

УДК 327.8:070:ЗМІ

Наталія Карпчук,

доктор політичних наук,

професор кафедри міжнародних комунікацій та політичного аналізу,

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,

43024, Україна, Волинська обл., м. Луцьк, вул. Винниченка, 28, каб. 6

karpchuknata@gmail.com

ORCID ID 0000-0000-0000-0000

МЕДІА ЯК НЕВОЄННИЙ МЕТОД ВПЛИВУ В ГІБРИДНІЙ ВІЙНІ

У статті здійснено аналіз невоєнних методів впливу в гібридній війні. Зазначено, що в гібридній війні поряд із регулярними й нерегулярними військовими діями використовують технології створення псевдореальності, які формують бажану для агресора «картину дійсності» у свідомості споживачів інформації. Найпотужнішим інструментом такого невоєнного методу є медіа, які в сучасних умовах використовують як новітню інформаційну зброю масового враження, що спроможна формувати й трансформувати громадську думку в напрямі, бажаному для агресора. Невоєнні методи ведення гібридної війни здатні зрівняти технологічну перевагу будь-якої армії; у процесі прийняття рішень невоєнні методи спроможні змістити акцент із військової площини в етичну й моральну. Як наслідок, створюється ситуація хаосу, коли важко визначити переможця й розмежувати правду й брехню. Одними з найпоширеніших маніпулятивних медіа-технологій є маніпулювання соціологією, темами, часом, порядком, гостями. Визначено чинники, які в Україні уможливають використання медіа як зброї.

Зазначено, що на кожному етапі гібридної війни застосовують специфічні методи медіа-впливу, які сприяють досягненню стратегічних цілей агресора. Зокрема, хакерські атаки, медіа-віруси, медіа-активізм, твітер-штурм, фейкові новини, інформаційний шум належать до арсеналу сучасної потужної інформаційної зброї. На етапі латентного розгортання конфлікту вони формують сприятливе інформаційне й психологічне поле для подальшої агресії; на етапі розгортання конфлікту вони є засобом дестабілізації суспільства й виправдання агресії благородними цілями захисту «скривджених»; на етапі відкритої агресії забезпечують ефективну інформаційну підтримку легітимізації офіційних військових дій, створення образу визволителя для агресора.

У статті наголошено, що подолати загрози негативного медіа-впливу, зокрема й у період гібридної війни, можна завдяки впровадженню самоцензури медіа, підвищенню медіа-грамотності населення й дотриманню національного законодавства.

Ключові слова: маніпулятивні медіа-технології, медіа-вірус, медіа-активізм, твітер-штурм, фейк, інформаційний шум.

1. ВСТУП

Постановка проблеми. Сучасні ІКТ, завдяки своєму потенціалу потужного впливу на масову свідомість, стають ефективним засобом гібридних війн ХХІ ст. Інформація як найважливіший ресурс людства, не лише сприяє забезпеченню реалізації прав і свобод громадян, але й слугує інструментом маніпулювання й деструктивного впливу на суспільство.

Ф. Гоффман, консультант міністерства ВМФ США, один з авторів концепції «гібридної війни», наголошує, що кожній епосі властиві свої специфічні форми

війни. Це вимагає щоразу нових термінологічних розробок. Загалом сучасна епоха, на думку Ф. Гоффмана, характеризується процесами гібридизації, включаючи й військову сферу. Традиційні форми війни змішуються з діяльністю організованої злочинності, іррегулярними конфліктами й тероризмом. Для характеристики цієї нової реальності він пропонує застосовувати поняття «гібридної війни», яке дає змогу оперативного відобразити суть змін у характері сучасної війни [10].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження сутності, особливостей та інструментарію ведення гібридної війни загалом і російської гібридної агресії зокрема стосується низка публікацій зарубіжних і вітчизняних науковців та експертів, серед яких – Ф. Гоффман, Дж. Девіс, У. Мюррей, П. Р. Мансур, Дж. Маккуен, А. Ланошка, С. Шейперс, Ю. Першин, І. Чихарев, О. Столетов, А. Манойло, В. Горбулін, Д. Дубов, Б. Парахонський, Г. Яворська, О. Їжак, К. Войтовський, О. Зубченко, А. Баровська, О. Литвиненко, Г. Почепцов, О. Запорожець, Є. Магда, Ю. Радковець, В. Гулай та ін. Однак вважаємо, що саме роль медіа як засобу провокування й підтримання / виправдання воєнної агресії є недостатньо висвітленою.

Формулювання цілей статті. Мета дослідження – проаналізувати інструменти медіа-впливу в гібридній війні, які є потужним невоєнним методом формування й трансформації громадської думки.

2. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

На думку М. Бонд, гібридна війна передбачає застосування розмаїття комбінацій військової діяльності, ресурсів і програм, політичних рухів, призначених для ненасильницького, але переконливого економічного й політичного тиску на недружні уряди з метою їх реформування або заміни в умовах політичної, соціальної й економічної нестабільності, характерної для неспроможних держав [8].

У найзагальніших рисах «гібридну війну» визначають як сукупність заздалегідь підготовлених й оперативних реалізованих дій військового, дипломатичного, економічного, інформаційного характеру, спрямованих на досягнення стратегічних цілей. До складових частин гібридної війни відносять традиційні та нестандартні загрози, тероризм, підривні дії, коли використовують новітні чи нешаблонні технології для протидії перевазі супротивника у військовій силі [6].

Специфіка гібридної війни в тому, що поряд із регулярними й нерегулярними військовими діями застосовують технології створення паралельної реальності або псевдореальності (поєднання елементів справжньої та уявної дійсності), тобто невоєнні методи ведення гібридної війни. Агресор може здобути перемогу в інформаційному просторі за допомогою поширення відповідних символів, що формують у масовій свідомості бажану «картину дійсності» [2]. Невоєнні методи ведення гібридної війни здатні нівелювати технологічну перевагу будь-якої армії, змістити акцент у процесі прийняття рішення з військової площини в етичну й моральну, змусити обирати між

уставом, правом, мораллю; спроможні дискредитувати противника, незалежно від прийнятого рішення.

Найпотужнішим інструментом у досягнення таких цілей є мас-медіа. Британський дослідник інформаційної агресії РФ в Україні П. Померанцев уводить термін «weaponization of media», тобто застосування медіа як зброї [9, с. 19]. Типовими прийомами є приховування реальних подій, реального стану справ; виривання фраз із контексту з наступним акцентуванням уваги саме на них; ототожнювання негативних аспектів певного явища із самим явищем та його сутністю; навішування ярликів; дифамація – образа або висміювання особи, народу; акцентування на особистих рисах опонента; розповсюдження пліток, чуток тощо; утягування в ситуацію осіб, абсолютно до неї не причетних; навіювання опонентові відчуття тривоги, депресії, іноді – з доведенням до повного відчаю й самогубства. Основна мета такого медіа-впливу – створення хаосу, коли стає незрозуміло, хто друг, хто ворог, хто виграв у війні та хто програв. Агресор, який не визнає себе як учасника конфлікту й позиціонує себе як миротворця, природно не визнає своєї поразки. Отже, залишається невизначеною перемога в такій війні (коли її початок і кінець не є об'єктивно детермінованими): кожна зі сторін проголошує себе переможцем.

Вважаємо, що «weaponization of media» в Україні спровокована такими джерелами загроз: 1) розвинені й удосконалені техніки маніпулювання свідомістю людини, впливу на її психічну діяльність (зокрема потенціал технік NLP); 2) концентрація мас-медіа в руках невеликої групи власників, насамперед іноземних, наслідком цього є маніпуляції громадською думкою стосовно суспільно важливих подій; руйнування моральних засад суспільства через нав'язування йому чужих цінностей; 3) складне економічне становище мас-медіа, які формують вигідну громадську думку в інтересах тих кіл, які погодилися фінансово підтримувати ці медіа; 4) тиск на журналістів політичними, економічними, адміністративними методами, переслідування журналістів у судовому порядку, насилля й фізичне знищення.

Одна з особливостей гібридної війни – створення так званої паралельної реальності, тобто поєднання елементів об'єктивної реальності й уявної дійсності. Цей феномен набув поширення завдяки літературі «фентезі», телесеріалів, кінофільмів, які через свою шалену популярність істотно впливають на масову свідомість і громадську думку. Саме телебачення й медіа стирають межу між реальним та вигаданим, що й уможливило створення серіалів гібридних війн російського керівництва: «Кримська ейфорія», «Боротьба з фашизмом на Донбасі», «Сирійська епопея» тощо. Важливо, що відповідно до логіки паралельного світу приймають рішення, здійснюють реальні операції, оцінюють факти, провадять агресивні дії. Існує загальна думка, що паралельна реальність формується керованими медіа, однак, насправді медіа лише підтримують та розвивають уявлення про реальність, які існують у суспільстві [9, с. 57].

До інструментів, які дають змогу маніпулювати об'єктивністю, відносять:

– маніпуляцію соціологією: у студії проводять опитування аудиторії, але будь-яка мала група не відображає населення всієї України; однак група перебуває під тиском почутої інформації й побачених подій, тому її висновки теж починають слідувати напряму, заданому авторами;

– маніпуляція темами (маніпуляція порядком денним обговорення тем): саме ті теми, які обговорюють у мас-медіа, набувають широкого розголосу в суспільстві; таким чином формують удавану чи реальну важливість проблем для розв'язання;

– маніпуляція порядком (порядком обговорення теми): тема обговорюється в прайм-тайм чи, наприклад, в обідню пору; дискутується в топ-програмах або в нерейтингових передачах; підсилена ілюстративним матеріалом чи питаннями; презентується сильним або слабким оратором; переривається рекламою, яка послаблює пристрасті під час обговорення;

– маніпуляція гостями: підбір експертів чи лідерів думок, які апріорі викликають симпатію / антипатію аудиторії, що дає змогу закласти певне ставлення аудиторії до подій, явищ, людей;

– маніпуляції часом: можливість долучитися до обговорення, задати запитання, говорити довше, ніж інші оратори без переривання. Як наслідок, певна тема / людина отримує сприятливіший контекст для представлення тощо [7, с. 292–293].

Для підтримки кожного з трьох етапів гібридної війни застосовують специфічні методи медіа-впливу, які й конструюють уявну реальність:

На першому етапі потужні, добре профінансовані закордонні медіа формують громадську думку, вигідну для країни-потенційного агресора, зокрема, просуваючи національну культуру однієї країни на теренах іншої, що потенційно може призвести до поступового витіснення, «знецінення» материнської культури. Хакерські атаки націлені на руйнування інфраструктури, викрадення/спотворення/заміну інформації, пропаганду могутності країни-агресора.

Медіа-віруси – інформаційні носії (події, скандали, чутки, діяльність організацій та окремих осіб), що мають у прихованому вигляді завуальовані ідеї й меседжі, – є ефективним інструментом для проникнення на вороже інформаційне поле саме на етапі латентної фази конфлікту. Їх мета – дослідження середовища, апробація певних ідей і потенційного ефекту їх застосування, створення й закріплення власних інформаційних майданчиків для подальшої агресії. Самі ж агресивні операції подають як вимушені, спрямовані на боротьбу зі «світовим злом», на захист скривджених (наприклад захист російськомовного населення Криму й Донбасу від українських «фашистів-націоналістів-бандерівців»).

У рамках еволюції медіа-вірусів з'явилося таке явище, як медіа-активізм – це тактика партизанської інформаційної війни, яка реалізується окремими медіа-активістами або групами, що передбачає створення певних розкручених персон чи організацій (рухів, громадських ініціатив та ін.), які є авторами й трансляторами тематичних медіа-вірусів [5]. Цей вид діяльності спрямований на досягнення суспільної реакції шляхом створення альтернативних джерел формування

новин. Його формами вияву можуть бути ведення блогів, трансляція стрімів, створення онлайн-петицій, проведення відео- й аудіорозслідувань (в Україні медіа-активістів називають «диванними військами») [3]. Удалий медіа-вірус, який отримує масову підтримку користувачів, починає існувати за законами та принципами, притаманними внутрішньогруповій комунікації.

На другому етапі поширення медіа-вірусів і фейків забезпечує створення атмосфери бездуховності, накручування конфліктних ситуацій, знищення авторитету державної влади; простежуємо дестабілізацію політичної ситуації (конфлікти, репресії, терор); провокування соціальних, політичних, національних, релігійних зіткнень; ініціювання масових протестних акцій та безладів на вулицях тощо.

Медіа-віруси можуть стати поштовхом до масових заворушень. У соціальних мережах роль медіа-активістів відіграють тематичні групи або окремі блогери, які діють як своєрідні кібердиверсанти. Особливо активно цю технологію застосовували в піковий період російської агресії в Криму та східних регіонах України. До таких товариств відносять групи під загальним брендом «Антимайдан», «Кібер Беркут», «Интернет-ополчение», а також інтернет-проект «Русская весна», який є уособленням та головною ідеологічною платформою російської агресії в Україні.

Каналом поширення медіа-вірусу може стати Твітер-шторм – раптовий сплеск активності довкола певної теми в соціальній мережах, насамперед Twitter та Facebook. Це – ефективний спосіб швидко поширити ідею чи думку, що слугує показником настроїв людей, адже, об'єднуючись, користувачі привертають увагу до події чи проблеми (наприклад твітер-шторм, проведений 27.01.2014 о 17.00 на підтримку Євромайдану з хештегом #euromaidan #Ukraine #digitalmaidan; 04.09.2014 у день саміту НАТО на заклик Міністерства закордонних справ України твітер-шторм із хештегом #StopRussian Agression; Твітер-шторм на підтримку засудженого в Росії українського режисера Олега Сенцова з хештегами #FreeSentsov та #Save OlegSentsov).

Використовуючи визначений і часто оригінальний хештег, твіт швидко поширюється, викликаючи нові повідомлення та розсилки повідомлень. Хештег уключається до переліку актуальних тем на Twitter і подається усім користувачам соціальної мережі, а це, зі свого боку, призводить до появи теми в інших соціальних медіа та проникненню в колективну свідомість [4].

Фейк – це шахрайство, повністю або частково вигадана інформація про суспільні події, справжніх людей або про речі, явища, що подається в мас-медіа під виглядом справжніх журналістських матеріалів; спеціально спотворена новина, подія чи журналістський матеріал, який містить неправдиву або перекручену інформацію, що дискримінує певну людину або групу осіб в очах аудиторії. У сучасних українських соціальних медіа фейкова інформація спрямована на дезінформацію, уведення в оману аудиторії, що, у результаті, викликає не позитивні, а негативні емоції.

Головна мета фейкових повідомлень – посіяти сумніви й переконати аудиторію в правдивості поданої інформації. Завдання – дезінформувати аудиторію; пропагувати власне бачення, політику чи позицію; викликати агресію; похитнути позицію особи та змусити її засумніватися; посіяти паніку;

змінити усталену думку в аудиторії; спонукати по певної дії; активувати увагу й зацікавити аудиторію; переконати її за допомогою вигаданих фактів; залякувати аудиторію тощо.

Фейкова інформація, медіа-віруси й твітер-шторм створюють і/чи посилюють інформаційний шум – невідфільтрований потік інформації, у якому корисність отриманих даних зменшується прямо пропорційно кількості цих даних; вторинна, нерелевантна інформація, якою супроводжується чи заміщується основне повідомлення. В умовах інформаційного шуму ускладнюється прийняття раціонального рішення внаслідок стрімкого збільшення обсягу надлишкової інформації. Складністю стає вже не факт отримання інформації, а можливість її якісної обробки.

У контексті невоєнного методу впливу різновидом інформаційного шуму є інформаційне шумування – елемент інформаційних технологій і впливів; умисне перевантаження реципієнта незначущою, вторинною інформацією з метою відвернути його увагу від отримання відомостей, оприлюднення яких є небажаним для когось [1]. Приклади інформаційного шуму в Україні – конфлікти між політичними інститутами та їх очільниками, безкінечні переговори щодо подолання «політичної кризи», сублімації щодо об'єктного статусу країни, «консенсуси» й компроміси тощо.

Іншими інструментами медіа-впливу є швидке та масштабне наповнення зони бойових дій своїми журналістами-пропагандистами, спроба монополізувати контроль за наданням контенту із зони бойових дій, продукування фейків (які можна легко спростувати, але це потребує часу), направлення до зони бойових дій діячів культури країни-агресора; створення псевдодокументальних фільмів про «злочини» армії супротивника (російські журналісти створювали такі фільми про «злочини грузинської армії» у 2008 р., потім, у 2014 р. – про «злочини українських військових»), організація тематичних фотовиставок [9, с. 146].

На третьому етапі відбувається інформаційна підтримка легітимізації офіційних військових дій, створення для країни-агресора образу визволителя (наприклад образ «увічливих людей» для армії РФ, яка захопила Крим), подальша дискредитація керівництва країни-жертви й її військових сил.

Невійськові методи ведення гібридної війни потужно застосовувала Росія під час захоплення Криму і його входження до складу Російської Федерації: ввічливі «зелені чоловічки», озброєні новітньою російською зброєю; створення сприятливого для Кремля інформаційного фону в західних мас-медіа; цілеспрямована дезінформація на український сегмент Інтернету (наприклад піднятий над флагманом ВМС України «Гетьманом Сагайдачним» Андріївський прапор, про що повідомили ІТАР-ТАРС і РІА «Новости»); дипломатична клоунада представника РФ В. Чуркіна на засіданні Ради Безпеки ООН [6]. В Україні під загрозою виявились економіка, політика, культура пам'яті й інформаційного споживання, національна ідентичність. Зусиллями пропаганди була нав'язана штучна проблема дискримінації російськомовного населення, страх перед ефемерною загрозою «бандерівщини».

Зменшенню деструктивного медіа-впливу сприяє:

1) самостійний контроль медіа-ресурсів із боку редакторів медіа (самоцензура медіа-фахівців, редакційний статут, етичний кодекс, традиції конкретної редакції).

Важливо, однак, щоб і при регулюванні, і при медіа-контролі дотримувався медіа-плюралізм – різноманітність власності, різноманітність джерел інформації та різноманітний контент;

2) медіа-грамотність кожного індивіда (спроможність здійснювати доступ до медіа, розуміти й критично осмислювати різноманітні аспекти медіа та медіа-контенту й продукувати комунікацію у різноманітних контекстах). Медіа-грамотність стосується всіх медіа, включаючи телебачення, радіо, музичні записи, друковані медіа, Інтернет та всі інші нові цифрові комунікаційні технології. Це основна компетентність не лише молодого покоління, але й дорослих, людей похилого віку, батьків, учителів, фахівців у сфері медіа;

3) медіа-освіта населення, особливо молоді, із проблеми медіа-безпеки (медіа-освіта спрямована на формування в суспільстві медіа-культури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії з традиційними й новітніми медіа);

4) державне регулювання – установа відповідальності та визначення механізмів її застосування регулятором (регулятором в Україні є Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення). Регулювання є превентивним, не каральним засобом, покликаним покращити якість контенту, спонукати журналістів дотримуватися журналістських стандартів. Регулювання контенту закріплене в низці міжнародних договорів. Зокрема, стаття 10 Європейської конвенції про захист прав людини й основоположних свобод установлює, що право на свободу слова може підлягати таким формальностям, умовам, обмеженням або санкціям, що встановлені законом в інтересах національної безпеки, територіальної цінності або громадської безпеки, для охорони порядку чи запобігання злочинам, для охорони здоров'я або моралі, для захисту репутації чи прав інших осіб, для запобігання розголошенню конфіденційної інформації або для підтримання авторитету й безсторонності суду і є необхідними в демократичному суспільстві;

5) ефективне національне законодавство, яке насправді є досить розвинутим, але потребує оновлення, бо система медіа постійно еволюціонує. Однак в Україні є нагальною не проблема розроблення нового законодавства, а дотримання норм наявного та реального покарання за його порушення.

3. ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Отже, гібридні війни поєднують використання воєнних і невоєнних методів впливу. Серед невоєнних методів найпотужнішим інструментом є медіа, які спроможні формувати псевдореальність, що у свідомості споживачів інформації сприймається як об'єктивна дійсність. Така «weaponization of media» стає потужним знаряддям не лише впливу, але й руйнування національної ідентичності й державності об'єкта потенційної чи реальної агресії в умовах відсутності самоцензури медіа, низької медіа-грамотності населення й неефективного національного законодавства. Прикро зазначати, але сучасна ситуація українсько-російських відносин й узагалі поведінка РФ на міжнародній

арені дають широке поле для досліджень потенціалу мас-медіа в просуванні й підтримці агресивних цілей держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бучин М. Інформаційний шум. *Новітня політична лексика (неологізми, okazіоналізми та інші новотвори)*. Львів: Новий світ-2000, 2015, с. 160.
2. Запорожець О. Феномен гібридної війни у сучасних міжнародних відносинах. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3344/3022
3. Ірха К. Медіа-активізм. *Новітня політична лексика (неологізми, okazіоналізми та інші новотвори)*. Львів: Новий світ-2000, 2015. С. 214
4. Карпчук Н. Twitter-шторм. *Новітня політична лексика (неологізми, okazіоналізми та інші новотвори)*. Львів: Новий світ-2000, 2015. С. 431–432.
5. Курбан О. *Медіавіруси та їх використання як інформаційної зброї*. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/34.pdf>
6. Магда Є. *Гібридна війна: сутність та структура феномену*. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/viewFile/2489/2220
7. *Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник*. Київ: Центр вільної преси, 2012, 352 с.
8. Першин Ю. «Гібридна війна» як інтелектуальна провокація. URL: http://sociokosmos.ru/arch_conscience/intellect_provocation.pdf
9. *Світова гібридна війна: український фронт / за заг. ред. В. П. Горбуліна*. Нац. ін-т стратег. дослідж. Київ: НІСД, 2017, 496 с.
10. Hoffman F. G. *Hybrid warfare and challenges*. URL: <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a516871.pdf>

MEDIA AS A NON-MILITARY METHOD OF INFLUENCE IN A HYBRID WARFARE

The presented article is devoted to the analysis of non-military methods of influence in a hybrid warfare. It is indicated that in the hybrid war, along with regular and irregular military actions, technologies of creation of pseudo-reality are used, which create the «picture of reality» desirable for the aggressor in the minds of consumers of information. Media become the most powerful tool for such a non-military method and under current conditions media are used as the newest information weapon of mass destruction, capable of shaping and transforming public opinion in the direction desired by the aggressor. Non-military methods of hybrid warfare can equal the technological superiority of any army; in the decision-making process non-military methods are able to shift the emphasis from the military to ethical and moral spheres. As a result, the situation of chaos is created, when it is difficult to determine the winner and to differentiate between the truth and lies. Among the most commonly used manipulative media technologies are manipulations of sociological surveys, themes, time, agenda, guests. The factors that allow the use of media as weapon in Ukraine are determined. It is noted that at each stage of the hybrid warfare specific methods of media influence are applied, which contribute to the achievement of the strategic objectives of the aggressor. In particular, hacking attacks, media viruses, media activism, Twitter-storm, fake news, and information noise are part of an arsenal of modern, powerful information weapon. At the stage of the latent deployment of the conflict, they form a favorable information and psychological field for further aggression; at the stage of launching the aggression, they are a means of destabilizing society and justifying aggression with noble goals of protecting the «aggrieved»; at the stage of open aggression they provide effective information support for the legitimization of official military actions, creating an image of the liberator for the aggressor. The article emphasizes that the threat of negative media influence, in particular during the hybrid warfare, can be minimized by introducing media self-censorship, raising media literacy of the population and adhering to national legislation.

Key words: manipulative media technology, media virus, media activism, Twitter storm,

fake, information noise.

REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

1. Buchin M. Information Noise, *Newest political vocabulary (neologisms, occasional and other new discoveries)*. Lviv: Novyi svit-2000, 2015, p. 160 (in Ukrainian).
2. Zaporozhets O. The phenomenon of hybrid war in modern international relations. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3344/3022 (in Ukrainian).
3. Irka K. Media-activism. *Newest political vocabulary (neologisms, occasionalism and other new discoveries)*. Lviv: Novyi svit-2000, 2015. P. 214 (in Ukrainian).
4. Karpchuk N. Twitter-storm. *Newest political vocabulary (neologisms, occasionalism and other new discoveries)*. Lviv: Novyi svit-2000, 2015. P. 431–432 (in Ukrainian).
5. Kurban O. Medi-viruses and their use as information weapon. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/34.pdf> (in Ukrainian).
6. Magda Ye. Hybrid war: the essence and structure of the phenomenon. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/viewFile/2489/2220 (in Ukrainian).
7. Media education and media literacy: a textbook. Kyiv: Free Press Center, 2012, 352 p. (in Ukrainian).
8. Pershin Yu. *Hybrid War as an intellectual provocation*. URL: http://sociokosmos.ru/arch_conscience/intellect_provocation.pdf (in Russian).
9. *The World Hybrid War: Ukrainian Front / Under the Comm.* edit V. P. Gorbulin. National Institute for Strategic Studies. K.: NISS, 2017, 496 p. (in Ukrainian).
10. Hoffman F. G. *Hybrid warfare and challenges*. URL: <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a516871.pdf> (in English).

Матеріал надійшов до редакції 15.10.2018 р.

УДК 002.53

Анна Пітальова,

студентка 6 курсу факультету міжнародних відносин,
спеціальність «Системний аналіз», ОПП «Консолідована інформація»,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки;

Назар Михалюк,

кандидат політичних наук, старший викладач кафедри міжнародних
комунікацій та політичного аналізу,

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
43024, Україна, Волинська обл., м. Луцьк, вул. Винниченка, 28, каб.8
nazar.mykhaliuk@eenu.edu.ua

ORCID ID 0000-0002-5287-0986

ОСОБЛИВОСТІ КОНСОЛІДАЦІЇ ДАНИХ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті проаналізовано та описано основні властивості поняття «консолідована інформація». Установлено, що ключовими аспектами поняття «консолідація» є об'єднання, захист,