійної мовної підготовки
Освітній рівень магістр
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно),
перша – англійська

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри _____
« ____ » _____ 20__ року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

МОЙСЕЄВІЙ АНАСТАСІЇ СЕРГІЇВНІ

- Тема кваліфікаційної роботи магістра (проєкту) «Комунікативні стратегії інформаційної війни рф проти України (на прикладі англomовних ЗМІ)»
Керівник кваліфікаційної роботи (проєкту) д. пед. н., к.філол.н., проф., доцент Павленко Олена Олександрівна, затверджені наказом УМСФ від « ____ » _____ 20__ року № ____
- Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проєкту) _____ 20__ р.
- Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проєкту): теоретичні засади теорії комунікативних стратегій та інформаційної війни, наративи рф
- Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1) здійснити огляд теоретичних джерел; 2) розглянути комунікативні стратегії, які застосовуються рф з метою поширення дезінформації; 3) запропонувати рекомендації щодо протидії дезінформації; 4)здійснити стилістичний аналіз наративів рф проти України на прикладі англomовних ЗМІ.
- Консультант розділів кваліфікаційної роботи (проєкту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Павленко О.О., д. пед. н., к.філол. н., проф. , доц.	09.09.2024	09.09.2024
Розділ 1	Павленко О.О., д. пед. н., к.філол. н., проф. доц.	02.10.2024	02.10.2024
Розділ 2	Павленко О.О., д. пед. н., к.філол. н., проф. доц.	01.11.2024	01.11.2024
Висновки	Павленко О.О., д. пед. н., к.філол. н., проф. доц.	02.12.2024	02.12.2024

6. Дата видачі завдання _____ 09.09.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів работ и (проєкту)	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	вересень 2024	виконано
2.	Добір фактичного матеріалу	вересень 2024	виконано
3.	Написання вступу	вересень 2024	виконано
4.	Написання теоретичного розділу	жовтень 2024	виконано
5.	Написання практичного розділу	листопад 2024	виконано
6.	Формулювання висновків	грудень 2024	виконано
7.	Одержання відгуку та рецензії	січень 2025	виконано
8.	Захист	січень 2025	виконано

Магістрант

_____ (підпис)

А. С. Мойсєва
_____ (ініціали та прізвище)

Керівник роботи

_____ (підпис)

О. О. Павленко
_____ (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Магістерська кваліфікаційна робота – 87 стор. основного тексту, 91 джерело, 11 додатків.

Об’єкт дослідження: інформаційна війна рф проти України.

Мета роботи: дослідження є аналіз комунікативних стратегій інформаційної війни рф проти України на прикладі англomовних ЗМІ, визначення основних прийомів і наративів та виявлення їхнього впливу на формування міжнародного сприйняття подій в Україні; розробка рекомендацій щодо протидії дезінформації.

Теоретико-методологічні засади: теорія інформаційних війн, методологія аналізу комунікативних стратегій в період війн, наукові тематичні різногалузеві праці вітчизняних та зарубіжних фахівців, емпіричне вивчення прикладів з англomовних ЗМІ.

Отримані результати: комунікативні стратегії інформаційної війни – це методи та тактики, які використовуються з метою пропаганди, дезінформації, маніпуляції та впливу на думку громадськості в умовах війни за допомогою ЗМІ, зокрема й соціальних мереж. Метою комунікативних стратегій інформаційної війни рф визнано дестабілізацію та розкол українського суспільства, виправдання та підтримку власних політичних та військових цілей. Виконаний стилістичний аналіз надав можливості розкрити художні, емоційні й смислові особливості наративів рф. Здобуті результати можуть бути використані у вивченні стилістичного аналізу як одного з методів аналізу інформації для протидії та запобігання дезінформації, а також поширенні практичного його використання.

Ключові слова: *інформаційна війна, комунікативні стратегії, Україна, російська агресія, наративи рф, пропаганда, дезінформація, англomовні ЗМІ.*

SUMMARY

The presented paper is dedicated to the analysis of communication strategies of the Russian Federation's information war against Ukraine in English-language media.

The object of the work can be defined as the information war of the Russian Federation against Ukraine.

The main aim of the paper consists in analyzing the communication strategies of the Russian Federation's information war against Ukraine in English-language media, identify the main techniques and narratives, and develop recommendations for countering disinformation.

The theoretical and methodological framework is based on the theory of information wars, the methodology for analyzing communication strategies during wartime, multidisciplinary academic works by domestic and foreign specialists, and empirical analysis of examples from English-language media.

Communication strategies in the information war are methods and tactics used to promote propaganda, disinformation, manipulation, and influence public opinion during wartime through media, including social networks. The purpose of the communicative strategies of the Russian Federation's information warfare is recognized as the destabilization and division of Ukrainian society, as well as the justification and support of its own political and military objectives. A stylistic analysis was conducted to reveal the artistic, emotional, and semantic characteristics of Russian Federation narratives.

The obtained results can be utilized in the study of stylistic analysis as a method for analyzing information to counter and prevent disinformation, as well as in the dissemination of its practical application.

Keywords: *information war, communication strategies, Ukraine, Russian aggression, Russian Federation narratives, propaganda, disinformation, English-language media.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ ЯК ЛІНГВІСТИЧНОГО ЯВИЩА	6
1.1. Базові поняття дослідження: сутність та структура	6
1.2. Комунікативні стратегії: види та класифікації.....	15
1.3. Комунікативні стратегії інформаційної російсько-української війни... 36	
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ НАРАТИВІВ РФ .	44
2.1. Методи та засоби інформаційного впливу	44
2.2. Стилiстичний аналіз наративів РФ.....	48
2.3. Рекомендації щодо протидії комунікативним стратегіям інформаційної війни РФ проти України	75
ВИСНОВКИ	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	89
ДОДАТОК А	100
ДОДАТОК Б.....	101
ДОДАТОК В	102
ДОДАТОК Г	103
ДОДАТОК Д.....	104
ДОДАТОК Е	105
ДОДАТОК Ж	106
ДОДАТОК З.....	107
ДОДАТОК К	108
ДОДАТОК Л	109
ДОДАТОК М	110

ВСТУП

Дослідження теми комунікативних стратегій інформаційної війни рф проти України є наразі актуальною та нагальною проблемою, оскільки рф веде гібридну війну проти України, використовуючи інформаційну зброю у ЗМІ, яка значно впливає на ситуацію у світі. До того ж інформаційна війна є невід'ємною частиною сучасних конфліктів, у яких поряд з військовими діями застосовуються інформаційний, психологічний тиск, маніпуляції та дезінформація. У збройному конфлікті між рф та Україною, рф особливу увагу надає інформаційній війні, маніпулюючи психікою аудиторії та розповсюджуючи активно дезінформацію по всьому світу. Особливе значення має діяльність англomовних медіа, таких як RT ("Russia Today") та Sputnik, журнал "Russia Profile", "Sputnik International" (раніше "Voice of Russia"), через які росія прагне вплинути на міжнародну аудиторію, формуючи негативний імідж України та центр протидії дезінформації, який має на меті спростувати ці наративи.

Різні аспекти питання комунікативних стратегій інформаційної війни дослідженню вітчизняні науковці (Бацевич Ф.С., Бобошко Т.М., Богуш Д.О., Гур'єв В.І., Желіховський В.М, Ігнатенко Л.Ю, Ліпкан В.А., Лизанчук В.В., Максименко Ю.Є., Мехед Д.Б., Пастернак Т.А., Прокоф'єв Д.М., Рудник Р.М., Саприкін О.А., Стаднік А.В., Ткач Ю.М., Фірсова І.В., Фролової І.Є., Чирва Р.М., Шпиґа П.С., Юдін О.К. та ін.) та зарубіжні (Дж.Стейн та ін.).

Актуальність роботи полягає в необхідності вироблення ґрунтового підходу до аналізу методів і стратегій інформаційного впливу як інструментів маніпулювання громадською думкою та посилення геополітичних позицій рф; вивчення шляхів розпізнавання, боротьби та протидії цим наративам.

Наукова новизна дослідження полягає в стилістичному аналізі комунікативних стратегій, які використовуються у англomовному медіа-просторі для ведення рф інформаційної війни проти України.

Об'єктом дослідження є інформаційна війна рф проти України.

Предметом дослідження є комунікативні стратегії, які реалізуються через англomовні медіа у контексті інформаційної агресії рф проти України.

Метою дослідження є аналіз комунікативних стратегій інформаційної війни рф проти України на прикладі англomовних ЗМІ, визначення основних прийомів і наративів та виявлення їхнього впливу на формування міжнародного сприйняття подій в Україні; розробка рекомендацій щодо протидії дезінформації.

Для дослідження поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

1. Ознайомитись із базовими поняттями дослідження, надати їх визначення.
2. Розглянути види та класифікацію комунікативних стратегій.
3. Дослідити комунікативні стратегії інформаційної російсько-української війни.
4. Визначити методи та засоби, завдяки яким здійснюється інформаційний вплив.
5. Здійснити стилістичний аналіз наративів рф на прикладі англomовних ЗМІ.
6. Надати рекомендації щодо протидії комунікативним стратегіям інформаційної війни рф проти України.

Матеріалом дослідження стали наративи таких англomовних джерел як RT (“Russia Today”), Sputnik, журнал “Russia Profile”, “Sputnik International” (раніше “Voice of Russia”), The Guardian, Debunker, офіційний англomовний сайт Центру протидії дезінформації, який має на меті спростування наративів рф.

Методи дослідження. Кваліфікаційна робота виконувалась на основі використання загальнонаукових та спеціальних методів дослідження, серед яких: аналіз, синтез, метод аналізу словникових дефініцій, класифікаційного поділу, стилістичний аналіз і синтез, порівняння, прогнозування.

Практична значущість дослідження полягає у можливості використання його результатів в навчальному процесі ЗВО під час вивчення стилістичного аналізу як одного з методів аналізу інформації для протидії та запобігання дезінформації.

Структура роботи: дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків, додатків та списку використаних джерел.

У вступі подано загальні відомості про дану наукову працю, починаючи від умотивування теми, мети, завдань, актуальності дослідження, визначення об'єкту, предмету та структурування роботи.

У першому розділі подаються теоретичні відомості про комунікативні стратегії, інформаційну війну, види та класифікацію комунікативних стратегій.

У другому розділі розглянуто методи та засоби інформаційної війни, здійснено стилістичний аналіз наративів рф на прикладі таких англійських ЗМІ, як-от: RT (“russia Today”), Sputnik, журнал “russia Profile”, Центр протидії дезінформації, та надано рекомендації щодо протидії дезінформації.

У висновках подано узагальнені результати проведеної роботи.

Додаток містить добірку із наративів рф, які зображені на російському пропагандистському каналі RT, Sputnik, Russian profile, The Guardian, Debunker, Офіційному сайті Центру протидії дезінформації, які стали фактичним матеріалом дослідження.

Кількість сторінок основного тексту 87, кількість використаних джерел 91.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ ЯК ЛІНГВІСТИЧНОГО ЯВИЩА

1.1 Базові поняття дослідження: сутність та структура

Для нашого дослідження базовими поняттями є комунікативні стратегії та інформаційна війна. У даному пункті ми розглянемо думки та визначення науковців стосовно даних понять.

П. Шпига та Р. Рудник [63, с. 328] зазначають, що сьогодні існують чотири основні підходи до визначення поняття «інформаційна війна»:

Перший підхід розглядає інформаційну війну як комплекс політико-правових, соціально-економічних та психологічних заходів, спрямованих на завоювання інформаційного простору, витіснення противника з цієї сфери, знищення його каналів комунікації, позбавлення можливості передачі повідомлень та досягнення інших подібних цілей.

Другий підхід визначає інформаційну війну як найбільш напружену форму конфлікту в інформаційному просторі, яка характеризується безкомпромісністю, високою інтенсивністю протистояння та короткочасністю гострої фази суперництва.

Третій підхід трактує інформаційну війну як метод забезпечення та ведення військових операцій із використанням сучасних електронних технологій, зокрема цифрових випромінювачів, супутникових передавачів та інших подібних засобів, які служать виконанню військових завдань.

Четвертий підхід прирівнює інформаційні війни до кібернетичних війн, які є протистоянням між технічними системами.

Українські дослідники В.І. Гур'єв, Д.Б. Мехед, Ю.М. Ткач і І.В. Фірсова визначають інформаційну війну як процес боротьби між сторонами із застосуванням інформаційної зброї [15].

Д. Богуш і О. Юдін підкреслюють, що про інформаційну війну можна говорити лише тоді, коли здійснюється комплексний вплив на інформаційний простір противника. Такий вплив може створювати умови для ведення бойових дій або виступати як самостійний інструмент, здатний змусити опонента відмовитися від запланованих політичних, економічних чи інших цілей [6, с. 85].

На думку Р. Чирви, головним завданням інформаційних воєн є маніпулювання масовою свідомістю, дезорієнтація та дезінформація громадян, а також залякування противника демонстрацією власної могутності [60, с. 9].

О. Саприкін зазначає, що поняття «інформаційна експансія» є ширшим за терміни «інформаційна війна» чи «інформаційна атака», які можна вважати її складовими. Інформаційна експансія – це система, сформована в інформаційному середовищі розвинених держав, а також методи, які використовуються для досягнення пропагандистських і геополітичних цілей [51, с. 40].

Станом на сьогодні загальноприйнятого визначення інформаційної війни не існує. Український дослідник Г. Почепцов вважає, що інформаційна війна є комунікативною технологією, спрямованою на вплив на масову свідомість із метою досягнення короткострокових або довгострокових результатів [43, с. 20]. За його словами, основною метою інформаційних операцій є створення дестабілізуючого впливу на державне керівництво, зокрема на військові структури, через маніпуляцію суспільною свідомістю [43, с. 169].

Науковець В. Лизанчук трактує інформаційну війну як платформу, яка виступає стартовою точкою для ініціювання реального військового протистояння [28, с. 13].

А. Стаднік визначає сучасну інформаційну війну як незалежну стратегію інформаційного впливу на масову свідомість і громадську думку з метою досягнення вигідних результатів для зацікавленої сторони [54, с. 89].

Таблиця 1.1

Визначення поняття «інформаційна війна» науковцями

Автор	Визначення: інформаційна війна - це
1	2
П. Шпига та Р. Рудник[63]	Інформаційна війна може бути представлена як комплекс політико-правових, соціально-економічних і психологічних заходів, спрямованих на завоювання інформаційного простору, усунення противника з цієї сфери, руйнування його систем комунікації, позбавлення можливості передавати повідомлення та досягнення інших подібних стратегічних цілей. Інший підхід трактує інформаційну війну як найбільш напружену форму конфлікту в інформаційному середовищі, яка характеризується безкомпромісним протистоянням, високою інтенсивністю суперечки та короткою тривалістю активної фази конфлікту. Також інформаційна війна розглядається як метод забезпечення та проведення військових операцій із використанням передових електронних технологій, таких як цифрові випромінювачі, супутникові передавачі та інші сучасні засоби, які застосовуються для досягнення військових цілей. Окремий підхід ототожнює інформаційну війну з кібернетичними війнами, що є протистоянням між технічними системами, спрямованим на порушення функціонування критичної інфраструктури чи інформаційних мереж противника.
В.І. Гур'єв, Д.Б. Мехед, Ю.М. Ткач, І.В. Фірсова[15]	процес боротьби між суб'єктами із застосуванням інформаційної зброї.
Д. Богуш та О. Юдін[6]	Комплексний вплив на інформаційний простір противника може здійснюватися з метою створення сприятливих умов для ведення бойових дій або як самостійний інструмент, який здатен змусити протиборчу сторону відмовитися від запланованих політичних, економічних чи інших стратегічних цілей.
Р. Чирва[60]	Ключовим завданням інформаційних воєн є маніпуляція масовою свідомістю, дезорієнтація та поширення дезінформації серед громадян, а також залякування противника шляхом демонстрації власної сили й могутності.

Продовження таблиці 1.1

1	2
О.А.Саприкін[51]	Інформаційна війна є одним із компонентів більш широкого явища – інформаційної експансії. Інформаційна експансія являє собою систему, яка склалася в засобах масової інформації розвинених країн, і включає методи, що застосовуються для забезпечення пропаганди та досягнення геополітичних цілей.
Д.М.Прокоф'єв[45]	Дії в межах інформаційної війни спрямовані на досягнення інформаційної переваги шляхом нанесення шкоди інформації, інформаційним процесам та системам супротивника, при цьому одночасно забезпечуючи захист власної інформації, процесів та інформаційних систем.
В.А. Ліпкан, Ю.Є. Максименко, Желіховський В.М[48]	<p>Інформаційна війна включає дії, спрямовані на досягнення інформаційної переваги шляхом підризу інформації, інформаційних процесів та систем супротивника. Це досягається через завдання шкоди їх функціонуванню, при цьому забезпечується захист власних інформаційних ресурсів, процесів і систем.</p> <p>Атака на інформаційні ресурси: Це передбачає нефізичний вплив на інформацію, інформаційні процеси та інформаційну інфраструктуру супротивника, спрямований на зниження їхньої ефективності або повне виведення з ладу.</p> <p>Високий рівень інформаційного протистояння: Інформаційна війна стає засобом розв'язання суспільно-політичних, ідеологічних, національних, територіальних чи інших конфліктів між державами, народами, націями, класами або соціальними групами. Це здійснюється через широкомасштабне застосування методів інформаційного впливу чи інформаційної зброї, які мають на меті дестабілізацію супротивника.</p> <p>Комунікативна технологія: Інформаційна війна є потужним інструментом впливу на масову свідомість. Вона спрямована на досягнення як короткострокових цілей (наприклад, зміна суспільної думки), так і довгострокових (формування лояльності до певної ідеології чи стратегії).</p> <p>Підготовка до військового конфлікту: Інформаційна війна може виступати у ролі стартового майданчика для ініціації реального військового протистояння, створюючи умови для подальших силових дій.</p>
Г.Г. Почепцов[43]	Технологія комунікативного впливу на масову свідомість, спрямована на досягнення як швидких, так і стратегічно орієнтованих цілей.
В.В.Лизанчук[28]	Слугує основою або відправною точкою для розгортання реального військового конфлікту.
А.В. Стаднік[54]	Самостійна стратегія, спрямована на інформаційний вплив на масову свідомість і громадську думку, з метою забезпечення переваг та вигід для зацікавленої сторони.
Дж. Стейн[83]	Технологія досягнення національних цілей за допомогою інформації.

Складено автором на основі [63; 15; 6; 60; 51; 45; 48; 43; 28; 54; 83].

Наступним поняттям є «комунікаційні стратегії».

Наприклад, сьогодні налічується понад 300 визначень поняття «стратегічні комунікації» [52, с. 11].

Комунікативна стратегія в науковій літературі трактується як певна послідовність мовленнєвих дій, що організовані відповідно до мети взаємодії [5].

Ф. Бацевич визначає комунікативну стратегію як оптимальне втілення намірів мовця для досягнення конкретної мети спілкування. Вона включає контроль і вибір ефективних комунікативних ходів, а також їх гнучку адаптацію до конкретної ситуації [2, с. 133].

Л.Ю. Ігнатенко розглядає комунікативні стратегії як поступову реалізацію мовцем свого плану мовленнєвої поведінки, спрямованого на досягнення загальної мовної або немовної мети спілкування [18]. Крім того, вони являють собою елемент комунікативної взаємодії, у межах якого використовується серія вербальних і невербальних засобів для досягнення поставленої комунікативної мети [19, с. 122].

Т. Пастернак підкреслює, що комунікативний вплив у процесі спілкування здійснюється через використання відповідних стратегій і тактик. На думку дослідниці, комунікативні стратегії – це сукупність мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення конкретної мети комунікації [40, с. 215].

Дослідниця також зазначає, що залежно від обраної стратегії застосовуються відповідні комунікативні тактики. Тактики є способом реалізації стратегії спілкування та досягнення бажаного результату. Вони включають виконання низки дій, які сприяють втіленню стратегії.

Наприклад, для раціонального впливу на співрозмовника може бути використана стратегія аргументації, що включає такі комунікативні тактики:

- Тактика обґрунтування: досягається через встановлення причинно-наслідкових зв'язків у висловлюваннях.

- Тактика цитування: передбачає використання непрямой мови із застосуванням сполучників на кшталт згідно з, відповідно до, за..., із зазначенням джерела інформації або його автора.
- Тактика наведення прикладів: здійснюється шляхом ілюстрації певних положень конкретними прикладами, які зазвичай не позначаються спеціальними маркерами.
- Тактика апеляції до авторитетів: авторитетом може виступати конкретна особа, орган державної чи місцевої влади.

Таким чином, комунікативні стратегії є системним і багаторівневим інструментом, що дозволяє досягати різноманітних цілей у процесі спілкування.

Таким чином, правильно обрана комунікативна тактика дає можливість ефективно зреалізувати обрану стратегію, а отже, - досягати мети спілкування [40, с. 216].

У монографії І. Є. Фролової подано визначення комунікативної стратегії як задуму мовця, який формується на основі засвоєного суспільного досвіду та адаптується для задоволення його особистих потреб і прагнень [59].

Таблиця 1.2.

Визначення поняття «комунікативні стратегії» науковцями

Автор	Визначення: комунікативні стратегії-це
1	2
Ф.С.Бацевич[2]	Ефективне втілення намірів мовця з метою досягнення конкретної цілі комунікації, що передбачає контроль за процесом спілкування, вибір найбільш результативних комунікативних прийомів, а також їх адаптацію та гнучке коригування відповідно до конкретних обставин.
Ігнатенко Л.Ю[19]	Поступове втілення адресантом заздалегідь продуманого комунікативного плану, що визначає мовленнєву поведінку та спрямоване на досягнення загальної мовної або немовної цілі у процесі спілкування. Елемент комунікативної взаємодії або поведінки, в рамках якого застосовується комплекс різноманітних вербальних і невербальних засобів, спеціально підібраних для реалізації конкретної комунікативної мети.
Т. А. Пастернак[40]	Сукупність визначених мовленнєвих дій, спрямованих на реалізацію конкретної комунікативної цілі.
І.Є. Фролової[59]	Комунікативний намір мовця, що формується на основі суспільного досвіду та адаптується для задоволення власних індивідуальних потреб і прагнень.
Бобошко Т. М[5]	Певна послідовність мовленнєвих дій, структурованих відповідно до мети комунікації.

Складено автором на основі [2; 19; 40; 59; 5]

На основі наведених вище думок науковців ми формуємо авторське визначення поняття «комунікативні стратегії інформаційної війни», а саме це методи та тактики, які використовуються з метою маніпуляції та впливу на думку громадськості в умовах конфлікту за допомогою ЗМІ, соціальні мережі, пропаганди та дезінформації. Метою є дестабілізувати

супротивника, розколоти суспільство або підтримати власні політичні та військові цілі.

Розглянемо окремо компоненти комунікативної стратегії. На рис.1.1. можемо побачити складові компоненти комунікативної стратегії.

Аналіз середовища передбачає вивчення аудиторії, інформаційного простору, сильні та слабкі сторони.

Вивчення аудиторії надає можливість здійснити аналіз цільової аудиторії, їхні інтереси, цінності, їхнє сприйняття інформації та підібрати відповідний канал комунікації.

Аналіз інформаційного поля виявляє основні джерела, наративи, які перебувають в інформаційному просторі.

Оцінка сильних та слабких сторін надає можливість здійснити аналіз сильних та слабких сторін власної комунікативної стратегії та стратегії опонента.

Цілі та завдання- стратегічні та тактичні цілі. Стратегічні цілі мають на меті довгострокові цілі, такі як формування позитивного іміджу влади, підвищення рівня довіри або дестабілізація позицій опонента.

Тактичні цілі-конкретні вимірювані цілі на короткий проміжок часу, які покликані виконувати стратегічні завдання, а саме спростування фейкової інформації, посилення певного наративу.

Цільова аудиторія- ідентифікація груп та сегментація. Ідентифікація полягає у визначенні цільової аудиторії на яке націлюється повідомлення, а саме це може бути громадяни країни, міжнародні партнери, молодь, іноземні журналісти.

Сегментація передбачає поділ населення на відповідні категорії, а саме (вікова група, політичні погляди, географічне положення, соціальний стан).

Основні повідомлення та наративи, а саме ключові повідомлення, тобто відбувається формулювання основних ідей, які треба донести до

аудиторії та наративів, містять ключові повідомлення, мають логічну переконливу структуру, яку легко поширювати.

Канали комунікації передбачають використання інструментів, які мають на меті якнайкраще надати та донести ту чи іншу інформацію. До них можуть належати традиційні медіа (телебачення, радіо, газети); цифрові канали (соціальні мережі, блоги, сайти, подкасти, завдяки яким можна швидко розповсюджувати інформацію; залучаються інфлюенсери та лідери думок, завдяки яким можна легко впливати на думку аудиторії (це можуть бути різні актори, співаки, блогери); офлайн-заходи, які включають конференції, зустрічі, дискусійні клуби.

Тактика впливу містить контент-маркетинг, фейкові або маніпулятивні новини, фактчекінг та спростування та емоційний вплив.

Контент-маркетинг спрямований на створення інформаційного матеріалу, який буде цікавим та корисним для аудиторії та підтримувати основну ідею або думку.

Фейкові новини або маніпулятивні новини покликані для дестабілізації опонента та створення дезінформації.

Фактчекінг та спростування допомагають здійснити спростування неправдивої інформації, створеної супротивником.

Емоційний фактор має чималий вплив та використання емоційно насиченого контенту для посилення впливу на аудиторію (історії людей, викриття жорстокості, героїзм).

Моніторинг та оцінка включають показники ефективності, моніторинг реакції та коригування стратегії.

Показники ефективності включають відповідні показники, завдяки яким можна здійснити оцінку успішності стратегії (охоплення аудиторії, рівень залученості, прихильності, довіри, настрою)

Моніторинг реакцій здійснює аналіз реакцій та ставлення аудиторії на повідомлення.

Коригування стратегії надає можливість на основі отриманих даних здійснювати зміни у стратегію з метою підвищення її ефективності.

Ризики та управління кризою передбачає ідентифікацію потенційних ризиків та план дій у разі кризових ситуацій.

Ідентифікація потенційних ризиків надає можливість здійснити аналіз можливих загроз для комунікаційної стратегії з метою її передбачення та уникнення або мінімізації наслідків.

План дій передбачає підготовку плану у разі кризових ситуацій з метою швидкої реакції та запобігання поширенню негативної інформації та мінімізації шкоди. На рис.1.1. бачимо основні компоненти комунікативної стратегії.



Рис.1.1. Основні компоненти комунікативної стратегії(авторський)

1.2. Комунікативні стратегії: види та класифікації

Під інформаційною війною ми розуміємо здійснення масштабних інформаційних операцій, що проводяться сторонами конфлікту, спрямованих на ослаблення соціальних і інформаційно-технічних систем

держави, з метою досягнення інформаційної переваги над супротивником. Основним завданням інформаційної війни (ІВ), у зв'язку з цим, є виведення з ладу управлінських систем збройних сил, систем збору та аналізу інформації про противника, комп'ютерних і телекомунікаційних мереж, систем зв'язку, а також здійснення психологічного впливу на ворожі війська під час проведення операцій або бойових дій [32, С.52].

Мартін Лібікі в своїх дослідженнях інформаційних війн визначає одну з форм ІВ як психологічну. За його думкою, завдання інформаційної війни полягає не в знищенні фізичної сили, а в руйнуванні соціальних структур [29].

Георгій Почепцов вважає, що інформаційна цивілізація не реагує на дії в фізичному просторі, її перемога досягається в інформаційному і віртуальному просторах [47].

Теорія інформаційних воєн активно розвивається і перебуває на стадії наукового обґрунтування, що зумовлено інтенсивним застосуванням інформаційних технологій. Розвиток теоретичних підходів до інформаційних війн можна поділити на кілька етапів. Перший етап розпочався на початку 1990-х років і був пов'язаний із дослідженнями, проведеними науковцями ВПС США. Другий етап припав на кінець 1990-х років, коли Дж. Аркілла сформулював основні принципи інформаційної війни. Третій етап, що почався у 2000 році, характеризується впровадженням інформаційних операцій військовими під час проведення бойових дій. Четвертий етап, який триває нині, відзначається активним застосуванням інноваційних технологій та штучного інтелекту у проведенні інформаційних війн [64, с.152].

Термін «інформаційна війна» був уперше введений американським дослідником М. Маклюєном, який стверджував, що «справжня тотальна війна - це війна за допомогою інформації» [66]. Ще три десятиліття тому він передбачав, що економічні відносини змінюватимуться і перейдуть від

обміну товарами до обміну знаннями. Маклюєн вважав засоби масової комунікації новими «природними ресурсами», здатними збільшувати багатство суспільства. У зв'язку з цим боротьба за капітал і території для збуту товарів стає менш пріоритетною, а ключовою стає боротьба за доступ до інформаційних ресурсів і знань. Це призводить до того, що конфлікти все частіше переміщуються в інформаційний простір, де інформаційні технології використовуються як вид зброї [31].

Один із перших, хто звернув увагу на важливість інформаційної війни, був Т. Рона в 1970-х роках. Він досліджував як внутрішні, так і зовнішні інформаційні потоки та вперше окреслив аспекти, які сьогодні становлять основу концепції інформаційної війни. Т. Рона висловив ідеї щодо збільшення обсягу інформації, ускладнення доступу противника до достовірної інформації, а також використання в інформаційних потоках ворога інформації, яка хоча і виглядає правдоподібною, насправді є фальшивою [44].

Серед зарубіжних дослідників, які розглядають цю проблему, варто виділити підходи Дж. Стейна та Р. Шафраньки. У своїй статті «Інформаційна війна» (1995 р.) Дж. Стейн трактує інформаційну війну як технологію досягнення національних цілей за допомогою інформаційних засобів [83]. Р. Шафраньки в 1994 році підкреслював, що інформаційна війна визначається не тільки технічними засобами, а й впливом психологічних та культурних факторів. Він наголошував на важливості розуміння цінностей, переконань і ментальних установок супротивника як ключових елементів для ефективного впливу. У своїх працях він зазначав: «Знання цінностей супротивника та використання його репрезентативної системи дозволяє нам співвідносити цінності та комунікувати з ворогом як на вербальному, так і на невербальному рівнях, мовою супротивника» [44].

В інформаційних війнах сьогодні використовуються різноманітні засоби і форми ведення таких конфліктів. Серед них можна виокремити

спеціальну пропаганду, психологічний тиск, дезінформацію, маніпулювання суспільною свідомістю, поширення чуток, проведення спеціальних інформаційних операцій тощо. Завдяки таким методам досягається основна мета інформаційних війн - це здійснення безпосереднього, негативного і руйнівного впливу на політичну силу певної держави шляхом ослаблення її безпеки в будь-якій сфері життєдіяльності. Об'єкти, на які спрямована інформаційна війна, є різноманітними і мають свої специфічні особливості [24, с.60].

Основна мета інформаційної війни полягає в ослабленні моральних і матеріальних ресурсів супротивника чи конкурента, а також у зміцненні власних позицій. Вона включає застосування заходів пропагандистського впливу на свідомість людей у ідеологічній та емоційній сферах. Очевидно, що інформаційна війна є складовою частиною ідеологічної боротьби. Такі війни не завжди призводять до фізичних жертв чи руйнувань, немає безпосередньо кровопролиття або гуманітарних катастроф, що може сприяти зниженню уваги до них. Однак руйнування, яке інформаційні війни спричиняють у психології суспільства та індивідуумів, за своєю величиною і впливом можуть бути порівняні з наслідками збройних конфліктів, а в деяких випадках навіть перевищувати їх. Одним з основних методів ведення інформаційно-психологічної війни є пропаганда, тобто поширення різноманітних політичних, філософських, наукових, мистецьких ідеологій із метою їх інтеграції в громадську думку і активного впровадження в повсякденну практику населення. Пропаганда також включає поширення повідомлень, які мають на меті справляти вигідний вплив на громадську думку, викликати запрограмовані емоції або змінювати ставлення до конкретної ситуації або групи людей, вигідної для організаторів кампанії [27].

Дослідниця А. Младьонова акцентує увагу на трьох основних цілях ведення інформаційної війни: перша - це використання контролю над

інформаційним простором для здійснення інформаційних атак на ворога; друга - забезпечення захисту власної інформації від ворожих впливів; третя - підвищення загальної ефективності армії шляхом інтеграції різноманітних інформаційних функцій у військову діяльність [33, с. 60].

Дослідники виокремлюють широкий спектр завдань, що визначають важливість, поліфункціональність і ресурсність інформаційної війни:

- Дестабілізація політичних відносин, стимулювання конфліктів і боротьби за владу.

- Формування та маніпулювання громадською думкою і політичною орієнтацією з метою створення політичного напруження та хаосу.

- Створення атмосфери бездуховності, формування негативного ставлення до культури та історичної спадщини у суспільстві противника.

- Провокування репресивних заходів з боку влади щодо опозиції.

- Спонування до соціальних, політичних, етнічних та релігійних конфліктів.

- Введення громадськості в оману стосовно дій органів влади, дискредитація їхнього авторитету.

- Вплив на політичні рішення, де інформаційна війна може спрямовувати політичні процеси, змінюючи рішення органів влади та політичний курс.

- Зниження рівня інформаційного забезпечення діяльності органів влади і ініціювання помилкових управлінських рішень.

- Ініціювання страйків, масових заворушень та протестних акцій.

- Створення або посилення опозиційних рухів та угруповань.

- Дискредитація історичної та національної самобутності народу.

- Здійснення інших форм деструктивного ідеологічного впливу.

- Формування передумов для економічної, духовної чи військової поразки.

- Підрив морального духу населення та зниження обороноздатності.
- Применшення досягнень у науці, техніці та інших сферах, а також перебільшення помилок і недоліків.
- Презентація свого способу життя як єдиного можливого майбутнього, що має бути наслідуваним іншими народами.
- Нанесення шкоди інформаційно-технічній інфраструктурі та захист від інших деструктивних впливів.
- Підрив міжнародного авторитету держави та її співпраці з іншими країнами [41; 31].

Засобами інформаційної війни можуть виступати Інтернет, телебачення, радіо, друковані ЗМІ, кінопродукція, книги[24].

Інформаційна зброя являє собою набір спеціалізованих методів і засобів (фізичних, інформаційних, програмних, радіоелектронних), що використовуються для тимчасового або безповоротного виведення з ладу функцій або окремих елементів інформаційної інфраструктури. Основна мета використання інформаційної зброї полягає в блокуванні або спотворенні інформаційних потоків та процесів прийняття рішень супротивника [45].

П. Шевчук зазначає, що основними напрямками та методами маніпулятивних психоінформаційних технологій російської федерації щодо України є (і залишаються до сьогодні):

- поступове зниження міжнародного іміджу України з метою ослаблення її геополітичного значення;
- дозоване спотворення інформації з метою дестабілізації внутрішньої ситуації в державі та впровадження політики «керованого хаосу»;
- формування стереотипу меншовартості українців та руйнування національної свідомості;

- нав'язування домінування російської мови, культури та традицій для зміцнення самоідентифікації при одночасному витісненні української мови та культури [58].

У книзі Д.М. Прокоф'єва «Інформаційна війна і інформаційна злочинність» визначено, що інформаційна війна - це дії, спрямовані на досягнення інформаційної переваги шляхом завдання шкоди інформації, процесам, що базуються на інформації, а також інформаційним системам супротивника, при цьому здійснюється захист власної інформації, процесів і систем [45].

Інформаційну війну можна визначити так:

1. Дії, спрямовані на досягнення інформаційної переваги шляхом пошкодження інформації, процесів та інформаційних систем супротивника при одночасному захисті власної інформації та систем.

2. Нефізична атака на інформацію, інформаційні процеси та інфраструктуру.

3. Найвищий рівень інформаційного протиборства, спрямований на розв'язання суспільно-політичних, ідеологічних, національних, територіальних та інших конфліктів між державами, народами, націями, класами і соціальними групами через широкомасштабне застосування методів інформаційного насильства, включаючи інформаційну зброю [30, с. 270].

Основні методи інформаційної війни включають блокування або спотворення інформаційних потоків і процесів прийняття рішень супротивника [53].

Інститут національно-стратегічних досліджень США та низка західних експертів виокремлюють кілька основних компонентів інформаційної війни. Одним із таких компонентів є ведення психологічної війни. Головною метою психологічної війни є маніпулювання масами. Завданням цієї маніпуляції є:

- впровадження в суспільну та індивідуальну свідомість шкідливих ідей і поглядів ворога;
- дезорієнтація та введення в оману мас;
- ослаблення певних переконань і устоїв;
- залякування власного населення образом ворога;
- залякування супротивника власною силою [13].

Основні методи СІО (стратегічних інформаційних операцій): дезінформація, пропаганда, маніпулювання громадською думкою, психологічний тиск, поширення чуток [37, с. 101].

Одним з ключових методів ведення інформаційної війни є пропаганда, яка включає поширення політичних, філософських, наукових, художніх і інших ідей з метою їх інтеграції в громадську думку та активізації використання цих ідей у практичній діяльності населення. Пропаганда включає також поширення повідомлень, які мають за мету вплив на громадську думку, провокування емоцій та зміну ставлення або поведінки певної групи людей в напрямі, вигідному для організаторів [20, с. 31].

Мета позитивної пропаганди полягає в сприянні соціальній гармонії, злагоді та вихованні людей відповідно до загальноприйнятих цінностей. Вона виконує виховну та інформаційну функції у суспільстві, служачи на благо того, кому адресована, і не має на меті обман чи приховування фактів. Це відрізняє її від негативної пропаганди. Позитивна пропаганда не є маніпулятивною, тому її використовують для захисту від інформаційних операцій, а не для їх здійснення.

Негативна пропаганда, в свою чергу, спрямована на розпалювання соціальної ворожнечі, ескалацію конфліктів та суперечностей у суспільстві, а також на пробудження примітивних інстинктів у людей. Це дозволяє маніпулювати людьми, послаблюючи їхню єдність та підкоряючи їхню волю пропагандистам. Створення «образу ворога» є одним із основних методів негативної пропаганди, що дає змогу згуртувати людей навколо

пропагандиста і нав'язати їм певні стереотипи та переконання. Основною функцією негативної пропаганди є створення ілюзорної реальності з хибною системою цінностей, що маніпулює масами на користь обмеженої групи осіб.

Яскравим прикладом пропагандистських кампаній є діяльність Йозефа Геббельса, ідеолога та пропагандиста фашизму, який визначив кілька основних принципів пропаганди:

- пропаганда має бути спланованою та вестися з єдиної інстанції;
- лише авторитет може визначити, чи буде результат пропаганди істинним чи фальшивим;
- чорна пропаганда використовується, коли біла не дає належного ефекту або неможлива;
- пропаганда повинна супроводжувати події та людей яскравими фразами чи гаслами;
- для кращого сприйняття пропаганда має викликати інтерес аудиторії та бути передана через привабливі засоби комунікації.

Прикладом пропагандистських прийомів є:

1. Виправдання російської агресії проти України: звинувачення в порушенні прав російськомовного населення України, пропагування ідеї «спецоперації» для визволення населення, запевнення, що обстріли російськими військами лише військових об'єктів, а не цивільних цілей.

2. Демонізація Євросоюзу та НАТО як загрози для росії: звинувачення в постачанні зброї Україні, «неправомірні» санкції проти рф, дискредитація євроінтеграційного курсу України через брехливі міфи та пропаганду гомофобії, асоціацію ЄС з одностатевими шлюбами та маніпуляції релігійними питаннями [36].

Розглянемо методи та прийоми, що використовуються в інформаційній агресії проти України, а також цільові групи, які стали об'єктами

інформаційних атак. До основних методів інформаційної агресії проти України можна віднести:

1. дезінформацію та маніпулювання інформацією;
2. пропаганду;
3. диверсифікацію громадської думки;
4. психологічний і психотропний тиск;
5. поширення чуток.

Дезінформація та маніпулювання є методами, що включають обман або введення об'єкта в оману щодо справжніх намірів з метою спрямувати його до виконання визначених дій.

Згідно з думкою Валентина Петрика, кандидата наук з державного управління та доцента Київського національного лінгвістичного університету, у світовій практиці часто використовуються такі форми дезінформації та маніпулювання:

- Тенденційне викладення фактів - метод, при якому факти або інша інформація висвітлюються упереджено, використовуючи спеціально підібрані правдиві дані. Зазвичай таку інформацію подають поступово, створюючи постійно зростаюче напруження.

- Дезінформація «від зворотного» - надання правдивих відомостей у перекрученому вигляді або в контексті, де ці відомості сприймаються як неправдиві. Це створює ситуацію, коли об'єкт має правдиву інформацію про дії супротивника, але сприймає її неправильно, що заважає йому ефективно протистояти негативному впливу.

- Термінологічне «мінування» - метод, при якому свідомо спотворюються значення важливих базових термінів та тлумачень, що мають значення для загального світогляду або оперативної практики.

- «Сіре» дезінформування - використання комбінації правдивої інформації з дезінформацією, що створює змішану картину, яка важко сприймається.

- «Чорне» дезінформування - застосування в основному неправдивої інформації для маніпуляцій [41].

Одним із найбільш очевидних прикладів дезінформації став випадок 12 липня 2014 року, коли на Першому російському телеканалі було показано сюжет про нібито розп'ятого українськими військовими хлопчика.

У науковій статті «Усі брешуть. Конфлікт в Україні і трансформація російських медіа», написаній Джилли Догерті, колишньою журналісткою CNN, що була опублікована Центром Шоренстейн при Гарвардському університеті, аналізуються процеси, що відбувалися в російських ЗМІ в останні роки та як сформувалися основи нинішньої російської пропаганди. Вона зазначає, що російська пропаганда сьогодні активно використовує традиційні методи, такі як дезінформація, напівправа і ярлики, а також новітні технології, включаючи електронні ЗМІ, цифрові комунікації, блоги і соціальні мережі. Журналістка Маша Гессен вважає, що росія позиціонує себе як лідера антизахідного світу, а президент путін - головним поборником цінностей, яких, на його думку, Захід позбувся [18].

Диверсифікація громадської думки є ще одним методом, що полягає в розпорошенні уваги правлячої еліти на різноманітні штучно наголошені проблеми. Це відволікає їх від вирішення важливих завдань соціально-політичного та економічного розвитку, що необхідні для нормального функціонування держави та суспільства [22, с. 54].

Диверсифікація громадської думки проявляється через кілька основних форм:

- Дестабілізація ситуації в державі чи окремих її регіонах;
- Активізація кампаній проти політичного курсу панівної еліти та окремих її лідерів, здійснюваних різними міжнародними організаціями;
- Ініціювання антидемпінгових кампаній та інших скандальних судових процесів, а також застосування міжнародних санкцій з різних причин.

В Україні спостерігаються обговорення тем, що відволікають увагу від важливіших питань, таких як економічний розвиток, обмін полоненими і завершення збройного конфлікту на Сході. Наприклад, розпочалася так звана «сміттєва люстрація», несанкціоноване знищення пам'ятників, а також безперервна увага до процесів декомунізації і дерусифікації, таких як знищення російськомовних книг, заборона російськомовних пісень, демонтаж пам'ятників російським письменникам і поетам, що критикували царську росію, зміна назв населених пунктів, вулиць і станцій метро. Також постійно обговорюється мовне питання. Усі ці явища є типовими прикладами диверсифікації громадської думки.

Психологічний тиск - це метод впливу на психіку людини через залякування або погрози з метою змусити її діяти за визначеною схемою. Формами психологічного тиску можуть бути:

- Поширення відомостей про реальні або вигадані загрози;
- Прогнози щодо репресій, переслідувань, вбивств;
- Шантаж;
- Проведення терористичних актів, таких як вибухи, підпали, отруєння, захоплення заручників.

Одним із найбільш поширених прийомів психологічного тиску є так званий «телефонний тероризм», коли надходять телефонні дзвінки з повідомленнями про нібито замінування місць масового скупчення людей (торговельні центри, вокзали). російські телеканали також використовували методику 25-го кадру для інформаційно-психологічного впливу на глядачів, про що заявили в Службі безпеки України. Це включало використання малопомітних підписів, що з'являлися на екрані під час новинних випусків, таких як «Правий сектор» - підпалювач, «бандерівці» - вбивці, «нацгвардія» - вбивці, що сприяло маніпулюванню настроями глядачів. Також були застосовані методи, які включають показ насильства та вбивств для емоційного впливу на аудиторію. Яскравим прикладом психологічного

тиску є обстріли цивільних об'єктів, таких як житлові будинки, лікарні, школи, дитячі садки, що створює атмосферу страху і паніки[57].

Поширення чуток - це діяльність, пов'язана з розповсюдженням переважно неправдивої інформації серед широких верств населення через неофіційні канали, з метою дезорганізації суспільства або державних органів. Чутки можуть бути визначені як форма комунікації, що дозволяє людям, перебуваючи в ситуаціях невизначеності, створювати свої власні інтерпретації реальності, використовуючи при цьому обмежені знання та інтелектуальні ресурси[22, с.52].

Чутки можна класифікувати за трьома основними параметрами:

- Експресивний - рівень емоційної реакції, яку чутки викликають у слухачів;
- Інформаційний - ступінь достовірності повідомленої інформації;
- Психологічний вплив- ступінь впливу чуток на психіку та поведінку людей.

Згідно з експресивною характеристикою, чутки можуть бути класифіковані на три основні типи:

1. Чутки-бажання - це інформація, яка розповсюджується з метою викликати у людей розчарування через нездійснені очікування і сприяти їх деморалізації. Цей тип чуток орієнтований на те, щоб посіяти невпевненість і знизити моральний дух.

2. Чутки-залякування - поширення інформації, що викликає у людей відчуття тривоги та невизначеності. Такі чутки можуть стосуватися загроз, як, наприклад, існування смертельної суперзброї у противника, нестача продовольства, забруднення навколишнього середовища чи питної води, що створює атмосферу паніки.

3. Роз'єднувальні агресивні чутки - інформація, що має на меті порушити соціальні зв'язки в суспільстві, викликати розбрат і розділення.

Вона може використовуватися для дестабілізації соціальних чи політичних структур.

З точки зору інформаційної характеристики, чутки можна поділити на:

- Абсолютно недостовірні - чутки, що повністю не відповідають реальності.
- Недостовірні - чутки, які частково спотворюють факти.
- Недостовірні з елементами правдоподібності - чутки, що містять певні правдиві елементи, але все одно є маніпуляцією.
- Правдоподібні - чутки, що вірогідно відображають дійсність, але можуть мати неточності.

У соціальних мережах часто розповсюджується фейкова інформація, така як неперевірені «фотофакти», «відео очевидців», «коментарі учасників». Ці матеріали підтримують міфи й стереотипи, створювані пропагандою, і сприяють культивуванню емоційного стану тривоги серед аудиторії. Особливо часто розповсюджуються чутки, що демонізують українських військових, поширюють дезінформацію про руйнування інфраструктури, знуцання над мирним населенням тощо. Яскравим прикладом таких чуток є повідомлення про захоплення Києва російськими військами або виступ особи, що прикидалася президентом України.

Чутки можуть бути самопоширюваними, коли їхня природа полягає в тому, що важко стримати їхнє поширення. Як тільки чутка з'являється в певному середовищі, вона може швидко набирати популярності завдяки людському «поголосу», адже люди часто передають чутки з рук в руки. Цей процес дуже складно контролювати чи запобігти йому, оскільки навіть спроби спростувати чутку можуть мати зворотний ефект - посилюють переконання в її правдивості. Тому найефективнішим методом боротьби з чулками є їх ігнорування. Через деякий час інтерес до них згасає, і обговорення таких тем припиняється[42].

Щодо інформаційної війни, вчені виділяють шість основних підходів до її трактування:

- Геополітичний підхід розглядає інформаційну війну як складову міждержавного протистояння, спрямовану на досягнення геополітичних цілей без використання фізичної сили. Це може включати дипломатію та інші несилові методи впливу на інші держави[33, с. 37].

- Соціально-комунікативний підхід трактує інформаційну війну як набір окремих інформаційних заходів і засобів, що розвиваються в процесі еволюції методів комунікації між людьми та суспільствами. Український дослідник Г.Г. Почепцов визначає інформаційну війну як стратегічний процес, який надає особливого значення інформації в управлінні збройними силами та реалізації національної політики[45, с.3].

У рамках підходу Г. Почепцова була представлена інтегративна теорія інформаційної війни, яка розглядає її як несанкціоновану діяльність у чужому інформаційному просторі, виходячи з принципів *public relations*. Дослідження підкреслює різні аспекти ефективного інформаційного впливу на свідомість людей і фокусується на методах та прийомах, що використовуються для маніпулювання поведінкою соціальних груп. За цією теорією суб'єктами інформаційних війн є колективи різного рівня — нації, держави, підприємства, а об'єктом впливу виступає масова свідомість громадян[45, с. 42].

Особливості соціально-комунікативного підходу включають такі аспекти:

- Визначення інформаційної війни як невід'ємного процесу розвитку людського суспільства в рамках біологічної еволюції.

- Акцент на природному відборі та боротьбі за виживання, які є визначальними факторами в громадському житті.

- Розгляд соціальних конфліктів як невід'ємних і постійних складових громадського життя.

- Трактування інформаційної агресії як трансформованої форми людської агресії[62, с. 31].

Маніпулятивно-психологічний підхід визначає інформаційну війну як сукупність методів психологічного впливу на індивідуальну та масову свідомість, спрямованих на маніпулювання цією свідомістю в інтересах суб'єкта впливу. До форм цього виду війни відносяться психотропна зброя, створення віртуальних світів, підміна реальності тощо. Представники цього підходу розглядають інформаційну війну як процес впливу на суперника через масові психологічні засоби, з метою зміни його світогляду або ініціювання процесів самознищення, здачі територій та ресурсів[34].

Основні характеристики цього підходу:

- Акцент на психологічному впливі та маніпуляціях.
- Повний ігнор захисного характеру інформаційної війни.
- Нехтування технічними аспектами і матеріальними засобами інформаційного протистояння.
- Недостатня увага до прогнозування економічних наслідків.

Військово-стратегічний підхід розглядає інформаційну війну як складову частину військового конфлікту, що може бути як окремою формою військових дій, так і частиною більш широких операцій, таких як кібернетичні або мережеві війни. Метою цього підходу є досягнення переваги через комп'ютеризацію військових систем і використання мережевих структур в армії. Важливим завданням є руйнування інформаційних систем противника для блокування його здатності отримувати необхідну інформацію. В цьому контексті використовуються електронні технології і автоматизовані пристрої для заміни людей у бойових операціях[33, с. 37].

До основних рис цього підходу належать:

- Системність, що охоплює політичний, економічний, психологічний та інші аспекти.

- «Агресивний характер», орієнтований на швидке досягнення тактичних результатів, навіть за шкоду стратегічним цілям.
- Ігнорування наслідків для супротивної сторони.
- Знижена увага до соціального аспекту в обмін на політичні інтереси[62, с. 32].

Державно-інструментальний підхід визначає інформаційну війну як інструмент, що використовується для зовнішньої та внутрішньої політики, а також для збору, обробки і поширення інформації як відповіді на дії противника[91]. Особливістю цього підходу є абсолютизація ролі політичних інститутів і державних структур у веденні інформаційної війни, при цьому зменшується значення соціальних, економічних і психологічних чинників[62].

Віртуально-кібернетичний підхід характеризує інформаційну війну як набір технічних і програмних засобів, що використовуються у віртуальному просторі для впливу на інформаційні системи супротивника. Кібервійна визначається як частина цієї війни, що реалізується через інтернет-технології у вигляді кібератак. Головною метою цього підходу є здійснення прихованих і цілеспрямованих атак між інформаційними системами для досягнення матеріальних результатів[62, с. 31].

Мережева війна - це характерна риса Інтернету, яка виявляється в таких формах, як інтенсивні дискусії, свавілля, взаємні образи, атаки на ворожі ресурси, зломи особистої інформації та даних. Блоги, як потужний інструмент, стають важливим засобом формування громадської думки. Американські теоретики Дж. Аркілл і Д. Ронфельдт зазначають, що інформаційна війна може бути частиною більш широкого та всепроникного контексту ворожих дій, таких як мережева війна або кібервійна[67].

Основні особливості віртуально-кібернетичного підходу:

- Розкриття суті інформаційної війни через математичні моделі.

- Визначення тенденцій розвитку інформаційного простору та технологій, особливо у контексті інформаційно-блогових процесів.
- Ігнорування психологічного аспекту.
- Невизначеність ролі держави в інформаційних війнах.
- Переважання теоретичних концепцій без практичних рекомендацій і методів для виявлення інформаційної агресії та захисту від неї[62, с. 31].

Комплексний підхід до інформаційної війни відзначає, що жоден з існуючих підходів не охоплює її сутність як політичного, соціального або соціокультурного феномена. Український дослідник А. Фісун визначає інформаційну війну як комплексний процес, що включає як відкритий, так і прихований цілеспрямований вплив однієї сторони або взаємний вплив обох сторін на людей, їхню психіку та поведінку. Цей вплив охоплює також інформаційні ресурси та системи з метою досягнення інформаційної переваги і прийняття рішень, які будуть сприятливими для ініціатора, або ж знищення інформаційної інфраструктури противника, одночасно зміцнюючи та захищаючи власні інформаційні ресурси[58, с. 538].

У ідеологіях маргінальних політичних груп екстремістського і окультистського напрямку з'явився конспірологічний підхід, який став популярним серед певних угруповань. Найбільший апологет цього напрямку - О.Г. Дугін. Він розглядає інформаційну війну як засіб тотального впливу глобальних політичних, економічних і терористичних мережевих структур, таких як хасидсько-парамасонські групи та Захід на чолі з США. Метою цих структур є контроль за політичною, соціальною та економічною ситуацією, а також інтенсифікація трансформаційних тенденцій у духовному розвитку світового суспільства через спрямування інформаційних процесів в інтересах США, які створюють систему захисту власного мережевого коду для дешифрування та структурування цих процесів.

У рамках цього підходу глобальна мережа включає:

- Пряме проамериканське лобі експертів, політологів, аналітиків і технологів, які контролюють владу та претендують на роль інтелектуальної еліти суспільства.
- Представників великого бізнесу та політичної еліти, орієнтованих на міжнародну фінансово-економічну діяльність.
- ЗМІ та медіа-корпорації, які виконують роль потужного інструменту інформаційного впливу, поширюючи візуальну та смислову інформацію для маніпулювання суспільною думкою[62].

Актуальним у сучасних умовах є питання класифікації мовленнєвих стратегій і тактик. Однією з найповніших класифікацій комунікативних стратегій пропонує А. Д. Белова. Вона розподіляє їх за різноманітними критеріями, зокрема соціальними факторами (етнічна приналежність, соціальний статус, гендер та вік), природою комунікативних знаків, темпоральністю, психологічним настроєм учасників комунікації, відносинами між адресантом і адресатом, а також комунікативною метою. Згідно з цими критеріями, стратегії поділяються на:

1. Універсальні та етнічно специфічні.
2. Загальноживані та індивідуальні.
3. Загальноживані та вікові.
4. Унісекс та гендерно марковані.
5. Атемпоральні та тимчасові.
6. Кооперативні та конфліктні.
7. Адресантно орієнтовані та адресатно орієнтовані.
8. Інформативні та спонукальні [4, с. 16].

Виділяють три основні типи комунікативних стратегій, які визначають функцію структурування комунікативного процесу: презентаційні, маніпулятивні та конвенційні стратегії [16]. Стратегія презентації має інтродуктивну функцію, яка полягає у виборі певного комунікативного простору, середовища та типу взаємодії, а також у

визначенні місця виникнення значення та формуванні намірів, на основі яких виникає дискурс комунікації. Комунікативний простір визначається як внутрішній змістовний план тексту (наприклад, транскрипція дебатів), а комунікативне середовище - це реальне зовнішнє оточення, в яке текст інтегровано. Конвенційні стратегії діють у комунікативному середовищі та регулюють процес соціальної взаємодії. Маніпулятивні стратегії функціонують у комунікативному просторі й включають маніпулювання інформацією з метою впливу на адресата відповідно до намірів адресанта, як джерела цього впливу.

У науковій літературі існує чимала кількість класифікацій даного поняття. Найбільш універсальною є класифікація стратегій, яку запропонували Г. Грайс та Дж. Ліч. Ця класифікація ґрунтується на максимах спілкування, відповідно до яких обираються стратегії та тактики, що наближають або віддаляють досягнення комунікативних цілей [75]

О. В. Антонов поділяє стратегії за характером цільової аудиторії та комунікативної активності/пасивності на:

- монологічні (передбачають, що спілкування ініціює особа, яка говорить і ця ж особа є єдиним учасником, інші присутні не висловлюють свою комунікативну позицію, а лише слухають);
- діалогічні (передбачають активне залучення до спілкування всіх учасників) [1, с. 43].

За методом впливу комунікативних стратегій на адресата/адресанта:

- Маніпулятивні стратегії (активний маніпулятор, пасивний маніпулятор, зацікавлений маніпулятор та індиферентний)
 - Стратегії погодження;
 - Стратегії руйнування;
 - Стратегії ухиляння;
 - Стратегії пристосування;

- Стратегії співробітництва / кооперації (націлені на встановлення та підтримку взаєморозуміння та співпраці між учасниками комунікації);
 - Стратегії конфронтації (націлені на досягнення цілей за рахунок протиставлення, наявність конфлікту);
 - Стратегії компромісу [1, с. 43].

Відповідно до цільової настанови Антонов О. В. поділяє стратегії на кооперативні та конфліктні (некооперативні), відображаючи таким чином дві основні моделі спілкування: кооперативну та некооперативну [1, с. 43–44].

Отже, відповідно до класифікації Антонова О.В. розглядаємо два основних типи стратегій – кооперативні (кооперація) та конфліктні (конфронтація), які визначаються цілями комунікативної взаємодії. Перша стратегія передбачає співпрацю і використання неконфліктних методів для досягнення спільних цілей. У цьому випадку комуніканти використовують кооперативні стратегії й тактики, такі як тактика компліменту, розради, обіцянки, відкритості, привернення уваги. Друга стратегія включає відмову від співпраці й насильницьке нав'язування з негативними наслідками. До неї належать тактики ігнорування, провокації, маніпуляції, дискредитації, образи, погрози та залякування. [1].

У статті О.О. Селіванова більш детально розглядається класифікація мовленнєвих стратегій, основою якої є мета комунікації. Відповідно до цієї класифікації, стратегії поділяються на кооперативні, конфліктогенні та маніпулятивні [52, с. 608].

Кооперативні стратегії визначаються як набір тактичних прийомів, якими володіє мовець для досягнення своєї глобальної мети шляхом співпраці з співрозмовником. Ці тактичні ходи спрямовані на підтримку співробітництва та сприяють спільному вирішенню завдань, пов'язаних з обміном інформацією або мовленнєвим впливом. До таких стратегій належать інформативна стратегія, яка втілюється через тактики

встановлення, підтримки та переривання мовного контакту, запитування та інформування. Крім того, є аргументативна стратегія, яка реалізується через тактики генералізації, аналогій, посилянь на авторитети, протиставлення, опису позитивної перспективи та поетапної мотивації.

Конфліктогенні стратегії охоплюють тактичні ходи, спрямовані на досягнення стратегічної мети через конфлікт із співрозмовником. У рамках цього типу стратегій виділяється стратегія конфронтації, яка втілюється через маніпулятивний тиск за допомогою таких тактик, як відмова від дії, докір, загроза, демонстрація неповаги, а також мовна агресія, що включає образи, натяки, іронію та погрози.

Маніпулятивні стратегії орієнтовані на зміну свідомості або поведінки партнера по спілкуванню відповідно до інтересів мовця.

1.3. Комунікативні стратегії інформаційної російсько-української війни

До універсальних комунікативних стратегій можна віднести, зокрема, такі стратегії, як:

Стратегія формування «образу ворога». Технології створення образу ворога передбачають активне використання методів інформаційної пропаганди, таких як фільми, телевізійні програми та аналітичні огляди, для формування штучного ворога. На початковому етапі цього процесу через ЗМІ створюється певний політичний дискурс, у якому застосовуються різні методи дискредитації уявного ворога, акцентується увага на негативних наслідках його дій. Наприклад, у російських ЗМІ підкреслюється, що Україна є джерелом нестабільності та загроз, а тому потребує особливої уваги з боку міжнародної спільноти та росії. Варто зазначити, що технологія формування «образу ворога» була успішно адаптована російськими ЗМІ з

радянської пропаганди та тоталітарного суспільства СРСР. російські медіа розпочали інформаційну кампанію проти Майдану наприкінці 2013 року, а після анексії Криму активізували інформаційну війну проти України, намагаючись пояснити вторгнення росії, заявляючи, що в Україні панують «хаос і безлад», а війська рф нібито виступають як гаранті стабільності й захисту російськомовного населення від зовнішніх загроз[35].

Стратегія використання евфемізмів. У цьому контексті активно застосовуються евфемізми — благозвучні вирази, що замінюють прямі терміни для зображення подій та їх наслідків в позитивному світлі. На думку дослідників Е. Коляди та А. Кондрук, політичні евфемізми, що використовуються в текстах політичної комунікації, часто змінюють сприйняття факту і маскують його негативний аспект, викривлюючи реальний зміст подій[25]. Це спричиняє підміну понять і зміну акцентів у політичному дискурсі, наприклад, у російських ЗМІ бойовиків днр та лнр називають «збройними силами Донецької та Луганської народних республік» або «ополченцями», а військову агресію росії проти України — «громадянською війною» чи «внутрішнім конфліктом»[35].

Стратегія формування історичної спадщини. Інша маніпулятивна технологія — це політизація найбільш і дискусійних моментів історії, що використовуються для мобілізації громадської підтримки та довіри до влади. російські ЗМІ часто вводять в політичний дискурс такі питання історії, що не мають єдиної наукової або суспільної оцінки, аби переконати електорат у своїй правоті. Одним з основних інструментів цієї стратегії є міфодизайн, що включає створення нових міфів або маніпуляцію вже існуючими стереотипами. Міфодизайн орієнтований на формування певних принципів в інформаційному просторі, впливаючи на сприйняття подій і реальності через створення спотворених уявлень. Міфологія стала важливим елементом пропаганди, зокрема через ностальгію за радянським

періодом, і за допомогою цієї техніки в росії активно поширюється ідея, що розпад СРСР був «найбільшою геополітичною катастрофою сторіччя».

Аналізуючи міфотворчість у СРСР, можна виділити два основні напрямки - зовнішній та внутрішній. Створення та розповсюдження пропагандистської міфології стало можливим лише в умовах утвердження тоталітарної моделі суспільства, жорсткої цензури у всіх сферах життя, закритого і контрольованого інформаційного простору, а також застосування численних методів придушення і навіть знищення інакодумців. Для досягнення своїх політичних цілей радянська партійна еліта перетворила історію на інструмент пропаганди. Зовнішньоорієнтовані міфи СРСР виконували функцію формування позитивного іміджу нової соціалістичної держави, створюючи у світі образ радянського «раю», де кожен народ і кожна людина могли жити за своїми традиціями, без жодних обмежень, хоча відповідно до Конституції будь-яка республіка теоретично могла вийти з складу СРСР. Внутрішні міфи мали за мету створення єдиного радянського народу через знищення національних ідентичностей поневолених народів, що здійснювалось через політику інтернаціоналізації. У цьому контексті російська нація, зокрема російська мова, отримала домінуючу роль, що фактично призвело до тотальної русифікації народів усіх республік[11, с. 56].

російська модель міфотворчості значною мірою повторює радянську. росія протягом століть намагається подолати свій комплекс меншовартості, тому вона намагається нав'язати це почуття іншим націям і привласнити чужі досягнення. Подолання цих нав'язаних міфів і колоніальної ідентичності можливе через правдиве висвітлення історії, через вживання точних термінів і провадження національно орієнтованої політики пам'яті.

Зокрема, російські ЗМІ та представники влади неодноразово висловлювали думки, що «Крим ніколи не був українським», що не було ніякої «анексії Криму», а сталося лише «відновлення історичної

справедливості». Як зазначає директор Українського інституту національної пам'яті В. В'ятрович, не тільки радянська історія, а й історія російської імперії використовується сучасною росією для виправдання своїх претензій і агресії щодо України. Прикладом цього є концепція «новоросії», коли росія намагається довести, що південь і схід України завжди належали росії, апелюючи до топонімів і пам'ятників, що мали відношення до російської імперії, а також використовуючи переписану історію цих регіонів, заявляючи, що населені пункти з'являлися там лише після приходу росії[17].

Міфи, які створює і вдосконалює російська влада та медіа, охоплюють майже всі аспекти української історії. Більшість із них виникають ще в XVI–XIX століттях і з часом набувають нових форм, намагаючись спотворити образ минулого України через призму агресивних інтерпретацій. Метою росії є не лише ідеологічний вплив на українців і росіян, але й формування викривленого уявлення про Україну і її історію у світі. У XIX–XX століттях росія прагнула обґрунтувати перебування українських територій у складі російської імперії та СРСР, а сьогодні намагається довести природність претензій Кремля на Україну як частину «законної» зони російського впливу, з перспективою її поглинання.

Також варто зазначити, що понад двісті років західні інтелектуали черпали свої знання про Україну та її минуле переважно з російських історичних і публіцистичних джерел, що ставало основою для московських міфів, які поширювались по всьому світу. Це, своєю чергою, призводило до непорозумінь та неправильного сприйняття окремих аспектів української історії і війни, що триває сьогодні.

Основною метою стратегії формування історичної спадщини за допомогою міфодизайну є нав'язування думки, що сучасна Україна — це штучне утворення, яке виникло в результаті розпаду СРСР. Як підтвердження цього використовуються висловлювання керівників рф, як, наприклад, заяви, зроблені володимиром путіним, що Україна навіть не є

державою і що її території «подаровані» росією. У 2014 році, після анексії Криму, путін зазначав, що південні і східні регіони України завжди були частиною росії, і що їх передача Україні була «хибним кроком» радянського уряду[12].

На думку А. Березовенка, метадискурс, який обґрунтовує окупацію Криму, розвивається через формування у російській аудиторії образу жертви, що стимулює відчуття несправедливого страждання від зовнішніх сил і ворожого «іншого». Для цього часто використовуються виразні метафори. Примітно, що російський лідер регулярно застосовує однакові метафори під час своїх виступів, неодноразово автоцитуючи себе. Це підкреслює сталість і значущість запропонованих ним аналогій, які поступово набувають статусу «опорних» точок у суспільній свідомості. Наприклад, на засіданні Валдайського клубу та під час щорічної Великої прес-конференції 2014 року, після окупації Криму і введення економічних санкцій проти росії, путін порівнював росію з ведмедем («мишкою»), використовуючи зменшувальну форму традиційного образу «русского медведя». Це підкреслює не лише силу росії, а й її миролюбний характер, а також демонструє тепле ставлення путіна до цієї символічної фігури. У цьому контексті росія- «Мишка» постає як держава, яка виявляє агресію не з метою агресії, а в рамках своєї високої місії - захисту своїх «священних» земель від потенційних загарбників[3, с. 272–274].

Аналіз змін, що сталися після 2014 року в російському політичному дискурсі щодо образу України та росії, дає підстави класифікувати ці зміни таким чином:

1. росія використовує різні (іноді протилежні) аспекти своєї репрезентації - сильну, велику, добре озброєну, але також несправедливо зневажену та миролюбну країну;
2. Україна, на відміну від традиційної репрезентації як «молодшої сестри», все більше набуває рис країни-агресора;

3. Суб'єктні характеристики України зникають у російському політичному дискурсі та інформаційних продуктах в цілому;
4. Дискурсивні образи України і росії у російських інтерпретаціях дедалі більше відходять від реальних подій[3, с. 292].

Стратегія інформаційної кампанії в соціальних мережах зводиться до того, що росія, поступово створюючи інформаційну платформу для агресії проти України, приділяє важливу увагу саме соцмережам для впливу на формування громадської думки та ослаблення патріотичних настроїв в українському суспільстві. Це є важливим для російської влади, яка прагне орієнтуватися на громадські настрої та очікування, інакше вона може втратити підтримку своїх громадян. Проблема пошуку технологій впливу на громадську думку вимагає визначення засобів і методів для формування цієї думки. Платформи соціальних мереж, як-от Twitter, Facebook та YouTube, стали невід'ємною частиною повсякденного життя громадян і ефективним інструментом для формування громадської думки завдяки процесам таргетування та фальшивому поширенню новин або маніпуляціям з трактуванням подій.

Як зазначено в монографії «Світова гібридна війна: український фронт», гібридну війну можна розглядати як війну цінностей, наративів, боротьбу за громадську думку і емоції, війну, де інформація є основною зброєю. Сучасний інформаційний простір надає можливість безпосередньо звертатися до громадян, створюючи світ інформації без посередників і даючи можливість самостійно створювати контент[10].

У соціальних мережах активно поширюється велика кількість недостовірної (фейкової) інформації: неперевірені «фотофакти», «відео від очевидців», «коментарі учасників» тощо. Загалом, через соцмережі розповсюджуються ті ж міфи й стереотипи, які створюються російською пропагандою. Крім того, активно культивується емоційний стан тривоги, постійної готовності до агресивного захисту[65].

Оскільки Інтернет в основному відвідують молоді люди та ті, хто визначає євроінтеграційні прагнення України, російські спецслужби задіяли великий апарат для створення інформаційного тиску на своє населення, а також на населення Сходу України та країн ЄС. Інтернет став важливим транскордонним простором для інформаційного протистояння. Різні реальні й вигадані «хактивісти», «кіберпартизани», «кіберополчення», а також спеціальні підрозділи відомств, які ведуть протистояння в Інтернет-просторі, стали важливими елементами кібератак і проведення психологічних операцій у соцмережах та Інтернеті загалом[51].

Згідно з дослідженням О. Саморукової, варто виділити основні інструменти стратегії звернення до національної самосвідомості та патріотизму, серед яких: спотворення фактів; активне використання тези про націоналістичне (радикальне) налаштування, «фашизацію» українського суспільства, що є ефективним для західної аудиторії (особливо актуальним є звернення до теми відродження фашизму та антисемітизму, які залишаються чутливими для європейців); публікація та розповсюдження фейкових фото- і відеоматеріалів; використання зображень, зроблених у інших військових умовах, кадрів із художніх фільмів, які неначе свідчать про «каральні» дії української армії; героїзація російських військових[49].

Як зазначає А. Березовенко, росія присвоює фрагменти історичного «лінгвосеміозису» та використовує їх у власних цілях, широко застосовуючи лінгвосеміотичний аутсорсинг, тобто використовує інтерпретації та символи, що мають історичне значення, для зміцнення своєї пропаганди та маніпуляцій [3, с. 292].

До проблематики комунікативних стратегій та інформаційної війни зверталась чимала кількість учених, серед них Бацевич Ф.С., Бобошко Т.М., Богущ Д.О., Гур'єв В.І., Желіховський В.М, Ігнатенко Л.Ю, Ліпкан В.А., Лизанчук В.В., Максименко Ю.Є., Мехед Д.Б., Пастернак Т.А., Прокоф'єв Д.М., Рудник Р. М., Саприкін О.А., Стаднік А.В., Ткач Ю.М.,

Фірсова І.В., Фролової І.Є., Чирва Р. М., Шпиґа П.С., Юдін О.К. та зарубіжні Дж.Стейн. У даному розділі було надано визначення даним термінам різних науковців. На основі наведених вище думок науковців ми формуємо авторське визначення поняття «комунікативні стратегії інформаційної війни», а саме це методи та тактики, які використовуються з метою маніпуляції та впливу на думку громадськості в умовах конфлікту за допомогою ЗМІ, соціальні мережі, пропаганди та дезінформації. Метою є дестабілізувати супротивника, розколоти суспільство або підтримати власні політичні та військові цілі. До основних методів інформаційної війни належить дезінформування, пропаганда, диверсифікація громадської думки, психологічний тиск, поширення чуток. Виділяють наступні підходи до поняття інформаційна війна, а саме геополітичний, соціально-комунікативний, маніпулятивно-психологічний, військово-стратегічний, державно-інструментальний, віртуально-кібернетичний, комплексний, конспірологічний. Ознайомившись із статтями розглянули комунікативні стратегії, які використовуються під час російсько-української війни, а саме стратегія формування «образу ворога», стратегія формування історичної спадщини та стратегія проведення інформаційної кампанії в соціальних мережах.

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ НАРАТИВІВ рф

2.1. Методи та засоби інформаційного впливу

Серед основних інструментів для ведення інформаційної війни дослідники виокремлюють такі засоби [33]:

1. Програмно-комп'ютерні технології – це технічні засоби та алгоритми, що спрямовані на атаку комп'ютерних систем, зокрема військових і державних управлінських структур. Включають використання комп'ютерних вірусів, програмно-апаратних закладок і руйнівних програм. Їхня мета – вплив на інфраструктуру, енергетичні системи та життєзабезпечення, активуючи руйнівні механізми в інформаційних системах. Крім того, проводиться знищення об'єктів, які здійснюють збір, обробку, доставку та зберігання інформації.

2. Радіоелектронна боротьба – включає методи розпізнавання, виявлення та протидії системам супротивника. Включає встановлення радіоперешкод, створення об'єктів-невидимок і нейтралізацію радіоелектронних засобів противника.

3. Лінгвістичні засоби та методи – передбачають цілеспрямоване використання мовних елементів, таких як спеціальна термінологія, мовні звороти, а також створення неоднозначної чи невизначеної інформації, що має на меті досягнення конкретних цілей в інформаційному просторі.

4. Чутки та плітки – розповсюдження сумнівної та неперевіреної інформації. Враховується природа виникнення таких явищ, а також аналізується механізм їх штучного розповсюдження в конкретному середовищі.

5. Пропагандистська діяльність – спрямована на формування моральних і етичних стандартів та світогляду, а також на вплив на

суспільство через створення норм, зразків для наслідування та поширення міфів. Реалізація пропаганди відбувається через різноманітні засоби, зокрема словники, енциклопедії, підручники, відео та аудіо продукцію.

6. Цензура – контроль за діяльністю засобів масової інформації, що передбачає нагляд за їхньою роботою та управління інформаційним простором з боку влади.

7. Засоби масової інформації – для досягнення своїх цілей в інформаційній війні використовуються всі наявні засоби масової інформації.

Щодо методів інформаційного впливу через текстові повідомлення, дослідники виділяють такі прийоми [33, с. 87]:

1. Замовчування – ухилення від розкриття важливої інформації, що може вплинути на розуміння подій.

2. Подання неправдивого факту – включення маніпульованих або недостовірних фактів у повідомлення.

3. Комбінація правдивих і неправдивих фактів – поєднання реальних фактів із викривленими або неправдивими для створення певного контексту або враження.

4. Представлення випадкових явищ як типових і системних – створення враження, що випадкові події є частиною загальної тенденції.

5. Зміщення акцентів – маніпулювання повідомленням через пропуски, підбір маніпулятивних заголовків або цитат.

6. Некоректне посилання на джерела – використання завуальованих натяків на авторитетність або на неперевірені джерела для підвищення переконливості інформації.

7. Розголошення інформації з ненадійних джерел – використання інформації з офіційно не визнаних чи ненадійних джерел.

8. Використання часових розбіжностей – маніпуляції з історичними фактами для підтвердження сучасних повідомлень, викривлення хронології подій.

9. Заглушування важливих фактів – відволікання уваги аудиторії за допомогою вторинних повідомлень або створення мозаїки інформації про різні події.

10. Використання емоційно заряджених слів – застосування термінів, таких як «правда», «демократія», «патріотизм», щоб викликати позитивні або негативні асоціації.

11. Використання штампів – використання загальних, часто спрощених виразів для створення певного враження або стереотипу.

12. Навішування ярликів – застосування таких термінів, як «хунта», «держава, що не відбулася», для спрощення сприйняття ситуацій.

13. Використання дієслів наказового способу – прямий заклик до дій, таких як «проголосуй», «визначайся», що мають на меті стимулювати аудиторію до певних вчинків.

14. «Гіпнотизування» термінами, неологізмами, запозиченнями – використання складних або незнайомих термінів для впливу на сприйняття.

15. Домінування негативних новин – акцентування на трагічних та загрозливих новинах для створення атмосфери небезпеки, наприклад, через заголовки або публікації типу «Україну перетворюють на ядерний могильник» [10, с. 87].

Інформаційний вплив через зображення, відео та аудіозаписи має велике значення, оскільки відкриває широкі можливості для створення вражаючих та ефективних візуальних і аудіальних впливів на аудиторію. Стимулюючи зорове сприйняття, зображення можуть яскраво ілюструвати конкретні ситуації, викликати емоційні реакції і допомагати в розумінні складних концепцій. Вони використовуються для створення запам'ятовуваних образів і передачі певних емоцій чи відчуттів. Звукові елементи можуть значно посилити емоційний вплив. Вплив через візуальні і звукові матеріали може бути реалізований такими способами: застосування архівних матеріалів для демонстрації сучасних подій,

використання правдивих матеріалів у маніпулятивних контекстах, змінювання змісту через видалення частин матеріалу, накладання маніпулятивних коментарів або титрів на відео, що містять неправдиві елементи, показ об'єкта у не вигідному ракурсі для викликання відрази або сміху, використання методів, таких як «25 кадрів», для підсвідомого впливу на глядача, а також апеляція до емоцій за допомогою звукового супроводу, кольорів і образів для викликання позитивних чи негативних емоцій у глядачів [33, с. 88].

Ці методи активно використовуються для розробки та реалізації ефективних комунікаційних стратегій, що дозволяє досягти максимального впливу на цільову аудиторію.

Методи інформаційних воєн можуть бути дуже різноманітними і включати різні стратегії та техніки. Така різноманітність створює можливості для застосування комплексних підходів і забезпечує адаптацію до різних ситуацій. Дослідники виділяють кілька найбільш поширених методів [33; 26; 10]:

1. Дезінформація та фейкові новини – створення і поширення вигаданих або перекручених інформаційних повідомлень з метою впливу на громадську думку, порушення довіри та викликання плутанини.

2. Кібератака – використання комп'ютерних технологій для проникнення в інформаційні системи, крадіжки даних або знищення важливої інформації.

3. Соціальна інженерія – маніпулювання соціальними взаємодіями і психологічними аспектами з метою отримання неправдивої інформації або впливу на прийняття рішень.

4. Вплив на соціальні мережі – використання соціальних мереж для поширення певних поглядів, підвищення популярності окремих тем або створення враження широкої громадської підтримки чи неприязні.

5. Інформаційна блокада – обмеження доступу до інформації або

перешкоджання її нормальному розповсюдженню через цензуру чи атаки на медіаінфраструктуру.

6. Інформаційна ескапада – створення та поширення великої кількості інформації, щоб замаскувати або спотворити важливі факти чи події.

7. Таргетована реклама та піар – використання рекламних кампаній і публічних виступів для впливу на певну аудиторію або формування певного іміджу.

Ці методи можуть використовуватися як окремо, так і в комплексі для досягнення бажаного результату.

2.2. Стилiстичний аналіз наративів рф

У даному розділі здійснимо стилістичний аналіз конкретних наративів за даною схемою.

Схема стилістичного аналізу тексту:

1. Загальний стиль і тональність.
2. Лексичні особливості.
3. Синтаксичні особливості.
4. Семантичний аналіз.
5. Емоційний вплив.
6. Риторичні прийоми.
7. Контекст і конотації.

Розберемо перший приклад з “Russia Profile” (див.ДОДАТОК А)[81].

Стилiстичний аналіз тексту

Текст має офіційно-інформаційний стиль із елементами публіцистики, характерний для новинних повідомлень. Він відображає дипломатичну риторику, спрямовану на комунікацію з міжнародною аудиторією.

1. Загальний стиль і тональність:

Офіційно-нейтральний тон: текст повідомляє про зміни у формулюваннях заяв ЄС, використовуючи стриманий та офіційний тон. Це досягається за рахунок нейтральної лексики («змінив свою позицію», «перегляд відбувся») та уникнення емоційно забарвлених слів.

Підкреслення важливості події: фрази на кшталт «очевидно змінивши позицію» і «запитань Politico щодо узгодження з останніми дипломатичними повідомленнями Брюсселя» акцентують увагу на важливості дипломатичних змін.

2. Лексичні особливості:

Офіційна термінологія: використовуються слова, характерні для дипломатичних заяв: «міжнародне право», «узгодження», «декларація», «дипломатичні повідомлення». Вони додають тексту офіційності та створюють враження авторитетності.

Емоційна нейтральність: уникається явне емоційне забарвлення; натомість використовуються нейтральні вирази на кшталт «вилучив фразу», «змінив позицію», «перегляд відбувся».

Легка іронія: фраза «початкова заява була помилкою» може бути сприйнята як завуальована критика через акцент на недосконалість роботи ЄС.

3. Синтаксичні особливості:

Складнопідрядні конструкції, наприклад, «Згідно з інформаційним бюлетенем Politico Brussels Playbook, офіційний представник ЄС заявив, що...». Це підкреслює складність і багатошаровість теми, характерну для офіційно-інформаційного стилю.

Короткі повідомлення для фактів, наприклад, «Президент Ради Антоніо Коста заявив, що «міжнародне право має переважати». Така структура сприяє ясності та зручності для читача.

4. Семантичний аналіз:

Перенесення акценту: основна ідея полягає у зміні риторики ЄС. Заміна «Україна повинна виграти цю війну» на «росія не повинна перемогти» підкреслює зсув фокусу з активної підтримки України до уникнення перемоги росії.

Позиція ЄС як нейтральної сторони: вислів «міжнародне право має переважати» вказує на прагнення дотримуватися законності та уникати радикальних заяв.

5. Риторичні прийоми:

Контраст: протиставлення фраз «Україна повинна виграти» і «росія не повинна перемогти» демонструє зміну акцентів у політичній риторичі.

Посилання на авторитетні джерела: згадка про «Politico Brussels Playbook» і «Європейську раду» додає тексту вагомості та викликає довіру в читача.

Аксіоматичні твердження, наприклад, «міжнародне право має переважати». Ця фраза звучить як безсумнівний принцип, що апелює до глобальних етичних норм.

6. Емоційний вплив:

Уникнення радикалізму: заміна формулювань зменшує емоційне навантаження, що може бути спрямоване на зменшення напруги у міжнародному полі.

Заклик до раціональності: текст апелює до логіки та об'єктивності, підкреслюючи важливість дипломатичного діалогу.

7. Контекст і конотації:

Дипломатичні маневри: зміна формулювань відображає дипломатичну обережність ЄС, що прагне зберегти баланс між підтримкою України та уникненням надмірної ескалації.

Зміна фокусу: використання фрази «росія не повинна перемогти» натякає на прагнення ЄС акцентувати увагу на довгострокових наслідках конфлікту, а не лише на підтримці однієї сторони.

Текст має офіційний характер із чіткою структурою і використанням дипломатичної лексики. Основною метою є інформування читачів про зміну риторики ЄС у контексті війни в Україні. Нейтральний тон і згадка про дотримання міжнародного права сприяють позиціонуванню ЄС як раціонального та поміркованого учасника міжнародних відносин.

Розберемо другий приклад “Russia Profile” (див. ДОДАТОК Б)[81].

Стилістичний аналіз тексту

Текст написаний в офіційно-інформаційному стилі, характерному для новинних матеріалів. Основна мета – інформування читачів про подію із дотриманням нейтрального та об’єктивного викладу фактів.

1. Загальний стиль і тональність:

Офіційно-нейтральний тон: текст передає інформацію стримано, без надмірної емоційності, що типово для новинних публікацій. Водночас простежуються елементи звинувачення через цитати посадовців.

Фокус на фактах: повідомлення націлене на констатацію подій, таких як місце атаки, дії української сторони та реакцію російських чиновників.

Емоційна складова в цитатах: фрази на кшталт «навмисно обирають цілями цивільні [і] соціальні об’єкти» вводять суб’єктивний погляд, але цей аспект обмежений рамками цитування.

2. Лексичні особливості:

Нейтральна лексика: використовуються слова, які не викликають сильних емоцій: «ракетний удар», «обстріляні об’єкти», «пошкоджені будівлі».

Офіційно-інституційна термінологія: присутні такі вирази, як «високопоставлені регіональні чиновники», «екстрені служби», «цивільна інфраструктура». Вони підкреслюють формальний характер тексту.

Негативна конотація через цитати: використання термінів у цитатах, як-от «навмисно», «цілі цивільні об’єкти», додає емоційного забарвлення, створюючи негативний образ супротивної сторони.

3. Синтаксичні особливості:

Складнопідрядні конструкції, наприклад, «Україна завдала ракетного удару по курській області росії, повідомив у п'ятницю виконуючий обов'язки губернатора...». Це забезпечує точність і деталізацію повідомлення.

Короткі речення для ключових фактів, наприклад, «Високопоставлені регіональні чиновники були направлені на місце інциденту». Така структура спрощує сприйняття інформації.

Цитати для підсилення: використання прямих цитат, як-от: «нанесли ракетний удар по місту рильськ», «цілі цивільні [і] соціальні об'єкти», надає тексту автентичності.

4. Семантичний аналіз:

Інформаційний акцент: головна ідея тексту – передача інформації про атаку та її наслідки. Основний акцент зроблено на факті обстрілу та пошкодженні цивільної інфраструктури.

Чітке окреслення сторін: в тексті згадуються конкретні дії обох сторін конфлікту: «Україна завдала ракетного удару», «Хінштейн звинуватив київські війська».

Використання додаткових джерел: посилання на «російські Telegram-канали і ЗМІ» надає тексту додаткової обґрунтованості.

5. Риторичні прийоми:

Посилання на авторитети: згадка про «виконуючого обов'язки губернатора Олександра Хінштейна» підвищує вагу заяв і додає довіри.

Емоційні акценти в цитатах: фрази на кшталт «навмисно обирають цілями цивільні об'єкти» викликають співчуття та підсилюють негативне ставлення до опонентів.

Візуальний опис наслідків: деталі про «кілька палаючих автомобілів і пошкоджені будівлі» формують у читача візуальний образ події, підсилюючи її значущість.

6. Емоційний вплив:

Звинувачувальний підтекст: хоча загальний тон тексту нейтральний, цитати чиновників формують емоційний акцент на діях української сторони, що може викликати у читача негативну реакцію.

Стриманий опис наслідків: попри згадку про пошкодження та пожежі, текст не драматизує події, залишаючи місце для висновків читача.

7. Контекст і конотації:

Висвітлення конфлікту: текст слугує частиною ширшого інформаційного потоку про війну, в якому кожна сторона висвітлює події з власного погляду.

Медіа-роль Telegram-каналів: посилання на «російські Telegram-канали і ЗМІ» відображає сучасну тенденцію використання соціальних мереж як джерел інформації.

Текст виконаний у форматі офіційного новинного повідомлення з використанням нейтрального викладу фактів, проте із вкрапленням емоційності через цитати посадовців. Стилiстично він відповідає вимогам до журналістських матеріалів, орієнтованих на оперативне інформування аудиторії.

Розглянемо третій приклад Sputnik (див. ДОДАТОК В)[72].

Стилiстичний аналіз тексту

Текст є журналістським матеріалом, виконаним у формі новинного повідомлення, але з сильним емоційним забарвленням. Головна мета - передати позицію російського президента володимира путіна щодо ситуації з Українською Православною Церквою (УПЦ) в Україні, акцентуючи на політичних і релігійних аспектах.

1. Загальний стиль і тональність

Політично-релігійний контекст: текст спрямований на висвітлення взаємодії політики та релігії, що створює подвійний дискурс: політичний (репресії проти УПЦ) та релігійний (захист православ'я).

Емоційно-оцінний тон: опис подій містить яскраві емоційні метафори, як-от «Церкву розносять на очах у всього світу. Це як розстріл». Це підкреслює драматичність ситуації, проте додає суб'єктивності.

Звинувачувальний характер: текст має наратив, у якому українська влада зображується як сторона, що порушує права віруючих, а російська — як захисник релігійних свобод.

2. Лексичні особливості

Звинувачувальна лексика: використовуються слова й вирази із негативною конотацією: «переслідується», «грубе порушення прав», «розстріл», «безбожники».

Політично-релігійна термінологія: присутні слова, які підкреслюють офіційний та релігійний контекст: «Українська Православна Церква», «права людини», «віруючі».

Релігійно-етнічні конотації: фрази «етнічні євреї» та «безбожники» додають дискусії елементів релігійного й етнічного протиставлення.

Суб'єктивні оціночні фрази, наприклад, «Церкву розносять на очах у всього світу» - це образне перебільшення, що створює емоційний вплив.

3. Синтаксичні особливості

Складнопідрядні конструкції, наприклад, «Люди, які стоять за тиском на Українську Православну Церкву, є «невірними, – заявив президент росії». Така структура дозволяє чітко передати основну думку.

Короткі речення для емоційного впливу, наприклад, «Це як розстріл». Лаконічність підсилює драматичність.

Пряма мова для акцентів: цитати пугіна, як-от «грубе порушення прав людини, прав віруючих», надають тексту авторитетності та емоційного забарвлення.

4. Семантичний аналіз

Ключовий меседж: українська влада представлена як сторона, яка порушує права релігійних спільнот, а росія - як сторона, що засуджує такі дії.

Контрастування сторін: українська влада описується як «безбожники», а УПЦ - як жертва репресій. Це створює яскравий контраст між «правильним» і «неправильним».

Метафори та образність: фрази «Церкву розносять», «Це як розстріл» створюють сильний емоційний ефект, але водночас відходять від нейтрального висвітлення.

5. Риторичні прийоми

Метафори та порівняння: використання порівняння «Це як розстріл» драматизує події й викликає емоційну реакцію у читача.

Посилання на авторитет: висловлювання володимира путіна використовуються для додання тексту вагомості й серйозності.

Апеляція до моральності: використання таких слів, як «прав людини» і «права віруючих», спрямоване на формування у читача уявлення про моральну несправедливість.

6. Емоційний вплив

Поляризація сторін: текст подає ситуацію в чорно-білих тонах: українська влада - «пригноблювач», а УПЦ - «жертва».

Засудження дій української влади: використання термінів на кшталт «грубе порушення» спрямоване на виклик обурення у читачів.

Релігійно-етнічний підтекст: згадка про етнічну приналежність та релігійну практику Зеленського акцентує увагу на конфесійному та етнічному питанні, що може викликати змішані реакції.

7. Контекст і конотації

Політичний підтекст: текст може бути частиною ширшої інформаційної кампанії, спрямованої на критику української влади.

Релігійний і етнічний контекст: згадка про релігійні та етнічні питання створює додатковий рівень конфліктності.

Геополітична проекція: текст намагається посилити позицію росії як захисника традиційних цінностей і релігії.

Текст є прикладом емоційно зарядженого повідомлення, яке використовує релігійну, етнічну та політичну риторику для підсилення свого впливу. Хоча основна мета тексту - інформування, риторичні прийоми та метафори надають йому пропагандистського характеру.

Розглянемо четвертий приклад Sputnik (див. ДОДАТОК Г)[71] .

Стилістичний аналіз тексту

Текст є журналістським повідомленням з елементами аналітики та інтерпретації. Він має характер політичного викладу подій із використанням риторичних прийомів, що підсилюють ключові тези.

1. Загальний стиль і тональність

Інформаційно-аналітичний стиль: використання фактичних даних (дат, подій, цитат) створює враження об'єктивності. Однак загальна тональність тексту є емоційно забарвленою через використання оціночної лексики.

Критично-звинувачувальний тон: текст містить звинувачення на адресу США та Великобританії, акцентуючи увагу на їхній ролі в зриві мирних переговорів між росією та Україною.

2. Лексичні особливості

Емоційно забарвлена лексика: використання таких слів і виразів, як «глибоко аморальні», «перешкодили», «зірвали», додає тексту критичної оцінки.

Політична термінологія: використовуються такі слова, як «перемир'я», «нейтралітет», «гарантії безпеки», «збройні сили», що підкреслюють офіційний характер подій.

Риторичні засоби, наприклад, слово «сподіваючись» у контексті дій США і Великобританії має підтекст, що натякає на цинізм їхніх намірів.

3. Синтаксичні особливості

Складні речення з уточненнями, наприклад, «У Стамбулі Україна і росія попередньо погодили проект перемир'я, згідно з яким Київ відмовився від прагнень вступити в НАТО...». Такі конструкції додають тексту формальної логічності та деталізації.

Короткі речення для акцентів, наприклад, «Проте українські учасники переговорів раптово відмовилися». Лаконічність підсилює драматизм і підкреслює ключові моменти.

Пряма мова для авторитетності: цитати, як-от «просто продовжувати боротьбу», додають тексту достовірності.

4. Семантичний аналіз

Основна теза: США та Великобританія свідомо перешкодили мирним переговорам між Україною та росією, переслідуючи власні геополітичні цілі.

Акценти на суперечності: текст підкреслює, що Україна була готова до компромісу, але вплив зовнішніх гравців зірвав ці наміри.

Негативна конотація: дії англо-американців подані як аморальні й цинічні, що формує критичне ставлення до них.

5. Риторичні прийоми

Оціночна лексика: фрази «глибоко аморальні», «зірвали», «перешкодили» емоційно впливають на читача, формуючи осудливе ставлення до описаних дій.

Протиставлення: опис зусиль України та росії для досягнення компромісу протиставляється діям США та Великобританії, які перешкождали цьому.

Апеляція до авторитету: висловлювання Жана-Даніеля Руха використовуються як аргумент для підкріплення критики дій англо-американців.

6. Емоційний вплив

Звинувачення в аморальності: використання фрази «глибоко аморальні» створює сильний емоційний резонанс, який спрямований на засудження США та Великобританії.

Драматизація подій: опис «раптової відмови» українських переговорників і згадка про вплив Бориса Джонсона викликають у читача відчуття розчарування і недовіри до західних лідерів.

Формування образу жертви: Україна представлена як сторона, що перебуває під зовнішнім тиском і не може самостійно ухвалювати рішення.

7. Контекст і конотації

Геополітичний контекст: текст вписується в ширший дискурс про відповідальність Заходу за ескалацію конфлікту в Україні.

Морально-етичний підтекст: акцент на «аморальності» дій США та Великобританії спрямований на формування негативного ставлення до їхньої політики.

Інтерпретація історії: текст створює наратив, згідно з яким мир був можливим, але був зірваний через цинічні дії західних держав.

Текст є прикладом інформаційно-аналітичного жанру з елементами емоційного впливу. Він поєднує фактичний виклад подій із риторичними прийомами, які формують критичне ставлення до США та Великобританії. Загальна тональність тексту спрямована на створення образу Заходу як цинічного гравця, що діє у власних інтересах, і одночасно демонструє Україну як залежну жертву зовнішніх впливів.

Розглянемо п'ятий приклад RT (див. ДОДАТОК Д) [87].

Стилістичний аналіз тексту

Текст має офіційно-публіцистичний стиль, поєднаний із елементами пропагандистського дискурсу. Аналіз проводимо за кількома основними критеріями.

1. Загальний стиль і тональність:

Офіційність і серйозність: у тексті використовується офіційна лексика, притаманна новинним повідомленням: «конфлікт», «делегація», «оцінювала ситуацію». Це створює враження достовірності й авторитетності викладеної інформації.

Ідеологічне забарвлення: у тексті відчувається чітка суб'єктивність. Висловлювання депутата подано без критичного аналізу чи альтернативної точки зору, що підсилює пропагандистський характер.

2. Лексичні особливості:

Емоційно забарвлена лексика: використання таких висловів, як «вбити клин», «братні країни», «завжди створював проблеми», надає тексту емоційної насиченості. Ці вислови підсилюють негативне ставлення до колективного Заходу та викликають симпатію до росії та України як нібито жертв.

Нейтрально-офіційна лексика: такі слова, як «делегація», «ситуація на місці», «меморіальний комплекс», додають тексту рис офіційного новинного стилю.

Протиставлення: лексема «колективний Захід» використовується як узагальнюючий термін із негативною конотацією, що підкреслює його роль у конфлікті.

3. Синтаксичні особливості:

Короткі речення для фактів, наприклад, «Про це депутат заявив у середу, відвідуючи...». Це сприяє стислості та структурованості тексту.

Складнопідрядні речення для цитат, наприклад, «Військові дії, що тривають, були спровоковані колективним Заходом, який...». Такі

конструкції підкреслюють важливість цитати і дозволяють подати висловлювання як авторитетне.

4. Семантичний аналіз:

Фокус на винуватцеві: головна теза тексту полягає в покладанні провини за конфлікт на «колективний Захід». Це семантично домінантний елемент, який повторюється в тексті, посилюючи головну ідею.

Аксіоматичність: використання формулювань на кшталт «завжди створював проблеми» надає твердженню характеру безсумнівного факту, хоча конкретних доказів не наведено.

5. Емоційний вплив:

Звернення до ідеї «братніх країн»: використання поняття «братні країни» викликає у читача почуття ностальгії, співчуття та морального осуду дій Заходу, який «зруйнував» цю єдність.

Делегація як символ авторитетності: згадка про делегацію Панафриканського парламенту надає тексту міжнародного контексту та підкреслює «об'єктивність» оцінки ситуації.

6. Риторичні прийоми:

Репетиція: слово «завжди» повторюється для підсилення думки про систематичну винуватість Заходу.

Цитування: пряма мова депутата Волдегіоргіса додає тексту авторитетності й зміщує відповідальність за спірні твердження на зовнішнє джерело.

Поляризація: у тексті протиставляється Захід як агресор і росія та Україна як жертви, що сприяє розмежуванню сторін.

7. Контекст і конотації:

Історичний підтекст: згадка про «братні країни» апелює до радянського минулого та ідеї єдності між росією та Україною, що має сентиментальну конотацію для певної аудиторії.

Політична спрямованість: текст є частиною пропагандистського нарративу, спрямованого на дискредитацію Заходу та виправдання дій росії.

Текст побудований у стилістиці офіційно-публіцистичного жанру з елементами емоційно-оцінної лексики. Основна мета - створення негативного образу колективного Заходу, підтримка російського нарративу про «зовнішнє втручання» та збереження ідеї «братньої єдності» росії та України. Текст характеризується маніпулятивними прийомами, що спрямовані на вплив на емоції читача, підкреслення ідеологічної позиції та створення чіткого розмежування між винуватцями та жертвами конфлікту.

Розглянемо шостий приклад (див.ДОДАТОК Е)[80].

1. Загальний стиль і тональність

Стаття написана в офіційно-публіцистичному стилі з критичним тоном. Висвітлення подій спрямоване на розкриття маніпулятивного характеру інформаційної політики RT (“Russia Today”). Автор використовує стриманий, але однозначно негативний щодо пропаганди настрій.

2. Лексичні особливості

Основна лексика: стаття містить багато політичних термінів («інвазія», «проросійський ухил», «звільнення», «державно-фінансований»).

Оціночна лексика: використовуються слова з явно негативним забарвленням щодо дій рф і позиції RT («маніпулятивна подача», «захоплення території», «виправдання»).

Технічні терміни: «Спеціальна військова операція» подається в лапках, що вказує на іронічність або сумнів у правдивості цього терміна.

3. Синтаксичні особливості

Речення здебільшого середньої довжини, що сприяє чіткій передачі інформації.

Паралельні конструкції: використані для підкреслення пропагандистського змісту. Наприклад, «замість захоплення території...» глядачам сказали, що війська намагаються «звільнити».

Інверсії: щоб привернути увагу, наприклад, до ролі ведучого: «І якщо були сумніви...»

4. Семантичний аналіз

Основний акцент на викритті маніпуляцій російських ЗМІ.

У статті проводиться чітке розрізнення між реальністю та тим, як її подають на RT. Наприклад, протиставляються слова «звільнення» та реальні події (інвазія).

Увага до інструментів пропаганди: виправдання війни через перекручування інформації.

5. Емоційний вплив

Стаття викликає у читача обурення та недовіру до RT через наведені приклади дезінформації.

Емоційне забарвлення посилюється використанням цитат із маніпулятивними висловлюваннями RT, як-от: «Захист людей від геноциду з боку Києва».

6. Риторичні прийоми

Іронія: уживання фраз типу «спеціальна військова операція» для демонстрації абсурдності цього терміна.

Риторичні запитання: непрямо підводить читача до осуду пропагандистських методів RT.

Контраст: протиставлення позиції Заходу та подачі RT.

7. Контекст і конотації

Стаття контекстуалізує пропаганду RT у ширшій темі інформаційної війни.

Конотації однозначно негативні: RT представлена як інструмент російської державної пропаганди, який приховує правду про агресію рф.

Важливу роль відіграє згадка про «сина журналіста ITN», що посилює відчуття втрати об'єктивності відомих медійних постатей через втягнення в російську пропаганду.

Загальний висновок: стаття висвітлює тему маніпуляцій російських медіа критично, з наголосом на дезінформації та спробах виправдати агресію проти України. Її стиль переконливий, логічно структурований і спрямований на викриття неправдивої інформації.

Розглянемо сьомий приклад RT (див.ДОДАТОК Ж)[70].

1. Загальний стиль і тональність

Стаття має пропагандистський характер, поширює прокремлівську риторику, спрямовану на дискредитацію позиції Заходу щодо України. Тональність негативна, сповнена звинувачень і маніпуляцій, з метою створити образ байдужості західних країн до України та її народу.

2. Лексичні особливості

Оцінна лексика: використовуються слова, які мають негативне забарвлення, наприклад: «нікому не потрібна», «витратний матеріал».

Маркери винуватості: згадуються «США», «ЄС», які подаються як сторони, що нібито використовують Україну у «проксі-війні» проти росії.

Прямі цитати: підсилюють риторику за рахунок посилання на слова сергія лаврова, щоб створити уявлення про «доказовість».

3. Синтаксичні особливості

Простота та лаконічність: тексти мають короткі речення, які легко сприймаються і запам'ятовуються. Наприклад, «Ніхто не піклується про Україну».

Цитати як аргумент: використовуються цитати з чітким акцентом на ключових словах, щоб забезпечити емоційний ефект.

4. Семантичний аналіз

Стаття акцентує на темі нібито байдужості Заходу до України та формує ідею про «експлуатацію України». Семантично спрямована на

підрив довіри до міжнародних союзників України, створення образу «жертви змови».

5. Емоційний вплив

Страх: спрямована на формування у читача страху та тривоги щодо майбутнього України.

Зневіра: викликає сумнів у щирості допомоги Заходу Україні.

Підбурювання: спонукає аудиторію до недовіри західним країнам.

6. Риторичні прийоми

Приєм «ворога»: Захід подається як головний винуватець проблем.

Приєм цитування: заяви лаврова представлені як абсолютна правда, без альтернативної точки зору.

Дихотомія: поділ на «поганий Захід» і «постраждалу Україну», яку нібито використовують.

7. Контекст і конотації

Контекст статті - це війна росії проти України, а конотації спрямовані на зниження підтримки України з боку міжнародної спільноти. Використання джерела RT як пропагандистського медіа підкреслює, що текст спрямований на інформаційну атаку, а не на об'єктивне висвітлення подій.

Розглянемо восьмий приклад Sputnik (див.ДОДАТОК 3)[68].

Стилістичний аналіз тексту

1. Загальна структура тексту

Текст побудований як інформаційне повідомлення з елементами цитування. Він поділений на логічні частини:

1. Вступ: загальна інформація про польського найманця, який потрапив у полон.
2. Основна частина: деталі про процес вербування іноземців до ЗСУ, зокрема через сайт.

3. Додаткова інформація: згадка про ще одного полоненого найманця з Великої Британії та участь колумбійців в Інтернаціональному легіоні України.

2. Лексичний аналіз

Репортажна мова: використовуються нейтральні та офіційні формулювання, характерні для новинного стилю: «потрапив у полон», «повідомив», «заповнити анкету».

Емоційно забарвлена лексика: негативна конотація: «без розбору вербують», «нестача живої сили», «швидше за все беруть усіх». Ці вислови акцентують увагу на хаотичному та вимушеному характері дій ЗСУ.

Технічна термінологія. слова, такі як «Інтернаціональний легіон», «вербують», «анкету», додають тексту відчуття достовірності та формальності.

3. Граматичний аналіз

Речення: більшість речень прості та інформативні. Наприклад, «Поляк потрапив у полон у Донецькій народній республіці до бійців російського добровольчого корпусу». Це сприяє швидкому сприйняттю інформації.

Цитати: текст містить прямі цитати, які створюють ілюзію автентичності: «Досить просто знайти цей сайт, заповнити анкету...».

4. Використання цитат

Функція цитат: цитати служать для підсилення меседжів, зокрема: Утвердження, що ЗСУ стикається з нестачею солдатів. Наголошення на процесі вербування іноземців.

Джерело цитат: цитати польського та британського найманців представлені як особисті зізнання, проте вони подаються без додаткової перевірки чи критичного контексту.

5. Тон і стиль

Тон тексту:

Офіційний: у тексті використовується мова, характерна для новинних повідомлень.

Звинувачувальний: ненав'язливо, але помітно формується негативне ставлення до ЗСУ через згадку про вербування «без розбору» та «нестачу живої сили».

Стиль:

Інформативний: текст подає факти, хоча вони вибіркові.

Пропагандистський: вибір лексики та структурований фокус на слабкості української сторони спрямовані на підкріплення певного нарративу.

6. Ключові акценти тексту

Нестача солдатів в Україні: зосередження на «вербуванні іноземців» через сайт підкреслює проблему кадрового забезпечення в ЗСУ.

Хаотичність процесу вербування: твердження, що беруть «усіх без розбору», ставить під сумнів професіоналізм Інтернаціонального легіону.

Західні найманці: особливий наголос на участі британців і колумбійців формує уявлення про міжнародний характер підтримки України, але в негативному ключі.

7. Потенційна аудиторія

Цільова аудиторія: читачі, які підтримують проросійську позицію. Аудиторія, скептично налаштована до участі іноземців у конфлікті.

Мета тексту: підкреслити проблеми України у військовій сфері. Викликати сумніви щодо професіоналізму та організованості ЗСУ.

8. Риторичні прийоми

Використання цитат: прямі висловлювання полонених додають тексту ілюзію правдивості.

Згадка міжнародних учасників: фокус на іноземних найманцях підкреслює «залежність» України від зовнішніх ресурсів.

Протиставлення: російський добровольчий корпус подається як сила, що взяла під контроль ситуацію.

9. Приховані меседжі Україна стикається з кризою людських ресурсів. Західні найманці беруть участь у конфлікті, але їхня роль ставиться під сумнів. Сосійська сторона контролює ситуацію в регіоні.

Текст написаний у стилі, характерному для пропагандистських матеріалів: зосереджено на слабких сторонах однієї сторони конфлікту, використовується емоційно забарвлена лексика для формування певного враження. Хоча текст має ознаки інформаційного повідомлення, його вибіркова подача та акценти спрямовані на підсилення проросійського нарративу.

Розглянемо дев'ятий приклад Sputnik (див. ДОДАТОК К)[89].

Стилістичний аналіз тексту

1. Загальна структура тексту

Текст структурований як коротке інформаційне повідомлення, що включає:

Вступ: згадка про звіт Управління Верховного комісара ООН з прав людини (УВКПЛ), де йдеться про порушення Україною Конституції.

Основна частина: деталізація звіту, включаючи цитати з документа.

Приклади: Згадка конкретних випадків свавільних затримань і катувань.

2. Лексичний аналіз

Офіційна термінологія: текст насичений юридичною та офіційною лексикою, що додає формальності: «зобов'язання», «національне законодавство», «недискримінація», «МППП» (Міжнародний пакт про громадянські і політичні права).

Негативно забарвлена лексика: використовуються слова із сильним негативним відтінком: «свавільні затримання», «катування», «необґрунтовані обмеження». Це підкреслює серйозність порушень.

Емоційна складова: незважаючи на загалом офіційний тон, слова «порушує власну Конституцію», «катування» викликають емоційний відгук у читача.

3. Граматичний аналіз

Складна синтаксична структура: використовуються довгі речення із підрядними конструкціями, характерні для офіційно-ділового стилю: «Право на відмову від військової служби з міркувань сумління продовжує піддаватися необґрунтованим обмеженням у законодавстві та на практиці...» Це сприяє створенню серйозного й формального тону.

Пряма мова: цитати із звіту УВКПЛ підсилюють авторитетність тексту: «всупереч застосовним зобов'язанням щодо рівності перед законом та недискримінації».

4. Використання цитат

Функція цитат: пряма мова із звіту ООН додає достовірності та вагомості тексту. Цитати акцентують увагу на юридичних та етичних аспектах проблеми.

Вибірковість цитат: у тексті представлені лише ті фрагменти звіту, які підкреслюють порушення з боку України, без додаткового контексту.

5. Тон і стиль

- Тон:

Критичний: подача матеріалу формує у читача негативне ставлення до української державної політики.

Формально-офіційний: використання цитат з міжнародного звіту додає об'єктивності, хоча текст структурований з акцентом на певному негативному аспекті.

- Стиль:

Інформативний: текст представляє факти у вигляді висновків УВКПЛ.

Маніпулятивний: вибір лише негативних прикладів та термінів із сильним емоційним забарвленням спрямований на формування певного нарративу.

6. Ключові акценти тексту

Порушення Конституції України: основний наголос на тому, що Україна діє всупереч своїм основним законам.

Критика законодавства: згадка про обмеження, які не відповідають принципам рівності та недискримінації.

Конкретні приклади: згадка про затримання та катування п'яти осіб додає драматизму.

7. Потенційна аудиторія

- Цільова аудиторія: читачі, які скептично ставляться до дій України. Люди, зацікавлені у правах людини та діяльності міжнародних організацій.
- Мета тексту: створення враження, що Україна порушує права людини. Підсилення критики щодо мобілізаційної політики України.

8. Риторичні прийоми

Авторитетність джерела: посилання на звіт ООН додає тексту вагомості.

Використання цифр і прикладів: згадка про конкретні випадки свавільних затримань викликає довіру та емоційну реакцію.

Негативні конотації: текст містить слова та фрази, що підсилюють враження серйозних порушень.

9. Приховані меседжі

Україна ігнорує міжнародні стандарти та порушує права людини.

Державна політика України не відповідає принципам рівності та демократичності.

Мобілізаційна кампанія в Україні має примусовий характер, що ставить під сумнів її етичність.

Текст написаний у формально-інформативному стилі з явним критичним акцентом щодо української мобілізаційної політики. Використання цитат зі звіту УВКПЛ додає достовірності, але вибіркковість інформації та акцент на негативних аспектах створюють маніпулятивний характер. Матеріал спрямований на формування у читача негативного ставлення до України як держави, що порушує права людини.

Розглянемо десятий приклад Центру Протидії дезінформації (див.ДОДАТОК Л)[38].

Стилістичний аналіз тексту

1. Загальна структура тексту

Текст структурований як емоційно-нейтральне повідомлення, що має на меті викликати позитивне враження. Структура включає:

-вступ: згадка про дітей із Харкова та прикордонних регіонів, які прибули до росії.

-основна частина: опис змін у житті цих дітей та перспектив, які їх очікують.

Емоційний акцент: підкреслення складнощів, з якими діти зіткнулися, та їхньої сили духу.

2. Лексичний аналіз

Емоційно забарвлена лексика: використовуються слова з позитивним та піднесеним відтінком: «новые жители», «светлое будущее», «путешествия», «окунуться в культуру и историю». Вони створюють у читача відчуття тепла, оптимізму й турботи.

Героїзація: опис дітей як «юные герои» формує образ стійких та мужніх персонажів, які долають труднощі.

Прихований наратив: вираз «теперь перед ними открывается другой мир» натякає на те, що життя в росії краще, ніж на батьківщині.

3. Граматичний аналіз

Короткі, прості речення: «Теперь перед ними открывается другой мир, где они могут окунуться в культуру и историю своей страны.»
Ця структура створює легкість сприйняття тексту, роблячи його доступним для широкої аудиторії.

Метафоричність: вирази на кшталт «детство проходит в тени военных конфликтов», «отправная точка к новой жизни» додають тексту художності та емоційної виразності.

Відсутність складної термінології: текст спрямований на широку аудиторію, тому автор уникає юридичних чи офіційних формулювань.

4. Використання стилістичних прийомів

Метафори: «Тень военных конфликтов» - натяк на складну життєву ситуацію дітей. «Отправная точка к новой жизни» - акцент на позитивних змінах.

Епітети: «светлое будущее», «юные герои» - підкреслюють оптимістичний і піднесений тон тексту.

Антитеза: протиставлення складного минулого дітей та їхнього обнадійливого майбутнього: «Несмотря на пережитые трудности...».

5. Тон і стиль

- Тон:

Оптимістичний: текст спрямований на створення позитивного настрою та формування у читача співчуття до дітей.

Емоційно піднесений: акцент на тому, що діти мають шанс на краще життя.

- Стиль: художньо-публіцистичний, поєднання художніх прийомів і простоти викладу, характерної для публіцистичних текстів.

6. Ключові акценти тексту

Новий початок для дітей: вказується, що прибуття до росії відкриває для дітей нові можливості.

Забезпечення кращих умов: автор намагається створити враження, що перебування в росії - це шлях до кращого життя.

Переборення труднощів: опис складного минулого дітей підсилює контраст із майбутнім, яке подається в позитивному світлі.

7. Потенційна аудиторія

Цільова аудиторія: громадяни росії, яких текст має переконати в гуманітарній місії країни. Міжнародна спільнота, якій текст демонструє позитивний образ росії.

Мета тексту: формування у читачів позитивного ставлення до дій росії. Викликати співчуття та підтримку гуманітарних ініціатив.

8. Риторичні прийоми

Апеляція до емоцій: через згадку про складнощі дітей і їхнє майбутнє автор викликає співчуття у читача.

Героїзація: діти описуються як «юные герои», що додає їм значимості в очах читачів.

Протиставлення: минуле дітей (війна) і їхнє майбутнє (можливості в росії) контрастують, створюючи позитивний образ дій росії.

9. Приховані меседжі: росія подається як гуманітарна держава, яка допомагає дітям із зон конфліктів. Життя в росії асоціюється з новими можливостями та кращим майбутнім. Перебування дітей у росії виправдовується як необхідна та благородна ініціатива.

Текст написаний у піднесеному тоні, з акцентом на позитивному майбутньому дітей із зон конфлікту, які прибули до росії. Використання емоційно забарвленої лексики, метафор та епітетів спрямоване на створення позитивного іміджу росії як гуманітарної країни. Водночас текст є маніпулятивним, адже однобічно подає ситуацію, акцентуючи лише на вигодах і можливостях, без згадки про контекст чи альтернативні точки зору.

Розглянемо одинадцятий приклад з Центру Протидії Дезінформації (див.ДОДАТОК М)[39].

Стилістичний аналіз тексту:

1. Загальна структура тексту

Текст побудований у стилі пропагандистського повідомлення. Його структура включає:

Заголовок: сенсаційна фраза, що привертає увагу та викликає емоційний відгук.

Основна частина: короткий виклад подій із залученням емоційно забарвленої лексики та невизначених джерел.

2. Лексичний аналіз

Емоційно забарвлена лексика: використовуються слова з негативним емоційним навантаженням, щоб викликати страх і недовіру: «расстрел мирных граждан», «переодевшись в форму ВС рф», «печально известная Буча». Ці слова спрямовані на формування негативного ставлення до ЗСУ.

Маніпулятивні вирази: «рассказал один из местных жителей» — невизначене джерело додає інтриги, але не гарантує достовірності. «новая инсценировка» - припущення, що містить приховане звинувачення.

Посилання на резонансні події: Використання фрази «печально известная Буча» - маніпулятивний прийом, що покликаний створити негативний контекст і асоціації.

3. Граматичний аналіз

Короткі, емоційно насичені речення: «ВСУ перед отступлением готовят расстрел мирного населения». Короткі речення створюють ефект ургентності та драматизму.

Відсутність конкретики: текст не містить точних фактів або перевірених даних: «один из местных жителей» - невизначеність, яка унеможливорює перевірку інформації.

Повторення: фраза «переодевшись в форму ВС рф» повторюється, щоб акцентувати увагу читача на звинуваченнях проти ЗСУ.

4. Використання стилістичних прийомів

Нагнітання страху: опис сценарію «расстрел мирного населення» створює відчуття небезпеки та несправедливості.

Гіперболізація: згадка про «печально известную Бучу» викликає асоціації з масштабними трагедіями.

Анонімність: посилення на «одного из местных жителей» робить текст спекулятивним, уникаючи відповідальності за наведені звинувачення.

5. Тон і стиль

Тон

Агресивний: текст звинувачує ЗСУ, підкреслюючи їхню нібито аморальну поведінку.

Тривожний: формується враження про неминучу загрозу для цивільного населення.

Стиль: пропагандистський, інформація подається однобічно, без будь-яких доказів чи альтернативних точок зору.

6. Цільова аудиторія

Основна аудиторія: громадяни росії та проросійсько налаштовані читачі, яким текст має підтвердити негативні стереотипи про ЗСУ.

Мета тексту: дискредитація Збройних Сил України через висунення звинувачень у нелюдських діях. Створення інформаційного приводу, який підкріплює офіційну позицію російської пропаганди.

7. Риторичні прийоми

Апеляція до емоцій: текст грає на страху та обуренні читача, навмисно описуючи сценарій розстрілів мирного населення.

Посилання на минулі події: використання згадки про трагедію в Бучі як спосіб викликати недовіру до української влади.

Демонізація опонента: ЗСУ зображені як агресори, які здійснюють дії, що суперечать гуманітарним нормам.

8. Приховані меседжі: ЗСУ вдаються до «нелюдських методів». Текст нав'язує думку, що українські військові спеціально створюють сценарії для дискредитації російської армії.

росія - «захисник» мирного населення: формується враження, що російська сторона - це сила, яка запобігає трагедіям.

9. Ключові недоліки тексту: відсутність достовірних джерел, жодних конкретних доказів чи посилань на офіційні джерела.

Маніпулятивна подача: застосування емоційно забарвлених термінів і згадок минулих подій для викликання упередженого ставлення до ЗСУ.

Непідтвержені заяви: використання невизначених джерел («один из местных жителей») знижує довіру до тексту.

Текст є прикладом маніпулятивної пропаганди, спрямованої на дискредитацію Збройних Сил України та створення негативного образу української сторони. Використання емоційно насиченої лексики, посилань на резонансні події (Буча) та відсутність конкретних доказів є характерними рисами текстів, орієнтованих на формування негативної громадської думки.

2.3. Рекомендації щодо протидії комунікативним стратегіям інформаційної війни рф проти України

У західних країнах існує велика кількість незалежних джерел новин, що не підпорядковуються урядовому контролю. Однак у росії ситуація суттєво відрізняється: засоби масової інформації та телебачення перебувають під жорстким державним контролем, і про свободу слова не може йтися й мови [69]. Більшість провідних російських медіа належать Кремлю або компаніям з тісними зв'язками з урядом [81]. Оскільки телебачення є основним джерелом новин в росії, державні телеканали подають реальність у спотвореному вигляді, прославляючи переваги життя

в «великій державі» і замовчуючи багато важливих фактів [69]. В умовах такого політичного режиму, як зазначає ВВС, журналісти в росії піддаються загрозам і репресіям за висвітлення тем, таких як корупція, організована злочинність та порушення прав людини [81].

Фео Снаговський, доцент кафедри політології в Університеті Альберти, стверджує, що матеріали, які транслюються російськими телеканалами, ретельно підготовлені, а кореспонденти просто озвучують тези уряду, не намагаючись зробити власні висновки [69].

У швидко змінюваних політичних умовах для лідерів держав надзвичайно важливо просувати позитивний образ своєї країни, створюючи його у свідомості громадськості. Згідно з наведеними фактами, росія значно зосереджена на тому, як політика її уряду сприймається на міжнародному рівні. Після вторгнення в Україну доступ до незалежних ЗМІ був ще більше обмежений, а в правовому полі з'явився закон, який передбачає кримінальну відповідальність за «брехливу інформацію» щодо України [69].

Через те, що росіяни часто отримують лише ту інформацію, яка вигідна уряду, у них складається уявлення про державу, яке суттєво відрізняється від реальних політичних обставин. Для того, щоб зрозуміти, які інструменти росія використовує для формування свого позитивного іміджу за кордоном, можна звернути увагу на такі медіа-ресурси, як телеканали “Russia Today”, журнал “Russia Profile” та радіостанція “Sputnik International” (раніше “Voice of Russia”).

Телеканал “Russia Today”, заснований у 2005 році, є основним інструментом міжнародної медіа-діяльності росії. Він транслюється на кількох мовах і фінансується державою. Керівництво агентством було доручено Маргариті Симоньян. Початковою метою каналу було стати інструментом «м'якої сили», спрямованим на поліпшення іміджу росії в світі та ослаблення антиросійських настроїв [76].

Проте, при владі володимира путіна канал здобув репутацію пропагандистського інструмента зовнішньої політики кремля: RT став способом дискредитації США та донесення інформації, вигідної росії [68].

Формат ефірів RT зазвичай починався з новинного блоку, після чого йшли нариси про культуру, спорт та бізнес [76]. Супутникові канали передавали матеріали до Європи та США, в основному це були новини про росію та послання, вигідні уряду. Зокрема, у 2005 році RT висвітлював невдалі операції США та страждання України і Грузії від «кольорових революцій» [76]. На сьогодні ці меседжі залишаються майже незмінними: вони включають новини про росію та зовнішню політику, від критики західних санкцій до повідомлень про втрати української армії.

Новини RT можна інтерпретувати так, що все, що пишуть про росію в західних ЗМІ, є спробою очорнити російський уряд, який, на їхню думку, не робить нічого поганого. RT також відіграла важливу роль у поширенні дезінформації під час пандемії COVID-19, підриваючи довіру до західних вакцин та просуваючи російські препарати [69].

Попри високий статус агентства на батьківщині, воно не користується великою популярністю за кордоном, і бюджети таких медіа, як BBC та Al Jazeera, значно перевищують бюджети Russia Today [76]. З самого початку RT став перед складним завданням: конкурувати з іншими міжнародними медіа, при цьому формуючи позитивне враження про себе, що часом суперечило цілям каналу [76]. Під час російсько-грузинської війни висвітлення в RT було недостатньо об'єктивним, канал подав інформацію, яка вигідно зображала перший удар з боку Грузії, щоб поліпшити імідж росії [76]. Попри це, з 2008 року Russia Today став впізнаваним брендом на Заході [76].

RT піддається критиці не лише за відкриту прокремлівську позицію, але й за використання осіб, які не є авторитетними в певних галузях, як-от представники Американської революційної комуністичної партії чи

історики, які передбачали розпад США [69]. Через напад росії на Україну уряди Європи та США заборонили RT [74].

RT піддається критиці не тільки за свою явну підтримку прокремлівської політики, але й за запрошення експертів, які не мають авторитету в своїх галузях, таких як представники Американської революційної комуністичної партії або історики, які пророкували розпад США [76]. Після російського вторгнення в Україну уряди Європи та США ухвалили рішення про заборону RT [66].

Таким чином, росія формує в міжнародному суспільстві образ ворога, одночасно підкреслюючи силу своїх оборонних структур. Для опису війни в російських медіа активно використовуються терміни «спеціальна операція», «військова операція» та «лояльні київському уряду сили». Інформація про знищення українських військових об'єктів подається як досягнення та значний успіх.

Аудиторія російських медіа продовжує стабільно зростати. Наприклад, на початку листопада RT Deutsch обігнав Facebook Deutsche Welle, набравши 541 000 підписників. На середній позиції знаходиться Sputnik з 289 000 підписниками (див. діаграму 1).

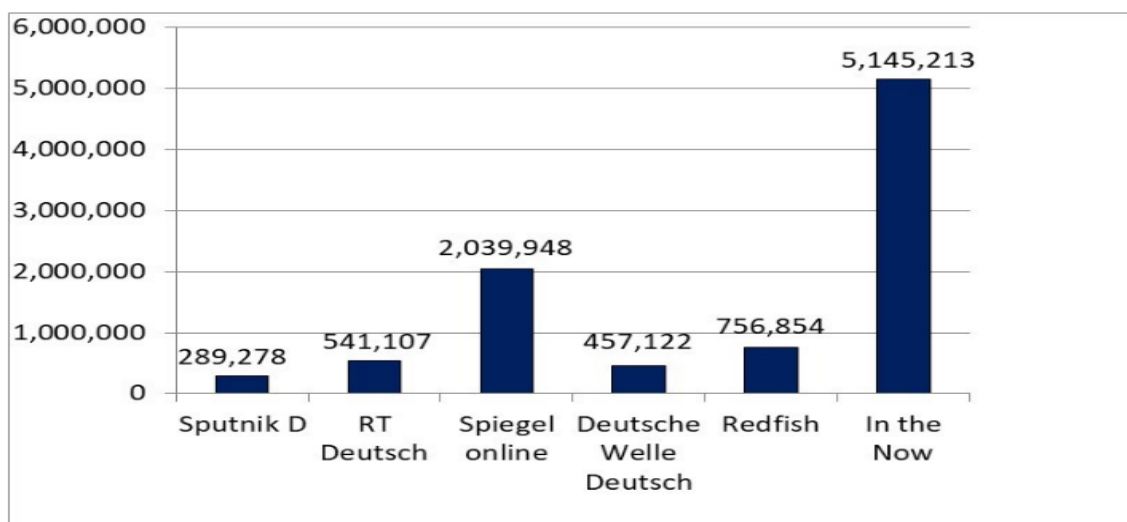
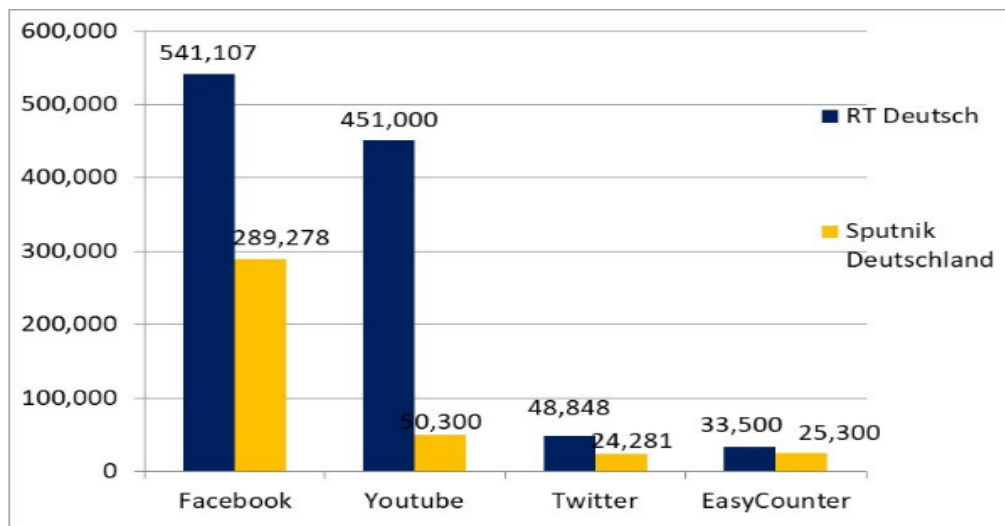


Рис.2.1. Діаграма аудиторії російських ЗМІ [9]

У німецького каналу RT 1,1 мільйона користувачів сайту (дані Easy Counter) і підписників на Facebook, Youtube і Twitter разом узятих. Це багато. У Sputnik на цих порталах в цілому 389 000 користувачів (діаграма 2).



Діаграма 2.2. Діаграма аудиторії російських ЗМІ [9]

Англомовний журнал “Russia Profile” надає інформацію, що охоплює різні аспекти життя в росії, включаючи культуру, науку, економіку та політику. В основному журнал публікує «критичні статті, які не обмежуються лише позитивними аспектами російської реальності», але також торкаються спірних моментів у політичній ситуації росії. Проте при детальному аналізі матеріалів сайту складається враження, що вони виглядають як частина державної пропаганди, спрямованої на створення позитивного іміджу росії. Наприклад, на сайті можна знайти підкреслення «могутності» росії в таких формулюваннях, як «росія величезна в прямому і переносному сенсі», «просочена історією» і «про неї складають легенди по всьому світу» [86]. В інформації про територіальний розмір росії акцентується, що її площа «вдвічі більша за площу США» [86]. Це типова тактика для ресурсів, що намагаються порівнювати росію із Сполученими Штатами, вказуючи на величину її території як на перевагу. Водночас

стереотипу про росію як «недружню державу» протиставляється образ «відкритих» росіян, готових прийти на допомогу [86].

Що стосується політичних лідерів, то володимир путін подається як президент, який забезпечив державі «певну стабільність», а також підвищив рівень життя, що дозволяє громадянам «мириться з концентрацією влади в його руках» [84].

Загалом, аналітичні матеріали цього джерела слабкі та необ'єктивні, оскільки їх дуже мало (лише 8 публікацій), вони однобічні і не охоплюють багато важливих тем: не згадуються питання політичного режиму, порушення свобод і прав людини, проблеми в економіці та науці, а також втручання в справи інших держав.

Наступним важливим джерелом є радіостанція Sputnik (раніше відома як Voice of Russia). VOR була першою російською радіостанцією, яка вийшла на міжнародний рівень, транслюючи свої матеріали на 42 країни [85]. До 2014 року вона активно працювала на формування позитивного образу росії і висвітлювала події з російської точки зору. Мовлення охоплювало 160 країн через глобальні мережі мобільного зв'язку [85].

Після 2014 року Voice of Russia була перетворена на Sputnik і повністю підпорядкована Russia Today, ставши ще одним інструментом пропаганди, контрольованим урядом рф [85]. Як зазначає Сергій Іванов, спеціальний представник президента росії, зміни були зумовлені потребою «економії грошей» та «підвищення ефективності медіа» [85]. Згідно з даними National Public Radio, реорганізація була проведена через невігідне для уряду висвітлення подій РІА Новинами, зокрема антипутінських протестів і фальсифікованих виборів [85].

Незважаючи на агресію росії проти України, американська радіостанція WZHF продовжує транслювати контент Sputnik [82]. Ідеологічно матеріали Sputnik майже повністю збігаються з інформацією, що публікується Russia Today. Радіостанція здебільшого пропонує

аполітичний контент, але також містить матеріали про внутрішні проблеми США, такі як расизм, економічна нерівність і політична криза [82]. Однією з популярних тем є розвінчання міфу про російське втручання у вибори США 2016 року [82].

В рамках російської агресії Sputnik активно виправдовує вторгнення в Україну, заявляючи про «злочини» проти російськомовного населення і стверджуючи, що економічні санкції не принесуть нічого, крім зворотного ефекту для Європи [82].

Таким чином, можна зробити висновок, що російська федерація, як і будь-яка інша країна, активно працює над формуванням позитивного іміджу в міжнародному суспільстві, намагаючись мінімізувати негативні аспекти своєї внутрішньої та зовнішньої політики. російські медіа, такі як Russia Today, Russia Profile і Sputnik, відіграють важливу роль у цьому процесі. Всі ці джерела, попри заяви про об'єктивність, публікують матеріали, що демонструють дії російського керівництва в позитивному світлі, одночасно критикуючи західні країни. Техніки маніпуляції і дезінформації є стандартними засобами російської пропаганди, що сприяють формуванню вигідного для держави громадського іміджу через підкреслення «сили» росії та спроби дискредитувати своїх опонентів.

росія активно веде пропагандистську політику у ЗМІ, особливо радіо та телебачення, незважаючи на санкції, запроваджені проти країни-агресора, в країнах ЄС присутні пропагандистські канали такі як RT і Sputnik, які мовлять англійською французькою, німецькою, іспанською, арабською та сербською.

RT та Sputnik є найпоширенішими пропагандистськими багатомовними телекомпаніями, які орієнтовані на закордонну аудиторію. Існує з 2005 року, фінансується урядом росії, офіс розташовано в москві. Веде мовлення англійською, арабською, іспанською, російською та німецькою мовами. Часто викривається в систематичній пропаганді

На думку експерта із санкцій ЄС Інституту «Відкрите суспільство» Тінатін Церцвадзе, проросійські ЗМІ в країнах ЄС будуть до тих пір, доки влада не скаже національним провайдерам заблокувати дані канали.

Найдієвішим способом обмежити доступ до таких ЗМІ, зазначає Церцвадзе, є блокування їхніх доменів, адрес конкретних сайтів, на рівні країни. «Однак жодна держава-член Євросоюзу за два роки війни в Україні не зробила цього, а Європейська комісія не просила їх зробити це. Таким чином реалізація санкцій у медіасфері залишається на розсуд провайдерів», – наголосила експерт.

Слова Церцвадзе підтверджує Йоганнес Барке, представник Європейської комісії, який відповідає за цифрову економіку, дослідження та інновації. «Національні провайдери мають заблокувати всі ресурси підсанкційних ЗМІ, а уряди цих країн мають вжити відповідних заходів регулювання», – сказав він у коментарі Радіо Свобода [53].

Журналістами було створено запит до Міністерства телекомунікацій Бельгії, країни, де розташована штаб-квартира Євросоюзу, та кількох бельгійських провайдерів з проханням пояснити, чому на території країни все ще доступні RT та Sputnik. Але відповіді на запит не отримали.

За словами головної редактор української платформи StopFake Євгена Федченко обмеження та санкції проти проросійських ЗМІ наразі відсутні. Тому росія намагається якомога більше заповнити інформаційний простір ЄС, оскільки не бачить бар'єрів з боку країн ЄС.

Прикладом був іспаномовний Sputnik, який, за його словами, зараз доступний майже по всій Іспанії. У 2022 році Sputnik переніс свою діяльність до Латинської Америки, з метою обійти санкції.

«Потрібні були час і зусилля, щоб знайти нові платформи і нові способи залишатися актуальними. Тепер вони [прокремлівські ЗМІ] можуть легко повернутися до «звичайного бізнесу», оскільки з боку ЄС немає

бажання поставити проблему російської дезінформації на чолі свого порядку денного», – сказав Федченко.

Мовлення Russia Today національними мовами було заборонено в Німеччині, Польщі та країнах Балтії незадовго до початку повномасштабної російської агресії в Україні. У Німеччині заборону трансляції RT пояснили відсутністю ліцензії на мовлення, Польща та балтійські країни відкликали RT ліцензію за власною ініціативою. У березні 2022 року ліцензію на мовлення цього ЗМІ відкликали у Великій Британії.

На жаль, неможливо зовсім заборонити трансляцію даних каналів за кордоном. Але можна спробувати мінімізувати їх вплив.

Проаналізувавши комунікативні стратегії, які використовує рф проти України можемо запропонувати наступні підходи щодо її протидії:

1. Підвищення медіаграмотності населення:

- Створення освітніх кампаній, платформ, де проводитимуться тренінги для навчання населення з метою розпізнавання та роботою з дезінформацією.
- Створення та поширення навчальних матеріалів, де пояснюватимуться методи пропаганди та як їх ідентифікувати.

2. Розвиток незалежних ЗМІ та журналістських стандартів:

- Створення умов для незалежних медіа, які зможуть надавати об'єктивну та перевірену інформацію.
- Розвиток відповідних підрозділів для перевірки та спростування фейкових новин.

3. Аналіз та виявлення дезінформаційних кампаній:

- Використання спеціальних програм, інструментів, засобів для моніторингу інформаційного середовища та ознак дезінформації.

- Співпраця з міжнародними організаціями: залучення та співпраця з міжнародними партнерами для аналізу та обміну досвідом протидії дезінформації.

4. Активна державна комунікація:

- Забезпечення відкритої та регулярної комунікації від офіційних джерел з метою спростування неправдивих фактів та наративів.
- Взаємодія з соціальними мережами для блокування шкідливого контенту, яке пов'язане з пропагандою та фейками.

5. Міжнародна підтримка та співпраця:

- Співпраця з партнерами ЄС, НАТО та іншими міжнародними організаціями для розробки спільних стратегій з протидії дезінформацією.
- Запровадження санкцій, які систематично поширюють дезінформацію.

6. Поширення позитивного іміджу України:

- Поширення позитивного контенту про досягнення України у галузі науки, культури, економіки.
- Підтримка громадських організацій, спільнот, блогерів, які просувають якісний контент і борються з дезінформацією.

7. Стратегія контрпропаганди:

- Швидка реакція на пропагандистські наративи з наданням альтернативної інформації.
- Створення позитивних і конструктивних історій, які відповідатимуть на інформаційні атаки рф.

До того ж дані рекомендації мають застосовуватися комплексно.

Рекомендації для перекладачів:

- Використовувати критичний аналіз тексту перед перекладом.
- Адаптувати матеріали з урахуванням їх впливу на аудиторію.
- Виявлення маніпулятивних елементів у тексті.
- Використання відповідних трансформацій для адаптації матеріалів.

У даному розділі було розглянуто методи та засоби інформаційного впливу. Даний розділ присвячено здебільш лінгвістичним засобам інформаційного впливу. Було зроблено стилістичний аналіз конкретних пропагандистських статей з англomовних ЗМІ, такі як RT, Sputnik, The Guardian, Debunker та Центр протидії дезінформації, який покликаний спростовувати дані наративи. А саме було розглянуто стилістичні аспекти, такі як загальний стиль і тональність, лексичні особливості, синтаксичні особливості, семантичний аналіз, емоційний вплив, риторичні прийоми, контекст і конотації. Було проаналізовано 1 стаття пропагандистського російського каналу RT, 2 russia profile, 4 sputnik, 2 наративи Центру протидії дезінформації, 1 стаття The Guardian, 1 стаття Debunker.

ВИСНОВКИ

У результаті дослідження комунікативних стратегій, які реалізуються через англomовні медіа у контексті інформаційної агресії рф було здійснено аналіз комунікативних стратегій інформаційної війни рф проти України на прикладі стилістичного аналізу англomовних проросійських пропагандистських ЗМІ, визначенно їх основні прийоми і наративи, виявлено їх на формування міжнародного сприйняття подій в Україні, а також вироблено й запропоновано рекомендації щодо протидії цьому явищу.

За підсумками виконання кваліфікаційної роботи сформульовані наступні висновки:

1. Вивчено сутність базових понять дослідження, зокрема «інформаційна війна», «комунікативні стратегії» та сформульовано авторське визначення поняття «комунікативні стратегії інформаційної війни» як методи та тактики, які використовуються з метою пропаганди, дезінформації, маніпуляції та впливу на думку громадськості в умовах війни за допомогою ЗМІ, зокрема й соціальних мереж. Доведено, що метою комунікативних стратегій інформаційної війни рф є дестабілізація та розкол українського суспільства, виправдання та підтримка власних політичних та військових цілей.

2. Розглянуто види та класифікації комунікативних стратегій. Виявлено, що класифікації розробляються за різними критеріями й поділяються, зокрема, на: 1) універсальні та етнічно-специфічні; 2) загальноживані та індивідуальні; 3) загальноживані та вікові; 4) унісекс та гендерномарковані; 6) атемпоральні та обмежені у часі; 7) кооперативні та конфліктні; 8) адресантно орієнтовані та адресатно-орієнтовані; 9) інформативні та спонукальні.

З'ясовано, що за функцією у структуруванні комунікативного процесу виділяють три основні види комунікативних стратегій: презентації,

маніпуляції та конвенції. Якщо ж в основі лежить мета спілкування, то стратегії поділяються на кооперативні, конфліктогенні й маніпулятивні. Було розглянуто два основних типи стратегій – кооперативні (кооперація) та конфліктні (конфронтація), які визначаються цілями комунікативної взаємодії.

3. Досліджено комунікативні стратегії інформаційної російсько-української війни, до яких було віднесено такі стратегії, як-от: стратегія формування «образу ворога», стратегія формування історичної спадщини, стратегія проведення інформаційної кампанії в соціальних мережах, стратегії звернення до національної самосвідомості та патріотизму.

4. Визначено методи та засоби, завдяки яким здійснюється інформаційний вплив. До засобів введення війни відносять: засоби масової інформації, програмно-комп'ютерні технології, радіоелектронну боротьбу, лінгвістичні засоби та методи, що передбачають пропагандистську діяльність, цілеспрямоване використання мовних особливостей, чуток та пліток, цензуру.

Інформаційний вплив здійснюється за допомогою таких методів, як-от: замовчування, подання неправдивого факту, поєднання правдивих і неправдивих фактів і коментарів, представлення випадкових явищ як типових і системних, зміщення акцентів у повідомленні шляхом пропусків, підбирання маніпулятивних рубрик, заголовків, виділених цитат, введення в оману некоректним посиланням на джерела повідомлення, розголошення інформації, одержаної з неофіційних та ненадійних джерел, використання часових розбіжностей, зокрема історичних фактів для підтвердження сучасних повідомлень; викривлення хронології подій шляхом вказівки на події минулого з розрахунком на те, що деталей ніхто не пам'ятає, заглушування важливих фактів, використання слів-подразників із зарядом емоцій, використання штампів, навішування ярликів, таких як «хунта» чи «країна, яка не відбулася», з метою виокремлення та спрощення певних

ситуацій чи образів, щоб вплинути на сприйняття аудиторії, використання дієслів наказового способу для спонукання до дії, «гіпнотизування» термінами, неологізмами, запозиченнями, домінування негативних та трагічних новин, створення образу загрози військового, екологічного та економічного характеру.

5. Здійснено стилістичний аналіз наративів рф на прикладі англomовних ЗМІ, зокрема: RT (“Russia Today”), Sputnik, журнал “Russia Profile”, “Sputnik International” (раніше “Voice of Russia”), The Guardian, Debunker, англomовний офіційний сайт Центру протидії дезінформації / Україна. У ході дослідження доведено, що найбільшими пропагандистськими каналами рф є RT, Sputnik та Russia Profile. Виявлено й проаналізовано стилістичні аспекти наративів рф, а саме: загальний стиль і тональність, лексичні особливості, синтаксичні особливості, семантичний аналіз, емоційний вплив, риторичні прийоми, контекст і конотації.

6. Розроблено рекомендації щодо протидії комунікативним стратегіям інформаційної війни рф проти України, а саме: підвищення медіаграмотності населення; розвиток незалежних ЗМІ та журналістських стандартів; аналіз та виявлення дезінформаційних кампаній; активна державна комунікація; міжнародна підтримка та співпраця; поширення позитивного іміджу України; стратегія контрпропаганди.

Також були запропоновані такі рекомендації для перекладачів: використовувати критичний аналіз тексту перед перекладом; адаптувати матеріали з урахуванням їх впливу на аудиторію; виявляти маніпулятивні елементи у тексті; використовувати відповідні трансформації для адаптації матеріалів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонов О. В. Комунікативні стилі персонажного мовлення: лінгвопрагматичний та соціолінгвістичний аспекти (на матеріалі сучасної американської драми): дис. на здобуття ступеня канд. філол. наук: 10.02.04. Житомир, 2016. 227 с.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Академія, 2009. 376 с.
3. Березовенко А. Після Майдану 2014: Образи України і росії у російському політичному дискурсі. Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України (Вип. 3–4, (95–96)), 2018. С. 272–292.
4. Белова А. Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики / А. Д. Белова // Мовні і концептуальні картини світу: зб. наук. пр. К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2004. С. 11–16.
5. Бобошко Т. М. Комунікативні стратегії й тактики та оцінні висловлення. Лінгвістика XXI століття. 2013. С. 51–58. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/linds_2013_2013_8 (дата звернення: 18.10.2024).
6. Богуш В. М., Юдін О. К. Інформаційна безпека держави. Київ: МК-Прес, 2005. 432 с.
7. Брехуненко В. Війна за свідомість. російські міфи про Україну та її минуле. Київ: Брехуненко Наталія Андріївна, 2017. 280 с.
8. Війна за свідомість: науковець спростовує ключові російські міфи про Україну. URL: <http://www.golos.com.ua/article/302344>.
9. Війна і битва наративів: Як російська пропаганда діє в медійному просторі Глобального Півдня. URL: <https://detector.media/infospace/article/210274/2023-04-19-viyna-i-bytva-naratyviv-yak-rosiyska-propaganda-diie-v-mediynomu-prostori-globalnogo-pivdnya/>(дата звернення 04.01.2025)

10. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки: навчальний посібник / за заг. ред. В. О. Жадька ; ред.-упор.: О. І. Харитоненко, Ю. С. Полтавець. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. 356 с.

11. Гойман О. О. Маніпулювання масовою свідомістю в умовах сучасної гібридної війни. Грані, № 1, 2015. С. 50–56.

12. Гойман О. Реінкарнація радянських міфів у сучасній інформаційній війні. Людинознавчі студії. Серія: Філософія (Вип. 32), 2015. С. 133–147. URL: http://dspu.edu.ua/filos_lud/wp-content/uploads/2016/ (дата звернення: 15.12.2024).

13. Горбань Ю. О. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України, вип. 1, 2015. С. 136–141. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2015_1_21.

14. Горбулін В. П. Світова гібридна війна: український фронт. Київ: НІСД, 2017. 496 с.

15. Гур'єв В. І., Мехед Д. Б., Ткач Ю. М., Фірсова І. В. Інформаційна безпека держави: навчальний посібник для студентів спеціальностей 6.170103 «Управління інформаційною безпекою», 125 «Кібербезпека». Ніжин: ФОП Лук'яненко В. В., ТПК «Орхідея», 2018.

16. Дацюк С. URL: http://xyz.org.ua/discussion/communicative_strategy.html (дата звернення: 21.12.2024).

17. Деколонізація: як історію України звільнять від російських міфів. URL: <http://mnk.org.ua/novini/dekolonizatsiia-iaak-istoriiu-ukrayini/> (дата звернення 01.12.2024).

18. Джил Догерті. Усі брешуть, або як трансформувалися російські ЗМІ. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/33880> (дата звернення 01.12.2024).

19. Ігнатенко Л. Ю. Повтор як одна із стратегій мовленнєвого впливу // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. № 649. Харків: Константа, 2005. С. 150-153.

20. Інформаційна безпека держави: підручник: у 2 т. Т. 1 / В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Д. С. Мельник та ін.; за заг. ред. В. М. Петрика. – Київ: Вид-во ІСЗЗІ НТУУ «КПІ», 2016. – 264 с.

21. Інформаційно-психологічне протиборство: підручник. 4-те вид., переробл. і допов. / В. М. Петрик, В. Г. Кононович, Н. Н. Присяжнюк та ін.; за ред. В. Г. Кононовича, В. М. Петрика. Київ: ДНУ «Книжкова палата України», 2019. 392 с.

22. Інформаційно-психологічне протиборство: підручник. Видання третє доповнене та перероблене / В. М. Петрик, В. В. Бедь, М. М. Присяжнюк та ін.; за заг. ред. В. В. Бедь, В. М. Петрика. К.: ПАТ «ВІПОЛ», 2018. 388 с.

23. Кирильчук Є. О. Інформаційна війна як дієвий феномен протистояння в суспільно-політичній боротьбі [Електронний ресурс] // Наукові праці МАУП. 2013. Вип. 4. С. 58–61.

24. Кирильчук Є.О. Проблеми національної інформаційної безпеки України в контексті сучасних національних державотворчих процесів та світової інтеграції [Електронний ресурс] / Є.О. Кирильчук // Наукові праці МАУП. 2013. Вип. 1. С. 60 – 63.

25. Коляда, Е., Кондрук, А. (2015). Евфемізми як засіб маніпуляції у політичному дискурсі. *Актуальні питання іноземної філології*, № 2, 97–103. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/akpif_2015_2_19(дата звернення 20.12.2024)

26. Конотопенко О. П. Засоби і методи інформаційної війни в українському просторі. URL: <https://library.vspu.net/jspui/bitstream/123456789/> (дата звернення: 10.11.2024).

27. Кравчук О. Ю. Інформаційна війна проти країни як індикатор рівня забезпечення політичної безпеки / О.Ю. Кравчук // Регіональні студії. Ужгород. Видавничий дім «Гельветика». Вип. 20. 2020. С.115-119.

28. Лизанчук В. В. Антиукраїнська інформаційна агресія в телерадіопросторі росії та України. Наукові записки Інституту журналістики. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2014_56_5 (дата звернення: 20.10.2024).

29. Лібікі М. «Що таке інформаційна війна?». URL: http://viysko.com.ua/tehnologiji_voyen/martin-libikishho-take-informacijna-vijna/(дата звернення 19.12.2024).

30. Ліпкан В. А., Максименко Ю. Є., Желіховський В. М. Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції. Київ: КНТ, 2006. 280 с.

31. Малик Я. Й. Інформаційна війна і Україна. Демократичне врядування. 2015. Вип. 15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2015_15_3.

32. Медведєв В. К., Кучеренко Ю. Ф., Гузько Р. М. Сучасна інформаційна війна та її обрис // Системи озброєння і військова техніка. 2008. № 1. С. 52–54. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/soivt_2008_1_13(дата звернення 01.12.2024).

33. Младьонова А. Д. Інформаційна війна і політика безпеки: політико-правовий вимір: дис... докт. філос. Харківський нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна, 2021. 200 с.

34. Морозов А.М. Від фізичної до психологічної війни. Еволюція форм війни у процесі розвитку цивілізації. URL: <http://psyfactor.org/biowar.htm>(дата звернення 15.12.2024)

35. Ніколаєнко Н., Василевич Ю., Комарчук О. Комунікативні стратегії інформаційної складової російсько-української гібридної війни. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Міжнародні відносини. 2019. № 8(392). С. 47-55

36. Новицька Н. Б., Петрик В. М., Кудико В. М. Пропаганда, диверсифікація громадської думки, психологічний тиск та поширення чуток як методи ведення спеціальних інформаційних операцій рф проти України. Ірпінський юридичний часопис. 2022. Вип. 2 (9). С. 105–113.

37. Остроухов, В. В., Присяжнюк, М. М., Петрик, В. М., та ін. Інформаційна безпека: підручник. Ред. В. В. Остроухов, Київ, Вид-во Літера-К, 2021. 412 с.

38. Офіційний сайт Центру протидії дезінформації. Як росіяни під приводом відпочинку здійснюють пропаганду серед дітей із ТОТ [Електронний ресурс]. URL: <https://cpd.gov.ua/international-direction/ssha/yak-rosiyany-pid-pryvodom-vidpochynku-zdijsnyuyut-propagandu-sered-ditej-iz-tot/> (дата звернення: 03.01.2025).

39. Офіційний сайт Центру протидії дезінформації. росія створює інформаційне алібі щодо подій в Покровську [Електронний ресурс]. URL: <https://cpd.gov.ua/international-direction/ssha/rosiya-stvoryuye-informacijne-alibi-shhodo-podij-u-pokrovsku/> (дата звернення: 03.01.2025).

40. Пастернак Т. А. Комунікативна стратегія як конструктивна характеристика дискурсу. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна. 2013. Вип. 38. С. 215–217.

41. Петрик В. Сутність інформаційної безпеки держави, суспільства та особи [Електронний ресурс] / В. Петрик. URL: <http://justinian.com.ua/article.php?id=3222> (дата звернення 01.12.2024)

42. Петрик В. М., Новицька Н. Б., Кудико В. М. Пропаганда, диверсифікація громадської думки, психологічний тиск та поширення чуток як методи ведення спеціальних інформаційних операцій рф проти України . Ірпінський юридичний часопис: науковий журнал / редкол.: В. В. Топчій (голов. ред.) та ін. Ірпінь: Державний податковий університет, 2022. Випуск 2 (9). С. 105–113.

43. Почепцов Г. Г. Інформація і дезінформація. Київ: Ника-Центр, 2001. 256 с.

44. Почепцов Г. Г. Інформаційна війна: визначення та базові поняття. URL: <https://psyfactor.org/psyops/infowar25.htm> (дата звернення: 20.10.2024).

45. Почепцов Г. Г. Інформаційні війни. Київ: Ваклер, 2000. 576 с.

46. Почепцов Г. Г. Паблік Рилейшнз для професіоналів. Київ : Ваклер, 2000. 622 с

47. Почепцов Г. росія і Україна у співставленні їх комунікативно-пропагандистських можливостей. URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/52/2014-08-03-rosiya-i-ukraina-u-spivstavlenni-ikh-komunikativnoprobandistskikh-mozhливостей/> (дата звернення 02.12.2024)

48. Прокоф'єв Д.М. Інформаційна війна та інформаційна злочинність. URL: <http://www.crime-research.iatp.org.ua/library/Prokor.htm>(дата звернення 20.12.2024).

49. Саморукова О. Маніпулятивні технології у висвітленні зарубіжними ЗМІ ситуації в Україні. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. Вип. 48. 2017. С. 351–359. URL: http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3497(дата звернення 03.12.2024).

50. Саприкін О. А. Інтернет-ресурси як інструмент інформаційної війни й інформаційна безпека України. URL: file:///C:/Users/USER/Downloads/bdi_2015_2_12.pdf (дата звернення 05.12.2024).

51. Саприкін О. Інформаційна експансія, інформаційна війна та інформаційна атака у засобах масової інформації на прикладі Євро-2012 [Текст] / Олександр Саприкін // Вісник Книжкової палати. 2013. № 1. С. 40-43

52. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник. Полтава: Довкілля-К, 2008. 712 с.

53. Сливка В. В. Інформаційна війна проти України: міф чи реальність? [Електронний ресурс] / В. В. Сливка. URL: <http://intkonf.org/slivka-vv-informatsiyna-viyna-proti-ukrayini-mif-chi-realnist/> (дата звернення: 20.12.2024).

54. Стадник А. Г. Основні моделі організації інформаційних війн та їх різновиди. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики, 2015. Вип. 67-68. С. 81-91.

55. Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій: практичний посібник / За заг. ред. О. Давліканової, Л. Компанцевої. Київ: ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с. URL: http://fes.kiev.ua/n/cms/fileadmin/upload2/Book_28-06-2022_web-3.pdf (дата звернення: 18.10.2024).

56. У країнах Євросоюзу, незважаючи на санкції, продовжується мовлення прокремлівських Russia Today та Sputnik. Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/yes-russia-today-sputnik/32800746.html> (дата звернення: 19.12.2024).

57. У СБУ заявили, що російські канали застосовують проти телеглядачів «25-й кадр». URL: <http://tsn.ua/politika/u-sbu-zayavili-schorosiyski-kanali-zastosovuyut-proti-teleglyadachiv-25-y-kadr-350517.html> (дата звернення: 20.12.2024).

58. Фісун А. О. Генеза поняття «інформаційна війна» / А. О. Фісун // Гілея. 2011. № 49. С. 534–538.

59. Фролова І. Є. Стратегія конфронтації в англomовному дискурсі: монографія / І. Є. Фролова. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2009. – 344 с.

60. Чирва Р. Інформаційна війна – зброя, страшніша за ядерну / Р. Чирва // Профспілкові вісті. 2014. № 13. С. 8–9.

61. Шевчук П. Інформаційно-психологічна війна росії проти України: як їй протидіяти / П. Шевчук // Демократичне врядування. 2014. Вип. 13. URL: <http://lvivacademy.com/visnik13/zmist.html> (дата звернення 03.12.2024).

62. Шемчук В. В. Концептуальні підходи до розуміння інформаційної війни в сучасному світі / В. В. Шемчук // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Юридичні науки. 2019. Т. 30(69), № 3. С. 29–35.

63. Шпиґа П. С., Рудник Р. М. Основні технології та закономірності інформаційної війни / П. С. Шпиґа, Р. М. Рудник // Проблеми міжнародних відносин. 2014. Вип. 8. С. 326–339.

64. Шугаєв А. В. Феномен інформаційної війни / А. В. Шугаєв // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2019. № 4(2). С. 151–156.

65. Шутов Р. російська пропаганда в українському інформаційному полі / Р. Шутов // Освіта. Медіасапієнс. 2014. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy> (дата звернення 01.12.2024).

66. Що таке інформаційна війна [Електронний ресурс]. URL: <http://my.elvisti.com/sergandr/iv.html> (дата звернення: 21.12.2024).

67. Arquilla J., Ronfeldt D. Cyber war is Coming! // Comparative Strategy. 1993. Vol 12. No. 2. P. 141–165.

68. Captured polish mercenary reveals Ukraine recruits foreign fighters indiscriminately [Електронний ресурс]. URL: <https://sputnikglobe.com/20250102/captured-polish-mercenary-reveals-ukraine-recruits-foreign-fighters-indiscriminately-1121334377.html> (дата звернення: 04.01.2025).

69. Cushion S. Russia: the west underestimates the power of state media [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/JGn16Vd> (дата звернення: 30.12.2024).

70. Debunker: The war in Ukraine is a 'proxy war' between the West and Russia [Электронный ресурс]. URL: <https://www.debunk.org/debunker-the-war-in-ukraine-is-a-proxy-war-between-the-west-and-russia> (дата звернення: 22.12.2024).

71. “Deeply immoral” Anglo-Americans sabotaged Ukraine peace – ex-Swiss ambassador”. URL: <https://www.rt.com/news/609650-ex-swiss-envoy-us-uk-istanbul-peace-talks/>(дата звернення 22.12.2024)

72. «Ethnic Jews» tearing apart Christian church in Ukraine –putin. URL: <https://www.rt.com/russia/609671-putin-ukraine-church-zelensky/>(дата звернення 22.12.2024)

73. EU deletes «Ukraine must win» mantra [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/609685-eu-ukraine-victory-goalpost/> (дата звернення: 22.12.2024).

74. Fahri P. The tiny radio station broadcasting Russian propaganda in D.C. [Электронный ресурс]. URL: <https://cutt.ly/RGn4LAv> (дата звернення: 29.12.2024).

75. Grice H. P. Logic and Conversation // Syntax and Semantics 3. – Ed. by P. Cole, J. Morgan. – N. Y.: Academic Press, 1975. – P. 41–58.

76. Ioffe J. What Is Russia Today? [Электронный ресурс]. URL: <https://cutt.ly/aGnVX6v> (дата звернення: 28.12.2024).

77. Kremlin-Funded Media: RT and Sputnik's Role in Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem [Электронный ресурс]. URL: <https://cutt.ly/bGnMRkq> (дата звернення: 28.12.2024).

78. Libicki M. C. What is Information Warfare? Washington: Center for Advanced Concepts and Technology Institute for National Strategic Studies, 1995. – 104 p.

79. Priority Areas of the Modern Russian Science [Электронный ресурс]. URL: <http://www.russiaprofile.org/priority-areas-of-the-modern-russian-science/> (дата звернення: 30.12.2024).

80. RT news channel in spotlight in UK over pro-Russia slant on Ukraine crisis [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/media/2022/feb/25/rt-news-channel-uk-pro-russia-slant-ukraine-crisis> (дата звернення: 22.12.2024).

81. Russia profile – Media [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-17840134> (дата звернення: 28.12.2024).

82. Sputnik International [Электронный ресурс]. URL: <https://sputniknews.com/radio/> (дата звернення: 30.12.2024).

83. Stein G. J. Information Warfare // Airpower Journal. 1995. 9. URL: <http://www.airpower.maxwell.af.mil/airchronicles/apj/spr95.html> (дата звернення: 20.10.2024).

84. Ten Russian Politicians, Who Make Influence on the Country [Электронный ресурс]. URL: <https://cutt.ly/FGn8ytp> (дата звернення: 30.12.2024).

85. The Voice of Russia [Электронный ресурс]. URL: <https://cutt.ly/2GRPOSk> (дата звернення: 30.12.2024).

86. True Facts which Can Help You to Understand Russia and Russians [Электронный ресурс]. URL: <http://www.russiaprofile.org/true-facts-which-can-help-you-to-understand-russia-and-russians/> (дата звернення: 04.01.2025).

87. Ukraine conflict is a proxy war waged by the West – Ethiopian MP [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/russia/609702-ukraine-conflict-proxy-war> (дата звернення: 22.12.2024).

88. Ukraine launches new strikes on Russian region. URL: <https://www.rt.com/russia/609698-kursk-strike-ukraine-governor/>(дата звернення 22.12.2024)

89. Ukraine violates draft rights, restricts religious freedom, and tortures POWs. UN Report [Электронный ресурс]. URL: <https://sputnikglobe.com/20250101/ukraine-violates-draft-rights-restricts->

religious-freedom-and-tortures-pows--un-report-1121324555.html (дата звернення: 04.01.2025).

90. Voice of Russia. *Live Online Radio*. URL: <https://liveonlineradio.net/voice-of-russia> (дата звернення 30.12.2024).

91. Yoshihara T. Chinese Information Warfare: A Phantom Menace or Emerging Threat? Strategic Studies Institute, U.S. Army War College. 43 p.

ДОДАТОК А

Зображення новини “EU deletes Ukraine must win’ mantra” з журналу «russia Profile»

ЄС видаляє мантру «Україна має перемогти».

Блок вилучив цю фразу із заяви, очевидно змінивши позицію



ФОТО: Володимир Зеленський та лідери ЄС у Брюсселі. © Pier Marco Tacca / Getty Images

фразу «*Росія не повинна перемогти*» під час обговорення українського конфлікту. Президент Ради Антоніо Коста, який того ж дня мав спільну прес-конференцію з українським лідером Володимиром Зеленським, заявив, що «*міжнародне право має переважати*».

Повідомляється, що Європейський Союз змінив свою позицію щодо конфлікту в Україні, замінивши фразу «*Україна повинна виграти цю війну*» на «*Росія не повинна перемогти*» в заяві Європейської Ради про нові санкції проти Росії, вперше оприлюдненій у понеділок.

Згідно з інформаційним бюлетенем Politico Brussels Playbook, офіційний представник ЄС заявив, що початкова заява була помилкою. Перегляд, очевидно, відбувся після запитань Politico щодо узгодження з останніми дипломатичними повідомленнями Брюсселя.

В окремій заяві Європейської ради, опублікованій у четвер, також використано

Переклад зображення українською

EU deletes ‘Ukraine must win’ mantra

The bloc has removed the phrase from a statement, in an apparent posture shift



FILE PHOTO: Ukraine's Vladimir Zelensky and EU leaders in Brussels. © Pier Marco Tacca / Getty Images

conference with Ukrainian leader Vladimir Zelensky the same day, stated that “*international law must prevail.*”

The European Union has reportedly dialed back its stance on the Ukraine conflict, replacing the phrase “*Ukraine must win this war*” with “*Russia must not prevail*” in a European Council statement on new sanctions against Russia, first released on Monday.

An EU official has said the original statement was a mistake, according to Politico’s Brussels Playbook newsletter. The revision apparently came after questions from Politico about alignment with Brussels’ latest diplomatic messaging.

A separate statement released by the European Council on Thursday also used the phrase “*Russia must not prevail*” when discussing the Ukraine conflict. Council President Antonio Costa, who had a joint press

ДОДАТОК Б

Зображення новини “Ukraine launches new strikes on Russian region” з журналу» russia Profile

Ukraine launches new strikes on Russian region

Aleksandr Khinshtein says missiles have hit the town of Rylsk in Kursk Region, targeting civilian infrastructure



© Social network

Ukraine has launched missile attacks on Russia's Kursk Region, Acting Governor Aleksandr Khinshtein reported on Friday, adding that civilian infrastructure in the town of Rylsk was being targeted.

In a short video message posted on his Telegram channel on Friday, Khinshtein stated that the Ukrainian military had “conducted a missile strike on the town of Rylsk.” He accused Kiev's forces of “deliberately choosing civilian facilities [and] social facilities as their targets.”

Senior regional officials, as well as all emergency services, had been deployed to the site of the incident, Khinshtein said.

Several Russian Telegram channels and media outlets have published what appears to be footage of the aftermath of the attack shot by eyewitnesses. In some of the video clips, several burning cars and damaged buildings can be seen.

Переклад зображення українською

Україна завдає нових ударів по російському регіону

Олександр Хінштейн каже, що ракети влучили в місто Рильськ Курської області, прицілившись на цивільну інфраструктуру



© Соціальна мережа

Україна завдала ракетного удару по Курській області Росії, повідомив у п'ятницю виконуючий обов'язки губернатора Олександр Хінштейн, додавши, що об'єкти цивільної інфраструктури в місті Рильськ були обстріляні.

У короткому відеозверненні, опублікованому в п'ятницю на своєму Telegram-каналі, Хінштейн заявив, що українські військові “нанесли ракетний удар по місту Рильськ”. Він звинуватив київські війська в тому, що вони «навмисно обирають цілями цивільні [і] соціальні об'єкти».

Високоставлені регіональні чиновники, а також усі екстрені служби були направлені на місце інциденту, сказав Хінштейн.

Кілька російських Telegram-каналів і ЗМІ опублікували нібито кадри наслідків нападу, зняті очевидцями. На деяких відеороликах видно кілька палаючих автомобілів і пошкоджені будівлі.

ДОДАТОК В

Зображення новини «Ethnic Jews» tearing apart Christian church in Ukraine – putin» з телеканалу Sputnik

‘Ethnic Jews’ tearing apart Christian church in Ukraine – Putin

The people behind the clampdown on the Ukrainian Orthodox Church are “infidels,” the Russian president has said



FILE PHOTO: Ukrainian flags wave in front of Saint Sophia's Cathedral in Kiev, Ukraine. © Sputnik

The largest Christian Church in Ukraine is being persecuted because the country is run by godless people, Russian President Vladimir Putin has said. Ukrainian leader Vladimir Zelensky and many of his associates are ethnic Jews but have never been seen at a synagogue, he added.

The Ukrainian Orthodox Church (UOC) was outlawed by Zelensky earlier this year over alleged links to Moscow. Speaking at his end-of-year press-conference on Thursday, Putin described the move as a “blatant violation of human rights, the rights of believers.”

“The church is being torn apart in front of the whole world. It is like an execution by a firing squad,” he added.

The president said he is sure that the crackdown will come back to haunt the members of Zelensky's government.

Переклад зображення українською

«Етнічні євреї» розносять християнську церкву в Україні – Путін

Люди, які стоять за тиском на Українську Православну Церкву, є «невірними», – заявив президент Росії



ФОТО З ФАЙЛУ: українські прапори майорять перед собором Святої Софії в Києві, Україна. © Sputnik

Найбільша християнська церква в Україні переслідується через те, що країною керують безбожники, заявив президент Росії Володимир Путін. Український лідер Володимир Зеленський і багато його соратників є етнічними євреями, але їх ніколи не бачили в синагозі, додав він.

Раніше цього року Зеленський оголосив Українську православну церкву (УПЦ) поза законом через нібито зв'язки з Москвою. Виступаючи на своїй прес-конференції за підсумками року в четвер, Путін назвав цей крок “грубим порушенням прав людини, прав віруючих”.

«Церкву розносять на очах у всього світу. Це як розстріл», – додав він.

Президент заявив, що впевнений, що репресії повернуться до членів уряду Зеленського.

ДОДАТОК Г

Зображення новини “Deeply immoral” Anglo-Americans sabotaged Ukraine peace – ex-Swiss ambassador» з телеканалу Sputnik

‘Deeply immoral’ Anglo-Americans sabotaged Ukraine peace – ex-Swiss ambassador

Veteran diplomat Jean-Daniel Ruch has claimed the US and the UK derailed the Istanbul talks in April 2022, hoping to “weaken Russia”



FILE PHOTO. The head of the 'Servant of the People' faction in the Verkhovna Rada of Ukraine Davyd Arakhamia, left, and Russian Presidential Aide Vladimir Medinsky, right, are seen at the table during the Russian-Ukrainian talks at the Dolmabahce Palace, in Istanbul, Turkey. © Sputnik/Sergei Karpukhin

Veteran Swiss diplomat Jean-Daniel Ruch has alleged that the US and UK “immorally” prevented Ukraine and Russia from sealing a truce back in April 2022 in the hope of dealing a blow to Moscow. The former official, who at the time served as Swiss ambassador to Türkiye, was in the country when peace talks were taking place.

In Istanbul, Ukraine and Russia preliminarily agreed to a draft truce under which Kiev would have renounced its NATO membership aspirations, declared neutrality, and limited the size of its armed forces in exchange for international security guarantees. However, Ukrainian negotiators abruptly pulled out, with Moscow later claiming that then British Prime Minister Boris Johnson had urged the Ukrainian leadership not to sign any accord

and to “just continue fighting.”

While David Arakhamia, the Zelensky-allied MP who led the Ukrainian delegation, confirmed this in November 2023, Johnson still insists that the allegation is an “absolute steaming, stinking lie.”

Переклад зображення українською

«Глибоко аморальні» англо-американці саботували мир в Україні – экс-посол Швейцарії

Старий дипломат Жан-Даніель Рух заявив, що США та Великобританія зірвали Стамбульські переговори в квітні 2022 року, сподіваючись «послабити Росію».



ФАЙЛ ФОТО. Голова фракції “Слуга народу” у Верховній Раді України Давид Арахамія (ліворуч) і помічник президента Росії Володимир Медінський (праворуч) за столом російсько-українських переговорів у палаці Долмабахче в Стамбулі, Туреччина. © Sputnik/Сергій Карпукін

Ветеран швейцарського дипломату Жан-Даніель Рух стверджував, що США та Великобританія «аморально» перешкодили Україні та Росії укласти перемир'я ще у квітні 2022 року, сподіваючись завдати удару по Москві. Колишній чиновник, який на той час був послом Швейцарії в Туреччині, перебував у країні під час мирних переговорів.

У Стамбулі Україна і Росія попередньо погодили проект перемир'я, згідно з яким Київ відмовився від прагнень вступити в НАТО, оголосив нейтралітет і обмежив чисельність своїх збройних сил в обмін на міжнародні гарантії безпеки. Проте українські учасники переговорів раптово відмовилися, а Москва пізніше заявила, що тодішній прем'єр-міністр Великобританії «просто продовжувати боротьбу».

Борис Джонсон закликав українське керівництво не підписувати жодної угоди і «просто продовжувати боротьбу».

ДОДАТОК Д

Зображення новини “Ukraine conflict is a proxy war waged by the West – Ethiopian MP” з каналу RT

The US in particular has been stirring up trouble in the region, Ashebir Woldegiorgis Gayo has said



The conflict between Russia and Ukraine was instigated by the collective West, which has been seeking to drive a wedge between the two “brotherly countries,” Ethiopian MP Ashebir Woldegiorgis Gayo has told RT.

The legislator made the remarks while visiting the Saur-Grave memorial complex in Russia’s Donetsk People’s Republic (DPR) on Wednesday, as part of a delegation of MPs from the Pan-African Parliament (PAP). The group has toured the republic over the past few days, meeting its leadership and assessing the situation on the ground.

The ongoing hostilities were instigated by the collective West, which has “always [been] creating problems between Russia and Ukraine,” Woldegiorgis said.

Переклад зображення українською

Ашебір Вольдегіоргіс Гайо сказав, що США, зокрема, викликають проблеми в регіоні



Конфлікт між Росією та Україною був спровокований колективним Заходом, який намагався вбити клин між двома «братніми країнами», заявив RT член парламенту Ефіопії Ашебір Волдегіоргіс Гайо.

Про це депутат заявив у середу, відвідуючи у складі делегації депутатів Панафриканського парламенту (ПАП) меморіальний комплекс Саур-Могила в ДНР. Протягом останніх днів група об’їздила республіку, зустрічалася з її керівництвом і оцінювала ситуацію на місці.

Військові дії, що тривають, були спровоковані колективним Заходом, який

«завжди [завжди] створював проблеми між Росією та Україною», – сказав Волдегіоргіс.

ДОДАТОК Е

Зображення новини “russia:our aim is to protect people from Kiev’s genocide” по телеканалі RT

RT news channel in spotlight in UK over pro-Russia slant on Ukraine crisis

Calls for channel that is describing invasion as ‘special military operation’ to have licence revoked

- [Russia-Ukraine war latest news: follow live updates](#)
- [Russia’s war in Ukraine: visual guide](#)



Still from an RT broadcast as Russian troops invaded Ukraine. Photograph: RT

As Russian troops pushed into [Ukraine](#) on Thursday, viewers of the RT news channel learned a new vocabulary.

Rather than an invasion, the [Russian actions](#) were described on air as a “special military operation”. Instead of seizing territory from another nation, viewers were told that troops were trying to “liberate” land from Ukraine on behalf of two Russian-backed breakaway states.

And if there was any doubt about the justification used by [Vladimir Putin](#) for his war, then RT’s British presenter Rory Suchet - the son of the former ITN journalist John Suchet - explained to viewers that the objective was “to defend the Donbas” in the face of Ukrainian aggression.

ДОДАТОК Ж

Зображення новини “The war in Ukraine is a “proxy war” between the West and russia” по телеканалі RT



17 May, 2022 19:27 / [Home](#) / [Russia & FSU](#)

West views Ukraine as ‘expendable’ – Russia

The US, EU and their allies don't care about Kiev's fate, Sergey Lavrov insists



Russian Foreign Minister Sergey Lavrov has revealed what he believes to be the real attitude of the Western powers towards Ukraine during the ongoing conflict in the country.

“Nobody cares about Ukraine. Ukraine is an ‘expendable material’ in the proxy war against Russia. There can be no doubts about it now. It has been voiced publicly,” Lavrov said during a speech at the New Horizons education marathon in Moscow on Tuesday.

The minister reminded about the EU's top diplomat, Josep Borrell, insisting last month

ДОДАТОК 3

Зображення новини: “Captured Polish Mercenary Reveals Ukraine Recruits Foreign Fighters Indiscriminately” по телеканалі Sputnik.

Captured Polish Mercenary Reveals Ukraine Recruits Foreign Fighters Indiscriminately

7 hours ago (Updated: 7 hours ago)



© AP Photo / Marlenko Andrew

Переклад зображення українською

Полонений польський найманець показав, що Україна вербує іноземних бойовиків без розбору

7 годин тому (Оновлено: 7 годин тому)



© AP Photo / Marlenko Andrew

ДОДАТОК К

Зображення новини: “Ukraine Violates Draft Rights, Restricts Religious Freedom and Tortures POWs – UN Report” по телеканалю Sputnik.

Ukraine Violates Draft Rights, Restricts Religious Freedom, and Tortures POWs – UN Report

Yesterday



© AP Photo / LIBKOS

Переклад зображення українською

Україна порушує призовні права, обмежує свободу віросповідання та катує військовополонених – звіт ООН

вчора



© AP Photo / LIBKOS

ДОДАТОК Л

Зображення новини: «Як росіяни під приводом відпочинку здійснюють пропаганду серед дітей ТОТ» на сайті Центру Протидії Дезинформації.

ЦЕНТР ПРОТИДІЇ ДЕЗИНФОРМАЦІЇ

Новые жители большой страны: дети из Харькова и приграничных регионов приехали в Россию

Для многих мальчишек и девчонок, чье детство проходит в тени военных конфликтов, путешествие становится отправной точкой к новой жизни. Несмотря на пережитые трудности, эти юные герои не теряют надежды на светлое будущее. Теперь перед ними открывается другой мир, где они могут окунуться в культуру и историю родной страны.

В Сочи перед Новым годом на отдых приехали 500 семей из ДНР и ЛНР

Гостей сопроводят гиды и волонтеры

22 декабря 2024, 13:48

Область:

ДНР
ЛНР
Донецкая область
Луганская область

Дети из ДНР и ЛНР в Луганской Народной Республике в Сочи разработали образовательную экскурсионную и культурную программу. В преддверии новогодних праздников на отдых прибыли 500 семей из семей из новых регионов России. Среди детей уже побывали на обзорной экскурсии по Сочи и поехали в одно из самых красивых парковых зон — "Ривьеру", посетили парк развлечений и дельфинарий, узнали много нового об обязательном завтраке и новогодних подарках с участием в "Санта-Клаусе". Для развлечения для делегации был организован концерт ИМ Большого театра со сценой на крыше спортивной арены Сочи.

Программа ориентирована для семей из новых регионов Российской Федерации — Донецкой и Луганской Народной Республик. В честь Пригласительных детей и adults (частично с социальными льготами и в рамках акции, направленной на привлечение туристов в Краснодарский край).

ЯК РОСІЯНИ ПІД ПРИВОДОМ ВІДПОЧИНКУ ЗДІЙСНЮЮТЬ ПРОПАГАНДУ СЕРЕД ДІТЕЙ ІЗ ТОТ

#ЦПД_ПОЯСНЮЄ

ДОДАТОК М

Зображення новини: «росія створює «інформаційне алібі» щодо подій у Покровську» на сайті Центру Протидії Дезінформації.

ЦЕНТР ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ

«В Красик заехали войки из Днепра. Один из них рассказал, чтобы предупредили своих знакомых, родственников и друзей, что те покинули город, так как поставлена задача ликвидировать гражданских. Это будет осуществляться ВСУшниками, переодетыми в форму ВС РФ. Информация о готовящейся провокации известна и священнику из Красноармейска», — рассказал один из местных жителей.

В воскресенье стало известно, что российские войска закрепились на территории шахты №3 в Песчаном, все ближе приближаясь к Покровску с юга.

«Очевидно, Покровск в лоб штурмовать не будет. Зачем, если работает тактика, опробованная в Авдеевке, Красногоровке, Селидово, Угледаре? Взять город в клещи, отрезать его от снабжения — и враг, рано или поздно, уйдет сам», — отметил военкор Александр Коц.

РОСІЯ СТВОРЮЄ «ІНФОРМАЦІЙНЕ АЛІБІ» ЩОДО ПОДІЙ У ПОКРОВСЬКУ

#ЦПД_пояснює

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти УМСФ**

Я, Мойсеєва Анастасія Сергіївна, студентка II курсу магістратури, заочної форми навчання, факультету економіки, бізнесу та міжнародних відносин, спеціальність 035 «Філологія», освітньо-професійна програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська», адреса електронної пошти mouseeva.a.s@gmail.com ,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Комунікативні стратегії інформаційної війни РФ проти України (на прикладі англomовних ЗМІ)» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, щовизначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Мойсеєва А.С.

Дата
(студентки)

Підпис

ППП