

curity of society and the formation of a political nation. The painless and consensual resolution of political crises is a sign of the sustainability and adaptability of the political system, which can only be achieved on the basis of a coherent position of the most influential political actors.

Keywords: political crisis, sustainable democracy, political radicalism, political demands, political patriotism.

УДК 327.8:15

Б. М. КАЛІНІЧЕНКО

СПЕЦИФІКА ВЕДЕННЯ ПРОПАГАНДИ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

Розглядаються специфічні риси пропаганди як одного з важливих компонентів гібридної війни. Розмежовується класичне та сучасне розуміння даного явища. Наводиться перелік методів та інструментів ведення пропаганди в умовах гібридної війни. Охарактеризовано руйнівний вплив пропаганди в інформаційному суспільстві та показано зниження можливостей опору її деструкції.

Ключові слова: гібридна війна, агресія, пропаганда, класична пропаганда, сучасна пропаганда, пропагандистська кампанія.

Калиниченко Б. М. Специфика ведения пропаганды в условиях гибридной войны

Рассматриваются специфические черты пропаганды как одного из важных компонентов гибридной войны. Также разграничиваются классическое и современное понимание данного явления. Приводится перечень методов и инструментов ведения пропаганды в условиях гибридной войны. Охарактеризовано разрушительное влияние пропаганды в информационном обществе и показано снижение возможностей противостояния ее деструкции.

© КАЛІНІЧЕНКО Богдан Михайлович – кандидат політичних наук, доцент кафедри державної служби, публічного адміністрування та політології Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

Ключевые слова: гибридная война, агрессия, пропаганда, классическая пропаганда, современная пропаганда, пропагандистская кампания.

Kalinichenko Bogdan. The specificity of propaganda in hybrid war

This article deals with specific features of propaganda as one of the important components of hybrid warfare. Also differentiates classical and modern meanings of this phenomenon. Author gives the list of propagandistic methods and instruments in hybrid warfare. The destructive influence of propaganda in the information society is characterized and the decrease in the possibilities of confronting its destruction is shown.

Keywords: hybrid war, aggression, propaganda, classical propaganda, modern propaganda, propaganda campaign.

В епоху цифрового світу поняття «пропаганда» вважається архаїзмом, оскільки асоціюється з емоційними виступами диктаторів, масовим розповсюдженням газет та голосами дикторів на радіо. Навіть існує думка про те, що дане явище було подолане після Другої світової війни. Але реалії сьогодення, особливо в умовах агресії Російської Федерації на території Східної України, свідчать про помилковість вищезазначеного положення. Пропаганда? як засіб ведення інформаційної війни, не лише не зникла, а, навпаки, набула абсолютно нових рис.

Класичними у даній галузі є дослідження Г. Ласуелла, Е. Бернейса та М. Маклюена. Але, слід зауважити, що на сьогоденній день напрацювання зазначених вчених є певною мірою застарілими. Те ж саме можна сказати щодо основних принципів пропаганди, сформованих Й. Геббельсом. І все ж у процесі поглибленого розумінні сутності досліджуваного явища не варто ігнорувати класичні теоретичні підходи та позитивний і негативний практично-політичний досвід.

Говорячи про розгляд пропаганди через призму гібридної війни, слід виокремити напрацювання І. Панаріна, Г. Почепцова та А. Цуладзе. Також варто згадати про окремі статті А. Близнюка, Ю. Горбаня, Д. Краснянського та С. Шпилик. Однак, не дивлячись на наявність значної кількості робіт, присвячених використанню пропаганди в умовах гібридної війни, слід зауважити, що дана про-

блема все ще залишається недостатньо дослідженою. Перш за все це зумовлено тим, що більшість авторів концентрують увагу виключно на описі застосування тих чи інших видів пропаганди, оминаючи їхню специфіку та особливості. Відповідно, виникає потреба в глибшому осмисленні та узагальненні окресленої проблеми, оскільки завдяки цьому можна отримати практичну користь, наприклад у виробленні дієвих асиметричних контрзаходів, спрямованих проти пропагандистських заходів агресора.

Насамперед варто почати з розгляду поняття «гібридна війна». При цьому слід звернути увагу й на те, що крім нього в політичній науці використовується низка інших термінів, які позначають феномен нетрадиційної агресії. Найбільш розповсюдженими є «асиметрична війна», «мережецентрична війна», «приватизована війна» та «комбінована війна». Наявність такої кількості понять по відношенню до одного явища свідчить про відсутність єдиного, загальноновизнаного і прийнятого підходу до його розуміння. Та все ж у межах даного дослідження було взято за основу поняття «гібридна війна», оскільки воно є найбільш доцільним до використання в даному контексті. Відповідно, всі існуючі його визначення можна умовно звести до наступних двох груп: військово-юридичного підходу і комбінованого.

У межах першого з названих підходів гібридна війна розглядається виключно з позиції збройної агресії. Тобто, береться до уваги виключно її насильницький та протиправний характер. Хоча, слід зауважити, що останній параметр доволі часто сприймається як належне, а тому не виокремлюється. У даному випадку найбільш типовим є визначення американського дослідника Ф. Хоффмана. На його думку, гібридна війна поєднує діапазон різних режимів ведення війни, в тому числі конвенційні можливості, іррегулярну тактику та збройні формування, терористичні акти, необмежене насильство та примус, включно з кримінальним безладом¹. Дане визначення найбільш повно відображає погляди військово-юридичного підходу. Разом з тим, одразу ж впадає в око його вузькість, оскільки в його рамках абсолютно ігноруються економічна, політична та інформаційно-духовна сторони гібридної війни.

Комбінований підхід пропонує значно ширший погляд на вищезазначене явище. Одним із найкращих у його межах є визначення українського дослідника Є. Магди. На думку вченого, гібридна війна – це сукупність заздалегідь підготовлених і оперативно реалізованих дій військового, дипломатичного, економічного та інформаційного характеру, спрямованих на досягнення стратегічних цілей². Тобто, вже йдеться не лише про виключно збройний характер такого конфлікту. Більше того, дослідник не акцентує увагу на такому параметрі, як насильство, оскільки не зводить гібридну війну суто до армійських маневрів та залучення парамілітарних структур. Дійсно, як засвідчують реалії сьогодення, збройний напад може бути лише першим етапом гібридної війни. Слід зауважити, що такий захід за своєю сутністю має тактичний характер і є лише одним із засобів стратегії в умовах ескалації конфлікту. Іншим, не менш ваговим, а іноді й вирішальним засобом, є пропаганда.

Російський дослідник І. Панарін зазначає, що даний термін з'являється в 1622 р., під час Тридцятилітньої війни, коли Папа Римський Григорій XV створив Конгрегацію Пропаганди Віри³. Основним завданням цієї структури була організація ідеологічної боротьби з протестантизмом, яка полягала в розповсюдженні католицизму шляхом роз'яснення його основних постулатів. Взагалі саме слово «propaganda» у перекладі з латинської означає «розповсюдження». Справжнім народженням класичної пропаганди варто вважати період Першої та Другої світових воєн. У цей час за нею і закріплюється ярлик негативності, оскільки вона розумілася як спосіб розповсюдження упереджених ідей та думок за допомогою брехні та обману⁴. Утім на сьогоднішній день пропаганду визначають дещо інакше.

Український дослідник А. Близнюк вважає, що пропаганда є різновидом суспільної діяльності, пов'язаною з масовим переконанням у правильності чи неправильності тих або інших ідей, думок, понять та принципів⁵. Ю. Горбань визначає пропаганду як поширення політичних, філософських, наукових, художніх та інших ідей з метою впровадження їх у громадську думку, активізації й використання у масовій практичній діяльності населення. Вчений вважає, що цей різновид інформаційного впливу здійснюється з метою провоку-

вання певних емоцій задля зміни ставлення до певної ситуації або поведінки конкретної групи людей⁶. В аналітичній доповіді Національного інституту стратегічних досліджень пропаганда визначається як систематична діяльність, що передбачає формування потрібного сприйняття аудиторією наданого їй повідомлення, маніпулювання процесом роздумів, спрямування поведінки аудиторії в напрямку, вигідному пропагандисту⁷.

Отже, якщо спочатку пропаганда асоціювалася виключно з процесом розповсюдженням брехні, то у трьох вищенаведених визначеннях спільним є те, що вона, перш за все, спрямовується на зміну певних орієнтацій та поведінки людей. Фактично, де в чому сучасне розуміння пропаганди відображає погляди Г. Ласуелла, одного з перших дослідників даного явища. На думку американського вченого, пропаганда переслідує наступні цілі: виникнення ненависті до ворога; підтримання дружніх стосунків із союзниками; збереження хороших відносин з нейтральними сторонами; деморалізацію супротивника⁸. Зрозуміло, що наведені позиції стосуються виключно ведення військової пропаганди, яка полягає у використанні інформаційних каналів в інтересах політичної підтримки бойових дій⁹, але фактично в них побічно вбачається основа нинішнього сприйняття досліджуваного явища – контроль над свідомістю спільнот.

Межі застосування пропаганди розширив відомий діяч нацистського режиму в Німеччині Й. Геббельс. Ним було сформовано наступні її принципи: пропаганда має бути спланованою і вестися з однієї інстанції; тільки авторитет може визначити, має бути результатом пропаганди істинним чи фальшивим; «чорна» пропаганда використовується, коли «біла» неможлива, або вона не досягає належного ефекту (про «чорну» та «білу» пропаганду йтиметься далі); пропаганда має характеризувати події та людей характерними фразами чи гаслами; для кращого сприйняття пропаганда повинна викликати інтерес в аудиторії і передаватися через привабливе для уваги середовище комунікації¹⁰. Відповідно, окрім того, що в межах даних принципів відбувається розширення сфери застосування пропаганди, німецький політик окреслює не стільки цілі, як засоби, які повинні використовуватися задля успішності її ведення.

Таким чином, можна зробити висновок, що класична пропаганда фактично використовувалася суто у двох напрямках – зовнішньополітичному та внутрішньополітичному. Причому, варто зауважити, що в багатьох випадках вона здійснювалася абсолютно в неприхованій формі, оскільки в ряді європейських держав створювалися відповідні структурні органи, які навіть у назвах містили слово «пропаганда». Зовсім інша ситуація склалася в умовах сучасності.

Відповідно, розглянувши постулати класичної пропаганди, варто перейти до розкриття основних різновидів застосування пропаганди в інформаційному суспільстві. Наприклад, вітчизняний дослідник Г. Почепцов розрізняє пропагандистські кампанії говоріння та замовчування¹¹. Виокремлення другого різновиду є якісним переосмисленням вище наведених класичних постулатів пропаганди. Перш за все, це вбачається в тому, що змінюється її основний інструмент. Як уже зазначалося, згідно підходу Й. Геббельса пропаганда має вестися з однієї інстанції, тобто з єдиного інформаційного каналу, який, до того ж, має офіційний характер. У випадку із кампанією замовчування маємо діаметрально протилежну ситуацію – центр тяжіння переноситься на декілька неофіційних каналів комунікації (посилання на кулуарні джерела, різного роду анекдоти та історії і т. ін.). Змінюється сама мета пропаганди. Якщо у класичному варіанті метою застосування інформаційних засобів є донесення чогось задля, наприклад, збільшення підтримки, то у ситуації із замовчуванням потрібно щось приховати. Відповідно, відбувається цілеспрямоване створення ілюзорної реальності, за допомогою якої відволікається увага від основної проблеми.

Автори раніше згаданої аналітичної доповіді виокремлюють вертикальну та горизонтальну пропаганду. Під першою вони розуміють таку, що йде від органів державної влади, друга має місце в інтернеті та різних структурах громадянського суспільства¹². Як і в попередній типології, аналітики фактично проводять демаркаційну лінію між класичною й сучасною пропагандою. Російський дослідник А. Цуладзе розрізняє позитивну й негативну пропаганду¹³. Перша, на його думку, спрямовується на донесення до мас у найбільш зрозумілій формі певних переконань, які сприятимуть досяг-

ненню суспільної гармонії та злагоди. У даному випадку вчений відтворює першопочаткове розуміння пропаганди. Друга – спрямована на розпалювання соціальної ворожнечі, ескалацію соціальних конфліктів, загострення протиріч у суспільстві, пробудження підсвідомих інстинктів і т. д. Даний різновид власне й відображає пропаганду в умовах гібридної війни, оскільки він спрямований на створення паралельної ілюзорної реальності з абсолютно відмінною викривленою системою цінностей, що, у свою чергу, і повинно дозволити встановити контроль над масами.

Українська дослідниця С. Шпилик використовує традиційний поділ пропаганди на «чорну», «сіру» та «білу». Вона вважає, що за умов здійснення першої відбувається поширення відверто неправдивої інформації, яке спрямоване на провокування соціального, етнічного або міждержавного конфлікту¹⁴. У даному випадку «чорна» пропаганда повністю корелюється з негативною у російського дослідника А. Цуладзе. Завданням «сірої» є зародження сумніву шляхом поширення інформації, яку складно підтвердити або спростувати. «Біла» пропаганда також корелюється із вище згаданою позитивною, але лише певною мірою. Перш за все, це стосується питання достовірності та точності інформації. Але якщо позитивна пропаганда використовується для підтримки соціальної стабільності, то, на думку С. Шпилик, «біла» може слугувати для підтримки іміджу «свого хлопця» і т. ін.

Таким чином, розглянувши основні типології, варто зауважити, що кожна з них демонструє часткове тяжіння як до класичного розуміння пропаганди, так і до більш сучасного. У той же час, це не означає, що вони через це є некоректними чи застарілими. Навпаки, умовне протиставлення дозволяє більш конкретно підійти до питання специфіки ведення пропаганди в умовах гібридної війни.

Відповідно, варто перейти до методів реалізації цілей пропаганди. Узагальнюючи думку авторів раніше згаданої аналітичної доповіді, можна представити наступні інструменти ведення пропаганди в умовах гібридної війни: викривлення фактів; публікація та тиражування фейкових фото та відеоматеріалів; гіперболізація військової та політичної сили (стосується всіх сторін конфлікту); героїзація певних категорій людей та подій; апелювання до вульгар-

ного розуміння націоналізму та його засудження; продукування символів-образів¹⁵. Якщо цим переліком вчені намагалися охопити якомога більше проявів пропаганди, то російський дослідник Д. Краснянський зосередив свою увагу на медійному інструментарії. Окрім викривлення фактів та продукування фейків, він виокремлює: створення «викривальних» фільмів та розслідувань; керовані дискусії на інтернет-форумах, чатах, пабліках; тролінг у блогах, соціальних мережах; залучення відомих блогерів; вірусна реклама¹⁶. Так чи інакше всі вище наведені методи й інструменти ведення пропаганди в умовах гібридної війни можна звести до таких, що несуть у собі брехню, упередження, перекручення, викривлення і замовчування. Відповідно, будь-які пропагандистські заходи міститимуть хоча б одну із цих інформаційних маніпуляцій.

Тепер варто перейти до розкриття конкретних специфічних рис пропаганди в умовах гібридної війни. Перш за все, як раніше згадувалося, змінюється її місце в конфлікті. Якщо під час двох світових воєн вона використовувалася як додаток і мала спрямовуватися на живу силу противника, то сьогодні її роль значно розширилася. Як зазначає Г. Почепцов, пропаганда здійснюється з метою заперечення ведення військових дій¹⁷. Якщо раніше однією з її цілей було виправдання конфлікту та нарощування соціальної підтримки його подальшого ведення, то в умовах гібридної війни сам факт агресії всіляко заперечується. Останнє положення стосується не лише зовнішньополітичного спрямування, а і внутрішнього. У той же час, слід зауважити, що суто військова пропаганда нікуди не зникає, але її роль значно зменшується, оскільки знищення живої сили супротивника не є першочерговим завданням гібридної війни.

Змінюється також і обсяг пропаганди. Раніше її повідомлення мали невибірковий характер і спрямовувалися на широкі маси людей. В умовах гібридної війни, зважаючи на вище окреслену особливість, пропаганда спрямовується на конкретну велику групу людей. Хоча Г. Почепцов вбачає зміну лише у вищій сегментованості мас¹⁸, однак слід уточнити, що тоді йтиметься про застосування абсолютно інших інструментів пропаганди, залежно від тієї чи іншої групи. Відповідно на підставі цього варто говорити про зміну частоти її ведення. У класичному варіанті пропаганда є безперерв-

ною, оскільки цього вимагає широта її об'єкта, а також цілі, які вона переслідує. У випадку гібридної війни пропаганда не є монолітною, оскільки спрямовується на різні групи людей. Тому й зникає потреба в постійному та інтенсивному її веденні. Фактично під кожен обраний сегмент підбирається певна тема та проблема, а також характер їхньої подачі.

Наступна специфічна риса зумовлюється попередньою. Якщо зникає потреба в монолітності пропаганди, то те ж саме стосується й постулату про єдиний канал-транслятор. Безумовно, це не означає, що в умовах гібридної війни вона ведеться хаотично. Мається на увазі, що відбувається створення декількох керуючих секторів, кожен з яких відповідає за певний напрям. Під час гібридної війни пропаганда створює інформаційний хаос. Саме тому в більшості випадків вона має «сірий» характер, оскільки не лише запускаються факти, які важко підтвердити або спростувати, а й заплутуються сліди до транслятора, яких може бути декілька. Фактично, на зміну періодичним інформаційним лобовим ударам класичної пропаганди приходять флангові та тиллові інформаційні атаки.

Останньою специфічною рисою пропаганди в умовах гібридної війни є характер її впливу на свідомість людини. Як уже вище зазначалося, за такого типу конфлікту здебільшого домінує «сіра» пропаганда. Але це зумовлюється не лише прагненням приховати канали-транслятори і створити інформаційний хаос. Справа в тому, що поширення фактів, які майже неможливо точно підтвердити чи спростувати, призводить до зародження сумнівів у групи людей, на яку вони спрямовані. Тобто, індивіду пропонується зробити вибір на користь прийняття або відкидання певної інформації. Слід зауважити, що таке явище має ілюзорний характер, оскільки сам процес надання переваги чи відмови від такого факту не є суттєвим. Найголовніше – це зародження сумніву, який призводить до зниження монолітності в таборі супротивника. Найбільш яскравим прикладом цього є поширення інформації, яка містить різного роду етнічні упередження. Такий спосіб є одним із найбільш дієвих, оскільки конфлікти ідентичностей складно врегулювати.

Отже, характеризуючи специфічні риси ведення пропаганди в умовах гібридної війни, можна відзначити наступне:

- пропаганда перетворюється на визначальний елемент гібридної війни, на відміну від класичного збройного конфлікту, де вона виконувала допоміжну функцію;
- якщо стратегічна мета пропаганди не зазнає змін, оскільки, безумовно, її використання переслідує перемогу у війні, то оперативна мета трансформується з виправдання конфлікту та своєї праоти в ньому в цілковите заперечення існування агресії;
- пропаганда стає вибірковою – замість досягнення тотального впливу на маси вона переорієнтовується на конкретні суспільні сегменти;
- періодичність поступається варіативності – встановлюються точні проміжки часу, в межах яких підвищується або знижується інтенсивність пропаганди, або взагалі переривається її ведення по відношенню до певного сегменту;
- трансформація структури управління та каналу-транслятора – створення декількох контролюючих центрів та каналів-трансляторів;
- домінування «сірої» пропаганди, на яку покладаються дві функції: маскування каналів-трансляторів та піддрив монолітності супротивника шляхом продукування сумнівів.

Отже, окреслений перелік специфічних рис пропаганди в умовах гібридної війни не є остаточним. Наприклад, слід згадати відмінність суто на інструментальному рівні – використання мережі інтернет, якої, звісно ж, не було в епоху світових воєн. Те саме стосується масового телебачення та поширення різного роду «викриваючих» відеоматеріалів. Також поступово починає зникати межа між пропагандою, маніпулятивними технологіями та безпосереднім психологічним тиском. Більше того, можна говорити про набуття першою певних ознак реклами (наприклад, стосовно ситуації вибору та використання вірусної реклами в якості пропаганди). Такі трансформації є очевидними, оскільки вони повністю обумовлюються як рівнем сучасного технологічного розвитку, так і вище зазначеною специфікою. Слід звернути увагу на те, що, не дивлячись на зміну структури управління пропагандою та сутнісний характер останньої, варто говорити про збільшення її руйнівного впливу та зниження кількості можливих шляхів опору. Зумовлюється це тим,

що, як уже зазначалося, зникають межі між власне пропагандою та іншими політичними технологіями. Перша фактично увібрала в себе як маніпуляції, так і різні засоби психологічного тиску. Відповідно виникає потреба не лише в подальшому переосмисленні пропаганди як інструменту впливу на людську свідомість (та підсвідомість), а й у виробленні дієвих заходів протистояння їй. Як засвідчують українські реалії, гібридна війна ведеться не лише комбінуванням різних типів збройної агресії, а й одночасним використанням цілого набору інформаційних прийомів, які становлять значно більшу небезпеку, оскільки підривають здатність до опору агресору.

1. *Hoffman F.* Conflict in the 21st century: The rise of hybrid wars. Arlington, Virginia: Potomac Institute for Policy Studies, 2007. P. 24. 2. *Магда Є. М.* Гібридна війна: сутність та структура феномену. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/2489/2220. С. 8 3. *Панарин И. Н.* СМИ, пропаганда и информационные войны. URL: http://propagandahistory.ru/books/Igor-Panarin_SMI--propaganda-i-informatsionnye-voyny/ 4. Там само. 5. *Близнюк А.* Гібридна війна XXI століття. Пропаганда як основна складова у політичних, соціальних та етнічних протистояннях // INTERMARUM: історія, політика, культура. 2015. Вип. 2. С. 5. 6. *Горбань Ю. О.* Інформаційна війна проти України та засоби її ведення // Вісник Національної академії державного управління при Президентіві України. 2015. № 1. С. 3. 7. *Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії: аналіт. доп. / за заг. ред. А. Баровської.* Київ: НІСД, 2016. С. 70. 8. *Панарин И. Н.* Цит. работа. 9. Там же. 10. *Горбань Ю. О.* Цит. праця. 11. *Почетцов Г. Г.* Информационные войны. Київ: Ваклер, 2000. С. 131. 12. *Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії: аналіт. доп. / за заг. ред. А. Баровської.* С. 32. 13. *Цуладзе А. М.* Политические манипуляции, или Покорение толпы. Москва: Книжный дом «Университет», 1999. С. 53. 14. *Шпилик С.* Інформаційна війна, пропаганда та рг: такі схожі й такі різні // Галицький економічний вісник. Тернопіль: ТНТУ, 2014. Т. 47. № 4. С. 3. 15. *Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії : аналіт. доп. / за заг. ред. А. Баровської.* С.67-68. 16. *Краснянский Д. Е.* Современные медиа: средства информирования, пропаганда/контрпропаганда или механизм конструирования социальной реальности // Инновации в гражданской авиации. Москва, 2017.

Т. 2. № 3. С. 37. 17. Почепцов Г. Г. Пропаганда в обычной и гибридной войне. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/propaganda_v_obychnoy_i_gibridnoy_voyne/ 18. Почепцов Г. Г. Пропаганда vs. информационные операции: сходства и различия. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/propaganda_vs_informatsionnye_operatsii_skhodstva_i_razlichiya/

Kalinichenko Bogdan. The specificity of propaganda in hybrid war

In the age of the digital world, the concept of "propaganda" is considered as archaism, because it is associated with the emotional performances of dictators, the mass dissemination of newspapers and the voices of announcers on the radio. Some scientists believe that this phenomenon was defeated after the Second World War ends. But the realities of the present, especially in the conditions of the aggression of the Russian Federation on the territory of Eastern Ukraine, indicate a falsehood above mentioned provision. Propaganda as an instrument of information war did not disappear. It acquired absolutely new features.

That's why there is a need for a deeper understanding and generalization of the outlined problem, because after that we can get practical profit, for example, in developing of effective countermeasures against enemy propaganda.

First of all, we must look on all meanings of hybrid warfare. Because this phenomenon has many sides and the modern political science hasn't generally recognized approach of this concept. Some groups of scientists believe that hybrid warfare means only armed conflict with unconventional weapons and structures. Others think that hybrid warfare equals to informational war. That's why we must seek the most appropriate meaning and find the place of propaganda in it.

Secondly, author considers that classical meaning of propaganda differs from modern. That's why in the article describes some old fundamental views on this phenomenon and explains how some of them influenced on contemporary researches and practice.

Definitely, this article describes sorts of propaganda. Author believes that each variant from all typologies builds on classical and modern meanings of this phenomenon. That situation explains by contemporary political practice – one or other type of propaganda uses according to goals and present situation.

But in hybrid warfare, when propaganda carried out with the help of fake news, viral advertising, spread of ethnic stereotypes etc., it gains absolutely new specific

features. Author is sure that not only technical progress caused such transformation, but also the development of political science and changes in society.

On the present day propaganda united in itself many other manipulative technologies and instruments of psychological pressure. Also it has become more important part in modern war than armed clashes, because it poses bigger danger and can make more profit using fewer resources.

This article makes some generalizations, but also indicates the need for further researches in this sphere.

Keywords: hybrid war, aggression, propaganda, classical propaganda, modern propaganda, propaganda campaign.

УДК 352.07.072.1

А. В. БОРТНИКОВА

ПРОЦЕСИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ В ЛУЦЬКУ ПІСЛЯ РЕВОЛЮЦІЇ ГІДНОСТІ

Здійснено аналіз процесів децентралізації у Луцькій міській раді упродовж 2014–2017 рр. Розкрито напрями реалізації «Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні». З'ясовано процеси оптимізації мережі інституцій соціальної сфери міста через створення Центру надання адміністративних послуг, організації ефективного контролю з боку територіальної громади за діями влади, а також її відповідальності перед жителями за витрачання коштів, створення в міській раді низки відділів із переданням ним функцій державних органів тощо.

Ключові слова: *міське самоврядування, децентралізація, органи державної влади, територіальна громада, субсидіарність.*

Бортникова А. В. Процессы децентрализации власти в Луцке после Революции Достоинства

Проведен анализ процессов децентрализации в Луцком городском совете в течение 2014–2017 гг. Раскрыты пути реализации «Концепции реформиро-

© БОРТНИКОВА Алла Василівна – кандидат історичних наук, доцент кафедри всесвітньої історії Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки