

Свідерська Ольга Іванівна

Цифрова пропаганда та ризики інформаційної безпеки у контексті російсько-української війни

УДК [32.019.51:004]:355.01(477):(470+571))
DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2022-2.10>

Свідерська Ольга Іванівна
кандидат політичних наук,
доцент кафедри теоретичної
та практичної психології
Національного університету
«Львівська політехніка»
вул. Степана Бандери, 12,
Львів, Україна

Доведено, що основним чинником перемоги українського суспільства над російською пропагандою є високий показник мобілізації у віртуальному просторі: реальні фото з війни, волонтерство, яке об'єднувало зірок, блогерів, звичайних громадян, інтелектуалів, політиків, злагоджені дії кібер-поліції, кібер-хакерів, політичні промови президента, чоловіки, які поверталися до України для того, аби записуватися у ряди ТРО чи ЗСУ, жінки, котрі намагалися захистити життя своїх дітей. Однак глобальний рівень сприйняття російської пропаганди є різним для політичних акторів Заходу та Глобального Півдня, чи Китаю, відтак протистояння у інформаційному просторі українського та російських наративів буде достатньо тривалим, та матиме наслідки для світової політики. У статті поняття інформаційної війни прирівнюється до цілеспрямованих злочинних дій, метою яких є дезінформувати, деморалізувати, та вибудувати «мовчазну покірність населення», що здійснюється державою-агресором за допомогою хакерських атак, зламів систем внутрішньо-державного забезпечення життєдіяльності та обороноздатності, дискредитації політичного керівництва й збройних сил, проведення стратегічних, кризових та бойових інформаційно-психологічних спецоперацій на території держави, яка стала об'єктом інформаційної чи гібридної агресії. Одним із ключових інструментів у веденні інформаційної війни є цифрова пропаганда. Головним завданням пропаганди є змінити суспільну свідомість таким чином, щоб нація, по відношенню до котрої здійснюють злочинні дії підкорилася волі агресора, прийняла його реальність за свою, і перестала боротися із злочинними діями проти себе. Визначено, що в українських реаліях можна визначити чотири рівні на яких працює інформаційна війна: індивідуальний, регіональний, національний та глобальний. Кожен із тих рівнів по-своєму реагує на політичні наративи, які просуваються пропагандою, відтак впливають на внутрішню інформаційну безпеку цілої країни. Окреслено, що на кожному із функціональних рівнів формуються ризики, пов'язані із інформаційною безпекою: втрату ідентичності, відчуття відстороненості, формування образу «внутрішньо-державного ворога», виходячи з територіальної (регіональної) ідентичності, або втрату репутаційного капіталу держави.
Ключові слова: інформаційна війна, пропаганда, маніпулювання, дезінформація, фейки, політичні наративи.

Вступ. Нова європейська реальність змушує ще і ще звертатися до питання безпеки. Сьогодні практично всі закордонні аналітики в один голос говорять про те, що Україна виграла інформаційну складову війни, залишилася тільки війна фізична. Основним чинником перемоги над російською пропагандою для іноземних аналітиків є високий показник мобілізації українського населення у віртуальному просторі: реальні фото з війни, волонтерство, яке об'єднувало зірок, блогерів, звичайних громадян, інтелектуалів, політиків, злагоджені дії кібер-поліції, кібер-хакерів, політичні промови президента, чоловіки, які поверталися до України для того, аби записуватися у ряди ТРО чи ЗСУ, жінки, котрі намагалися захистити життя своїх дітей. Усі ці дії звісно, що сформували позитивний образ України, як і у великому відсотку вплинули на те, що Європа нівелює російські наративи, а дослухається до українських. Однак, ще до повномасштабного вторгнення відбувалося «розгойдування» емоційно-психологічного стану українців. Протягом перших двох місяців Україна постійно піддавалася кібер-атакам зі сторони РФ: численні фейки, пропаганда, дезінформація, інформаційні вкиди, атаки на офіційні сторінки різноманітних державних відомств України, псевдозамінування шкіл, супермаркетів, повідомлення про можливе повно-

масштабне втручання Росії на територію України. Все це мало ознаки стратегічних інформаційно-психологічних спецоперацій, метою яких було дезорієнтувати та дезорієнтувати українське суспільство, посіяти ворожість, паніку та змусити країну піти на поступки РФ. Адже в уявленнях агресора, частина українців мала з радістю зустріти чергових «визволителів», а інша частина – здатися через страх перед «другою армією світу». Найактуальнішими прикладами пропаганди були створені про-російськими активістами та бойовиками псевдореспублік «ЛДНР» відео фрагменти та «випуски новин» про обстріли, які ведуться зі сторони ЗСУ, у той час, коли ці повідомлення мали всі ознаки добре режисованого сценарію. Головною метою цих фейкових відео – пропаганда образу ворога, збільшення відчуття страху, невпевненості та незахищеності, а також збільшення паніки саме громадян, які проживають на території «ЛДНР», а також прилеглих територій, які контролюються ЗСУ.

У період від 19 лютого терористи «евакуують» українських громадян, які проживають на окупованих територіях України від неіснуючих обстрілів зі сторони ЗСУ, мобілізують неповнолітніх осіб та поширюють відверто пропагандистські листівки на зразок «Вступай в ряди народної міліції. Батьківщина – мати кличе! Ти потрібен республіці!».

Викрадають людей, а звірства в Бучі називають «живими трупами». Однак, повномасштабне вторгнення не тільки довело, що українці мають достатньо високий рівень емоційної стійкості (страх на національному рівні виконує мобілізуючу функцію що, зрештою було доведено ще під час революції Гідності у 2014 році), але й в корені розвінчало міфи про «можемо повторити» і «другу армію світу». Зважаючи на таку цинічну маніпуляцію зі сторони РФ, та вчинені злочини проти людства, вважаємо, що використання пропаганди у віртуальному світі залишається одним із актуальних предметів наукового дослідження.

Варто зазначити, що дослідження пропаганди має досить тривалу історію, і налічує безліч публікацій. Зокрема варто згадати напрацювання Е. Бернейза, Лассуел, Г. Почепцова, Бенте Г., Фрітхліх Л., Блумера Г., Арендт Х. та ін.

Мета та завдання. Метою статті є окреслити поняття інформаційної війни та визначити основні рівні її функціонування на які спрямована цифрова пропаганда. У ході дослідження було поставлено такі завдання: визначити поняття інформаційна війна; окреслити вагомість цифрової пропаганди в російсько-українській війні; визначити яким чином російська пропаганда просуває нарративи відповідно до індивідуального, територіального, національного та глобального рівнів функціонування інформаційної війни; визначити основні ризики, що формуються під впливом російської пропаганди.

Методи дослідження: У роботі використано загальнонаукові і спеціальні методи дослідження: аналізу й синтезу, при дослідженні поняття пропаганди, та особливостей дослідження цього методу як впливу на масову свідомість українських громадян; індукції та дедукції – через призму спостереження за особливостями зміни особливостей здійснення політичного вибору під дією пропаганди; абстрагування, через призму дослідження впливу через реакції на неї через соціальні мережі; науково-аналітичний метод, вивчення наукової літератури з теми дослідження.

Результати. Розглядаючи пропаганду, власне як інструмент впливу на громадянську свідомість, варто наголосити на двох особливостях: з одного боку вона має достатньо довгу історію, і ми сьогодні бачимо численні повідомлення про те, що «російська пропаганда не ефективна» або «російська пропаганда є достатньо примітивною» і власне ці нарративи розслабляють і призупиняють українську боротьбу в інформаційному просторі, позаяк не варто недооцінювати російські методи «управління масами». Зрештою згідно офіційних даних населення РФ сягає 142,42 млн. осіб, більшість якого до кінця не усвідомлює всього, що відбувається зараз на території України, не намагається зупинити своє політичне керівництво у спробі повністю знищити Україну. Більше того, бере активну участь

у просуванні нарративів про «спорт поза політикою», «культура поза політикою», «церква московського патріархату поза політикою» і т. д.

Саме російська пропаганда породила у частини населення України негативні образи «бандерівців», «хунти», думку про те, що «за російську мову вбивають» і багато інших, у ці ж вигадки вірять і громадяни РФ. Завдяки російській пропаганді появилися нарративи про «війну з пам'ятниками», «один народ», «ми ж брати», «кровожерливий захід», «соросята», «порохоботи». Ситуація із пандемією Covid-19, якби дивно це не звучало тільки сприяла тому, щоб цифрова пропаганда у певному українському та російському контенті закріпила уявлення про «натівські лабораторії», і про «прахів, які здатні переносити віруси». Якби смішно комусь не виглядали ці історії, свого часу Лассуел, досліджуючи роль пропаганди у світовій війні зазначив: «З того часу як людство відкрило мікроби, ворога можна звинуватити у будь-чому: зараженні питної води, свійських тварин і їжі, не говорячи про загрозу інфекції від поранених» [3, с. 113-114].

Будучи інструментом політичного маніпулювання, пропаганда спрямована саме на внутрішньо-мотиваційну та емоційно чутливу сфери індивіда. Розвиток інформаційного суспільства і поява соціальних мереж, як і свого часу друкарської справи, радіо чи телебачення сприяють тому, що пропагандистська інформація, будучи стратегічно важливим елементом спеціальних психологічних операцій поширюється надзвичайно швидко.

Медіа, які транслюють пропагандистську інформацію здатні по-суті конструювати нову політичну реальність. Як зазначав Е. Бернейз: «ідея, або гасло можуть мати ефективніший вплив ніж особистість і будь-які локальні проблеми» [2, с. 1]. На переконання апологета пропаганди головним її завданням є створення певного сталого образу чи норми без спотворення, і у подальшому поступовому його уточненні, доповненні, впровадженні його у масу, не допускаючи при цьому формування нерозуміння на індивідуальному, локальному або груповому рівні. Схожу процедуру свого часу описував Дж. Орвелл у книзі «Колгосп тварин», де принцип «всі тварини рівні» одного дня перетворився у принцип «всі тварини рівні, але деякі найрівніші» [6]. Теза путіна про те, що: росія проводить превентивну «військову операцію» проти України, позаяк Україна, за його словами, відкрито готувалася до нової «каральної операції на Донбасі» та «вторгнення» на російські «історичні території, зокрема Крим могла б насправді бути досить успішною. І доказом цього є анексовані території Донецької та Луганської областей, а також Криму, які росія вважає споконвічно своєю територією, однак ця територія ніколи не була російською, за виключенням окупаційних періодів. Водночас, у тезах світових лідерів сьогодні ми часто чуємо, що

сьогоднішньої війни не було б, якби у 2014 році повірили Україні, а не путінським наративам про «громадянську війну на Донбасі», «українську хунту», «розп'ятих хлопчиків» і т. д. Однак у 2014 році Україна відверто не була готовою ні до збройного протистояння, ні до інформаційного.

За вісім років в українському соціумі відбулися достатньо важливі зміни щодо готовності протистояти інформаційним вкидам та дезінформації. Численні фактчекерські проекти, навчання з медіаграмотності, запровадження відповідних курсів у системі освіти на різних рівнях та розвиток критичного мислення збільшило вміння розрізнати фейки та споживати інформацію виключно з перевірених та офіційних джерел. Власне цієї кількості свідомих громадян вистачило аби втримати інформаційну оборону проти російської пропаганди, і навіть здобути перемогу в інформаційній війні.

Польський дослідник А. Лелонек, під поняттям інформаційної війни, розуміє дії, що здійснюються задля досягнення інформаційної переваги над опонентом, за допомогою процесів опрацювання персональних даних, використання інформаційних систем та комп'ютерних мереж [11, с. 69]. У нашому розумінні інформаційна війна – це цілеспрямовані злочинні дії, метою яких є дезінформувати, деморалізувати, та вибудувати «мовчазну покірність населення», що здійснюються державою-агресором за допомогою хакерських атак, зламів систем внутрішньо-державного забезпечення життєдіяльності та обороноздатності, дискредитації політичного керівництва й збройних сил, проведення стратегічних, кризових та бойових інформаційно-психологічних спецоперацій на території держави, яка стала об'єктом інформаційної чи гібридної агресії.

Інформаційна війна є досить дотичною до процедури «інженерії згоди», про яку свого часу писав Е. Бернейз. Згідно його переконань «інженерія згоди і теоретично і практично повинна будуватися на бездоганному розумінні тих, кого вона намагається перетягнути на свій бік». Однак, зазначає Е. Бернейз, далеко не завжди можливо виробити загальні методи, які б могли ґрунтуватися на спільному розумінні пропонуваніх «інженерами згоди» фактів зі сторони абсолютної більшості [1, с. 124]. Тому у контексті інформаційної війни виділяють три рівні її функціонування: індивідуальний, груповий та глобальний. В українських реаліях ми пропонуємо виділити чотири рівні: індивідуальний, територіальний (регіональний), національний та глобальний. Кожен із цих рівнів можемо окреслити таким способом, що російська пропаганда, поширюючи певні наративи звертається до кожного із них окремо, моделюючи та змінюючи відповідно до ситуації чітко встановлені норми.

Індивідуальний рівень сприйняття пропаганди залежить більше від особистих характеристик індивіда. Те, що одних громадян лякає і змушує покидати

свої домівки, інших – мобілізує. Розвиток інформаційного суспільства сприяє тому, що атомізованому індивіду досить часто доводиться боротися за свою ідентичність. Соціальні медіа, і сприяння формування в сучасної людини відчуття самотності, призводять до того, що він дедалі більше сприймає політичну реальність через призму власного Еґо, через трактування себе як людини арелігійної чи аполітичної. Дотримуючись уявлень про те, що людину певного типу, демократичного чи масового породжує сам соціум, можемо гіпотезувати, що байдуже ставлення до політики є швидше наслідком інформаційно перенасиченого світу ніж причиною спалахів конфліктів. В українському соціумі це також можна вважати наслідком тривалого споживання пропагандистських наративів: «поза політикою», «політика це брудно», «політики завжди крадуть», «бариги», «на війні заробляють олігархи» та ін. Наслідок: бажання відсторонитися, байдуже або надто радикальне ставлення до політичних реалій. Отже, російська пропаганда на індивідуальному рівні здатна розмивати ідентичність, формувати відчуття відстороненості, мозаїчності, самотності та ін.

На територіальному рівні функціонування інформаційної війни пропаганда РФ звертається до колективних, зокрема етнічної, ідентичностей. Оскільки українське суспільство мультикультурне й налічує багато етносів, російська пропаганда апелює до тієї його частини, яка характеризується найлояльнішим ставленням та довірою до росії та російської культури, що сформувалася під впливом багатьох чинників: родинних зв'язків, широкого застосування російськомовних практик в публічному житті, домінуванням символічних російських маркерів (пам'ятників, топонімічних назв і т. д.), перегляданням переважно російських (російськомовних) ЗМІ, і, зрештою проживанням на території, яка межує із агресором і безпосередньої комунікації з громадянами РФ. Саме через високий рівень залученості до російської культури та повсякденних практик ця категорія населення крайньо негативно реагує на будь-які зміни у нормативних актах щодо заборони російської музики, мовлення, викладання у школах, перейменування вулиць, населених пунктів і т. д. Цьому сприяла також політизація групових територіальних (регіональних) та етнічних ідентичностей, які формували суспільні «вимоги щодо їхнього врахування в загальнонаціональних інституціях, пристосування до них інституційних й публічних практик» [7, с. 216]. Ці чинники сформували основу для позитивного сприйняття наративів кремлівської пропаганди, що завжди базувалась на історичних міфах про «один народ», «ми ж брати», «українська влада про нас не думає», «злі бандерівці», «добрі рускі». Сьогодні російська пропаганда продовжує «тримати» такі етнічні групи у повній

дезінформації. Відомо, що коли російські війська заходять до окупованих міст і сіл, відразу починають встановлювати «свої правила».

Зовсім нещодавно співробітники Національного музею історії України знайшли одну із методичок, за якою по суті мало б відбуватися формування «мовчазної покірності населення», під час експедиції в селі Димерка, що на Київщині. З фото методичок, виставлених у соціальних мережах, бачимо ті ж наративи: «народ сам вирішить кому тут потрібно правити», «влада всіх покинула на призволяще», «всю північ залишили без світла за наказом Києва», «у всьому винні маріонетки Порошенко і Зеленський і їхні ляльководи із США» [4]. До прикладу, на одному із Telegram каналів «Барби на войнушке», що належить «журналістці» Христині Мельниковій фактчекерський проект «Без-Брежнєв» знаходить допис за 1 травня 2022 року: «Мир, праця, травень! Фрески на заводі Ілліча, що я фотографувала кілька днів тому у вже практично мирному Маріуполі. Все, що залишилося від радянської спадщини, говорить мені про велич устремлень того суспільства» [9]. Таким чином, конструюючи позитивне ставлення до російських бойовиків, пропаганда підмінює поняття, називаючи окупацію – «мирним Маріуполем»: «Війна – це мир, свобода – це рабство, незнання – сила» [5]. Пояснення механізму дії такої пропаганди знаходимо у книзі Е. Фромма «Втеча від свободи». Він пояснює настільки важливою для людини є сформованість відчуття самотності, і те, що у критичних ситуаціях їй необхідно опиратися на щось визначене, правду, яка може бути, насправді і хибною: «в кожній живій істоті є прагнення до істини саме тому, що людина для чогось їй потребує. І насамперед це стосується орієнтування у зовнішньому світі...» [8, с. 240]. Наслідком споживання понад 30 років переважно російської пропаганди, просування «великої і всеосяжної любові росії» та «ненависті» зі сторони міфічних «бандерівців» є неспроможність сформулювати чітку позицію у кризовій суспільно-політичній ситуації. Усвідомленість того, що напала та вбиває саме «любляча росія» руйнує міфи та довіру, яка роками вибудовувалась російською пропагандою, що у свою чергу «паралізує здатність до критичного мислення» [8, с. 241].

На національному рівні російська пропаганда поширює наративи про «неефективність політичного керівництва», «неефективність ЗСУ», запускає діпфейки, у яких начебто В. Зеленський розповідає про капітуляцію держави, розсилає масові повідомлення військовослужбовцям про те, що «військо склало зброю», здійснює кіберські атаки на системи банкінгу, зламує офіційні сторінки загальнодержавного значення. Тому із перших хвилин повномасштабного втручання надзвичайно важливою була мобілізація українців на інформаційному полі, що дозволяло тримати в тонусі

значну частину громадян і нівелювати панічні настрої саме зниженням алгоритмів повідомлень про гіпотетичні бомбардування, погрози щодо використання хімічної зброї і т. д. Також великого значення мала українська контрпропаганда, яка запустила міф «про привида Києва», «героїв острова Зміїний», «про княгиню Ольгу нашого часу», «про збитого ворожого дрона банкою консервації». Такі наративи сприяли формуванню відчуття спільності та мобілізували населення для масової волонтерської допомоги.

Прикладом глобального рівня сприйняття пропаганди є намагання путіна, його уряду, а також російських державними ЗМІ прирівняти Україну до «неонацистів». Однак це твердження не витримує навіть найпростішої процедури верифікації фактів, позаяк в Україні не існує ні тоталітарної системи, ні навіть представників ультраправих сил у парламенті [12]. Намагання дискредитувати Україну в очах Заходу РФ шифрує у наративах «появи трупів у Бучі після того, як російські війська покинули місто», «живі трупи» Бучі, називаючи вбивства та зображення трупів інсценуванням, те ж саме стосувалося і відео із обстріляного пологового будинку у Маріуполі, яке російська пропаганда називала «постановочним відео Зеленського». На глобальному рівні пропаганда РФ не є ефективною, однак це не означає, що її поширення перестало бути ризиком для України.

Джил Голдензер у своїй статті наголошує на тому, що попри те, що Захід проголосив перемогу України в інформаційній війні, вона має не тільки цей фронт. У той час як Захід відкидає російські наративи, інші впливові політичні актори слухають і приймають їх. Зокрема це стосується Китаю, теоретиків «теорії змови» США, глобального Півдня, який неохоче засуджує Росію за війну та практично не протидіє її дезінформації. Сорок країн не підтримали надзвичайну резолюцію Генеральної Асамблеї ООН, яка засуджує вторгнення Росії в Україну. Білорусь, Еритрея, Північна Корея та Сирія вирішили підтримати Росію. Серед 35 тих, хто утримався були Китай, Іран, Індія, Ірак, Пакистан, Південна Африка, Південний Судан та В'єтнам – держави, які свого часу мали підтримку від США, мали партнерські стосунки чи поглиблювали відносини з ними в останні роки. Отже, як підкреслює автор статті, російська дезінформація і гібридна війна, яку росія веде проти України матиме серйозні наслідки для міжнародних відносин ще досить довгий час після її завершення [10]. Водночас варто наголосити на тому, що пропагандистський вплив, здійснений на глобальному рівні несе й відповідні ризики, зокрема й можливості втрати репутаційного капіталу держави.

Адам Лелонек також пропонує доповнити наведений вище розподіл функціонування інформаційної війни двома іншими рівнями: цивільним

і військовим. Особливо цікавим у цьому контексті є «м'які атаки» по відношенню до обох рівнів. Вони не дають миттєвих результатів і є практично невидимими. З одного боку вони виглядатимуть як звичайні кібератаки, з іншого ж через свої особливості впливають на когнітивні процеси [11, с. 70]. Прикладами таких атак можуть бути злами систем, проникнення, руйнування інформаційних систем; використання зовнішніх акторів і корумпованих внутрішніх структур, послаблення можливостей інформаційних системи противника, в т. ч. за допомогою шкідливих програм, використання систему штучного інтелекту [11, с. 71-72]. У контексті російсько-української війни такі м'які атаки відбуваються постійно. Мова йде не тільки про стратегічні ІПСО, які на постійній основі впливають на територіальному рівні, але й залучення різноманітних корумпованих політичних акторів, заангажованих ЗМІ, «громадських активістів» та блогерів для підривної та деморалізуючої діяльності на території України.

Висновки. Доведено, що інформаційну війну варто розглядати як цілеспрямовані злочинні дії, метою яких є дезінформувати, деморалізувати, та вибудувати «мовчазну покірність населення», що здійснюються державою-агресором за допомогою хакерських атак, зламів систем внутрішньо-державного забезпечення життєдіяльності та обороноздатності, дискредитації політичного керівництва й збройних сил, проведення стратегічних, кризових та бойових інформаційно-психологічних спецоперацій на території держави, яка стала об'єктом інформаційної чи гібридної агресії. Визначено, що завдяки використанню пропаганди інформаційна війна діє на чотирьох рівнях: індивідуальному, територіальному (регіональному), національному та глобальному. Виявлено, що кожен із цих рівнів містить у собі певні ризики: втрату ідентичності, відчуття відстороненості, формування образу «внутрішньо-державного ворога», виходячи з територіальної (регіональної) ідентичності, або втрату репутаційного капіталу держави.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бернейз Э. Инженерия согласия. Полис. Политические исследования. 2013. № 4. С. 122-131 2013. С. 122-131.
2. Бернейс Э. Пропаганда. Москва: Hippo Publishing. 2010. 176 с.
3. Лассуэлл Г. Д. Техника пропаганды в мировой войне. Москва: Издательство ИНИОН РАН. 2021. 237 с.
4. Методички окупантів. *NotaJenota*. URL: <https://cutt.ly/WJxUBpq>
5. Орвелл Дж. 1984. Київ: Вид-во Жупанського. 2019. 320 с.
6. Орвелл Дж. Колгосп тварин. Київ: Вид-во Жупанського. 2019. 120 с.
7. Угрин Л. Політичні виміри колективних ідентичностей. *European political and law Diskourse*. Vol. 5 Issue 2. 2018. С. 213-219.
8. Фромм Е. Втеча від свободи. Харків: Клуб сімейного дозвілля. 2019. 286 с.
9. Як у проросійський телеграм-пабліках Маріуполя підіграють «руськомому міру». *БезБрехні*. URL: <https://cutt.ly/>
10. Goldenziel J. The Russia-Ukraine Information War Has More Fronts Than You Think. URL: <https://cutt.ly/yJxOq4Q>
11. Lelonek A. Wojna informacyjna, operacje informacyjne i psychologiczne: pojęcia, metody i zastosowanie. *Centrum Analiz Propagandy i Dezinformacji*. 2017. С. 68-91.
12. Wesolowski K. Fact check: Fake news thrives amid Russia-Ukraine war. URL: <https://cutt.ly/tJxI9ZL>

REFERENCES:

1. Berneiz E. (2013). Inzheneriya sohlyasya. [The Engineering of Consent]. *Polis. Politicheskyye issledovaniya*, no. 4, pp. 122–131 [in Russian].
2. Berneiz E. (2010). Propaganda. [Propaganda]. Moskva: Hippo Publishing. [in Russian].
3. Lassuell H. D. (2021). Technika propahandy v myrovoi voine. [Propaganda technique in the World War]. Moskva: Izdatelstvo INION RAN. [in Russian].
4. Методички окупантів (2022) *Metodychky okupantiv*. [Methods of the occupiers]. *NotaJenota*. URL: <https://cutt.ly/WJxUBpq>. [in Ukrainian].
5. Orwell G. (2019). 1984. [1984]. Kyiv: Vyd-vo Zupanskogo. [in Ukrainian].
6. Orwell G. (2019). Kolhosp tvaryn. [Animal farm]. Kyiv: Vyd-vo Zupanskogo. [in Ukrainian].
7. Uhryn L. (2018). Politychni vymiry kolektyvnykh identychnostej. [Polical dimensions of collective identity]. *European political and law Diskourse*. Vol. 5 Issue 2. 2018. pp. 213-219. [in Ukrainian].
8. Fromm E. (2019). Vtecha vid svobody. [Escape from freedom]. Charkiv: Klub simejnogo dozvillja. [in Ukrainian].
9. Jak u prorosijskych telegram-pablicach Mariupolia pidihrajut «ruzjkomu miru» (2022). [As in the pro-Russian telegrams-publics of Mariupol play «Russian measure»]. *BezBrechni*. URL: <https://cutt.ly/> [in Ukrainian].
10. Goldenziel J. (2022). The Russia-Ukraine Information War Has More Fronts Than You Think. URL: <https://cutt.ly/yJxOq4Q> [in English].
11. Lelonek A. (2017). Wojna informacyjna, operacje informacyjne i psychologiczne: pojęcia, metody i zastosowanie. *Centrum Analiz Propagandy i Dezinformacji*. p. 68-91. [in Polish]
12. Wesolowski K. Fact check: Fake news thrives amid Russia-Ukraine war. URL: <https://cutt.ly/tJxI9ZL> [in English].

Digital propaganda and risks of information security in the context of the Russian-Ukrainian war

Sviderska Olha Ivanivna

Candidate of Political Sciences,
Associate Professor at the Department
of Theoretical and Practical Psychology
Lviv Polytechnic National University
Stepana Bandery str., 12, Lviv, Ukraine

It is proved that the main factor in the victory of Ukrainian society over Russian propaganda is a high rate of mobilization in cyberspace: real photos from the war, volunteering, which brought together stars, bloggers, ordinary citizens, intellectuals, politicians, coordinated actions of cyber police, cyber hackers, political speeches of the president, men who returned to Ukraine to join the SRO or the Armed Forces, women who tried to protect the lives of their children. However, the global level of perception of Russian propaganda is different for political actors in the West and the Global South or China, so the confrontation in the information space of Ukrainian and Russian narratives will be quite long and will have consequences for world politics. The article equates the concept of information warfare with targeted criminal acts aimed at misinforming, demoralizing, and building «silent obedience to the population» by the aggressor state through hacking attacks, hacking into domestic security and defense, and discrediting political leadership. armed forces, conducting strategic, crisis and combat information and psychological special operations on the territory of the state, which has become the object of information or hybrid aggression.

One of the key tools in information warfare is digital propaganda. The main task of propaganda is to change the public consciousness so that the nation against which criminal acts are committed obeys the will of the aggressor, accepts his reality as his own, and stops fighting crimes against himself.

It is determined that in the Ukrainian realities it is possible to determine four levels at which information warfare works: individual, regional, national and global. Each of these levels responds in its own way to political narratives promoted by propaganda, thus affecting the internal information security of the whole country.

It is outlined that at each of the functional levels there are risks associated with information security: loss of identity, feelings of alienation, the formation of the image of «internal enemy» based on territorial (regional) identity, or loss of reputational capital.

Key words: information war, propaganda, manipulation, misinformation, fakes, political narratives.