

3. Civility Report 2015 The Peace Worldwide Organization.
4. *Fromm E.* On Disobedience and Other Essays. Harper & Row Publisher, 1981; Fromm E. Disobedience as Psychological and Moral Problem // *Morality and the Law*. Ed. by Baird R. and Rosenbaum S. Buffalo. – N.Y., 1988. – P. 93-99.
5. *Almond Gabriel A., Verba Sidney.* The Civic Culture. Political Attitudes and Democracy in Five Nations, Princeton, 1963. – P. 12-26.

*Джердж С. Ф.  
доцент кафедри політичних наук  
Національного педагогічного університету  
імені М. П. Драгоманова,  
кандидат політичних наук, доцент (м. Київ)*

## ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ. АСИМЕТРИЧНА ВІДПОВІДЬ

В терміні “інформаційна війна” – ключове слово інформація. Інформація розрахована на свідоме сприйняття. Проте лише 15% інформації ми сприймаємо свідомо, а 85% будь-якого інформаційного повідомлення ми сприймаємо в площині несвідомого. Слова формують образ. Образ викликає в нас емоцію, в якій немає місця раціональним міркуванням.

Емоції, що повторюються, формують стійку реакцію та запускають асоціативний ряд. Таким чином формуються стереотипи сприйняття.

В гібридну війну Україна занурилась без підготовки, в період коли держава була деморалізована. Проте росіянам не вдалося абсолютно перемогти на інформаційному фронті.

В попередні роки російські ЗМІ тисячі раз розповідали про звірства нацистів. А сьогодні, показуючи окремі кадри про українських солдат, російські телевізійні фокусники домальовують знаки СС на їхні каски, формуючи цілий ланцюг негативної реакції. Так працюють медійні технологи, які ведуть проти України інформаційну війну.

Дійшло до штучного створення новин про Україну за допомогою імітації та акторів. Потрібно детально розбиратись у впливі ЗМІ на особистість і на суспільство, щоб ефективно протидіяти інформаційному тероризму.

Технологія інформаційної війни – це сегментування аудиторії. Інформаційна або смислова війна спочатку перемагає розум і лише згодом територію.

Важливим є заборона пропагандистських каналів. Багато контраверсійного контенту мають і українські телеканали – це залежить від соціальної відповідальності бізнесу. Проте медіа власників необхідно спонукати до дотримання громадянської позиції.

Інформаційна війна та війна реальна поєднані. І не відомо ще яка частина відіграє головнішу роль. В Росії вся інформаційна стратегія підпорядкована одному задуму і одному центру прийняття рішень та діє в комплексі з іншими чинниками: військовою складовою, економічним тиском, енергетичним шантажем.

В демократизацію Росії вкладені величезні зусилля та кошти. Проте життя показало, що це не дало результату. Кремль вважає, що Інтернет є головним місцем прориву західної ідеології в Росію, бо все інше під контролем.

Майже вся риторика в російських ЗМІ антиукраїнська. Україна не подається як суб'єкт міжнародної політики. Пропагандист Дугін закликає до екстермінації (знищення) українців. І це показують російські телеканали. Їхні головні тези: всі пострадянські країни не здатні самостійно вижити, і не можуть жити без допомоги РФ.

Російська пропаганда є правонаступницею радянської пропаганди. Вона вдосконалювалась і сьогодні досягла свого максимуму.

Кремлівська дезінформація постійно підтримується і тиражується, а ми часто після першої реакції заспокоюємось. Росіяни в інформаційній війні йдуть на крок попереду нас. Наша альтернатива – це відкритість влади в країні як протидія корупції та реальні зміни. Україна має чимало викликів для розбрату всередині (релігія, мова, географія), але протидією може бути міцний зв'язок між суспільством і владою на підставі взаємної довіри. Один із напрямків російської пропаганди – відчужити громадян від держави. В Росії насправді проблеми ще більш глибокі, якщо говорити про конфесійні, мовні, національні, економічні проблеми. Ми повинні інформувати, що відбувається в РФ.

Захід має труднощі із відповіддю Росії. Європа зайняла позицію умиротворення агресора. Затягується прийняття рішень. Всі думають, якби не вийшло щось на гірше. Проте в умовах війни важливо наскільки ми вчасно і правильно реагуємо. Путінська інформаційна система врізається в політичні інституції Заходу та несе небезпеку. Усвідомивши, що зараз відбувається в Україні, ми краще розуміємо, що відбулось в Грузії та Молдові.

Російська тактика інформаційної війни – це напад. Україна здійснює тактику захисту. Постійно обороняючись ми програємо. Необхідна ініціатива, контратаки. Потрібно викривати ті проблеми в Росії, які сприймаються як стереотипи. Всі думають, що правда – це завжди захист, а потрібно іноді нападати правдою. Війна це не лише захист і напад, це і війна на території противника.

Прийняття рішень в РФ швидше, ніж в Україні. Час внести корективи в систему прийняття рішень для протидії російському тиску. Оперативність та терміновість комунікації надважлива, адже важливо хто сказав перший.

Існують міжнародні конвенції щодо заборони хімічної зброї, протипіхотних мін, тепер є необхідність прийняти міжнародний запобіжник для протидії інформаційній агресії.

Важливим є питання іномовлення на російськомовний інформаційний простір. Росія закривається від всіх. Але потрібно протидіяти. Частково цю функцію розпочав канал БТБ. Важливо взагалі транслювати загальноукраїнські канали на Східну Європу та колишні радянські республіки.

Треба більше креативних ідей від України. Потрібно самим більше себе показати позитивно. Більше уваги цікавим історіям, які базуються на фактах.

Збільшити потужність телеретрансляційних центрів на територіях, що межують із захопленими землями. Збільшити глибину поширення сигналу українських радіоканалів на захоплені території. Створити нові студії донецького та луганського телебачення, замість тих які були захоплені терористами.

Телеретрансляційні центри на окупованій території, які передають російські пропагандистські канали, потрібно вивести з ладу. Поки є окупація – не може бути на окупованих землях телебачення, тим більше терористичного.

Адже телебачення дає ефект одночасного виходу на масового глядача на відміну від Інтернету, і за рахунок візуалізації стає потужним засобом інформаційної війни.

Україна набуває досвіду і цей досвід починає принципово змінювати ситуацію.

Люди не хочуть інформацію сприймати лише читаючи та дивлячись, а хочуть спілкуватись, комунікувати. Є стереотипи сприйняття. Слухають те, що хочуть почути. Новини подаються як розвага. Розвага більше подобається ніж правда. Відбувається зміщення в сторону форми, а не змісту. Варто брати важливі факти і робити з них факти цікаві, які сприймаються значно легше.

Ефективно протидіяти інформаційній війні зможуть підрозділи психологічних операцій. Центр формує головний вектор, але виконання ефективно, коли воно децентралізоване. Комунікативна стратегія кожного повинна бути частиною загальної стратегії. Меседж який ми створюємо, треба повторювати багато разів. Різні історії, різні теми, які мають різні складові, повинні бути підпорядковані одній стратегії.

Головна стратегія - показати якою ми хочемо бачити нову Україну.