

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Філософський факультет

Кафедра етики естетики та культурології

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 034 культурологія

на здобуття освітнього ступеня магістра культурології

ПОНЯТТЯ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ: НОВІТНЯ ПРАКТИКА

Студент-виконавець:

Глеба Владислава Сергіївна

освітній рівень магістр, II курс

спеціальність 034 «Культурологія»

ОНП «Культурологія»

Науковий керівник

Доктор філософських наук

Професор

Панченко Валентина Іванівна

КИЇВ – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ЯВИЩА	7
1.1. Поняття і сутність інформаційної війни	7
1.2. Історичні аспекти інформаційної війни	21
Висновки до розділу	34
РОЗДІЛ 2. ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ	36
2.1. Інформаційна війна як соціокультурний конструкт	36
2.2. Особливості маніпулювання суспільною свідомістю в умовах інформаційно-гібридного протистояння	45
Висновки до розділу	61
РОЗДІЛ 3. НОВІТНІ ПРАКТИКИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН	64
3.1. Характерні риси та механізми інформаційного протистояння в умовах збройної агресії росії проти України (2014-2025)	64
3.2. Контрпропаганда як культурний механізм протидії сучасним технологіям інформаційних війн	73
Висновки до розділу	85
ВИСНОВКИ	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	91

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Актуальність дослідження інформаційної війни як соціокультурного явища зумовлена декількома важливими чинниками. Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та їх інтеграція в усі сфери суспільного життя призвели до формування нового типу протистояння, де ключовим полем битви стала свідомість людини. Інформаційна війна перетворилася на невід'ємний компонент сучасних гібридних конфліктів, що особливо яскраво проявляється в умовах російської агресії проти України. За таких обставин інформаційний вплив набуває статусу ефективного інструменту геополітичного протистояння, здатного трансформувати ціннісні орієнтації суспільства, деконструювати національну ідентичність та зруйнувати стабільність роботи державних інституцій без застосування традиційних військових засобів.

Звернення до проблематики інформаційної війни є актуальним також з огляду на зростання ролі інформаційної безпеки в системі національної безпеки держави. В епоху «постправди», коли факти поступаються місцем емоціям та особистим переконанням, а фейки та маніпуляції стають повсякденним явищем інформаційного простору, виникає потреба в розробці ефективних механізмів захисту суспільної свідомості від деструктивних впливів. Пропаганда, дезінформація, маніпулятивні технології, поширення наративів, що спотворюють дійсність – усі ці явища потребують глибокого наукового осмислення та практичних рекомендацій щодо протидії їм. Отже, дослідження інформаційної війни має не лише теоретичну цінність, а й важливе практичне значення для розв'язання сучасних проблем на перетині інформаційної безпеки, національної стійкості та соціокультурного розвитку.

Ступінь наукової розробки теми. Щодо інформаційної війни як соціокультурного явища існує низка досліджень, присвячених окремим аспектам цієї проблематики.

Серед зарубіжних дослідників, які зробили вагомий внесок у концептуалізацію інформаційної війни, слід відзначити праці Т. Рона, М. Маклюена, М. Лібки, Д. Ронфельдта, Д. Волтона, К. Вінклер, Ф. Тейлора та ін. Ці автори заклали теоретичні основи розуміння інформаційної війни, її форм, методів та інструментів, а також дослідили механізми пропаганди, дезінформації та маніпулятивного впливу на свідомість.

Серед українських науковців проблематика інформаційної війни досліджувалася в працях В. Брижака, І. Валюшки, Б. Калініченка, С. Куцепала, С. Залкіна, О. Марунченка, Г. Почепцова, О. Сікорського, Ю. Твердохліб, В. Цимбалюка, Б. Черномаза, М. Швеця, М. Якобчука та ін. Ці автори висвітлювали різні аспекти інформаційної війни, її вплив на національну безпеку, а також механізми протидії інформаційним загрозам.

Проблематика маніпулювання суспільною свідомістю в умовах інформаційної війни та контрпропаганди досліджувалася в працях Р. Барта, О. Гоймана, В. Зеленіна, Н. Калла, Д. Павлова, Т. Поди, Г. Почепцова, О. Свідерської та ін.

Попри наявність значної кількості досліджень, присвячених інформаційній війні, її соціокультурний вимір залишається недостатньо висвітленим. Бракує робіт, які б пропонували комплексний аналіз інформаційної війни як багатовимірного феномену, що охоплює інформаційно-психологічні, технологічні та культурні аспекти.

Об'єктом дослідження є інформаційна війна як феномен сучасного геополітичного протистояння.

Предметом дослідження є соціокультурний вимір інформаційної війни в умовах сучасних гібридних конфліктів.

Метою дослідження є комплексний аналіз інформаційної війни як соціокультурного явища, дослідження її теоретичних засад, історичної еволюції та практичних механізмів реалізації, а також осмислення ефективних стратегій протидії деструктивним інформаційним впливам.

Реалізація означеної мети передбачає вирішення конкретних завдань:

- концептуалізація поняття «інформаційна війна»;

- дослідження історичних аспектів еволюції інформаційного протиборства;
- аналіз соціокультурного виміру інформаційної війни та її впливу на суспільну свідомість;
- розкриття механізмів формування та поширення фейків, меседжів та наративів в інформаційному просторі;
- дослідження особливостей маніпулювання суспільною свідомістю в умовах збройної агресії росії проти України;
- визначення ролі та потенціалу контрпропаганди як культурного механізму протидії сучасним технологіям інформаційних війн;

Новизна дослідження полягає в тому, що воно пропонує комплексний підхід до розуміння інформаційної війни як соціокультурного явища.

- Здійснено систематизацію теоретичних підходів до визначення інформаційної війни та запропоновано комплексне розуміння цього феномену як складної, цілеспрямованої дії, що здійснюється з метою впливу на свідомість і поведінку людей та інформаційні системи.
- Обґрунтовано необхідність розмежування понять «інформаційна війна» та «інформаційно-психологічна війна», де перше виступає загальним поняттям, яке включає інформаційно-психологічну та інформаційно-технічну (кібернетичну) складові.
- Набули подальшого розвитку наукові уявлення про особливості маніпулювання суспільною свідомістю в умовах інформаційно-гібридного протистояння, зокрема виявлено ключові вектори маніпулятивного впливу та досліджено роль феномену постправди у посиленні ефективності маніпулятивних технологій. На прикладі російсько-українського інформаційного протистояння ідентифіковано характерні риси та механізми сучасної інформаційної війни, що має практичне значення для розробки стратегій протидії деструктивним інформаційним впливам.

- Запропоновано цілісну концепцію контрпропаганди як культурного механізму протидії інформаційним війнам, що включає не лише оперативне реагування на пропагандистські виклики, але й виконує стратегічну функцію формування ідеологічної стійкості суспільства. Визначено структурні елементи контрпропаганди та аспекти удосконалення контрпропагандистської діяльності в умовах російсько-української війни.

Методи дослідження. Методологічну основу представленої магістерської роботи складають як загальнонаукові, так і спеціальні методи дослідження. Серед загальнонаукових методів особливу роль відіграли аналіз і синтез, індукція та дедукція, узагальнення й абстрагування. Вони були використані для уточнення змісту ключових понять дослідження (інформаційна війна, пропаганда, дезінформація, наратив, фейк тощо), виявлення структурних елементів інформаційного протиборства та реконструкції механізмів інформаційно-психологічного впливу.

Для висвітлення генези інформаційної війни в контексті історичного розвитку застосовувався історико-порівняльний метод. Його доповнював метод контекстуалізації, який дозволив розкрити зв'язки між інформаційними стратегіями різних епох та соціокультурними факторами відповідних історичних періодів. Системний підхід дозволив розглянути інформаційну війну як цілісний феномен, що охоплює різні рівні впливу на суспільну свідомість. У дослідженні специфіки російсько-української інформаційної війни застосовувалися методи кейс-аналізу та контент-аналізу, що дозволило ідентифікувати ключові наративи, фейки та маніпулятивні техніки, які використовуються в інформаційному протистоянні.

Структура магістерської роботи: робота складається зі вступу, 3 розділів з підрозділами, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ЯВИЩА

1.1. Поняття і сутність інформаційної війни

Поняття «інформаційна війна» сформувалося відносно нещодавно – лише в середині 1970-х років. На Заході піонером цього терміна вважають фізика Томаса Рона, який у 1976 році, на тлі «холодної війни», у своїй доповіді «Системи озброєнь та інформаційна війна» охарактеризував інформацію як найвразливіший елемент у сфері оборони та військових дій. Офіційне визнання цей термін отримав 21 грудня 1992 року, коли він був зафіксований у директиві міністра оборони США №3600. Через кілька років, у жовтні 1998 року, Пентагон затвердив «Об'єднану доктрину інформаційних операцій», де під інформаційною війною розумілися комплексні дії (тобто сукупність інформаційних операцій), спрямовані на системи управління державою й армією противника, з метою впливу на його політичне та військове керівництво [66]. Ці дії мали б ще в мирний час схилити супротивника до рішень, вигідних ініціаторові, а під час збройного конфлікту – повністю порушити функціонування його керівної інфраструктури.

У науковий дискурс поняття «інформаційна війна» ввів Маршалл Маклюен, відомий американський медіадослідник, який стверджував, що «справжня тотальна війна – це війна інформаційна». У 1993 році, на тлі технологічного прориву, термін «кібервійна» запропонували фахівці з безпеки Джон Аркіла та Девід Ронфельдт. Вони вживали цей термін, описуючи майбутні конфлікти, де домінуватимуть цифрові технології. До того ж саме того року значна кількість комп'ютерів, включаючи й урядові системи США, зазнали масових атак вірусів. Автори розглядали кібервійну передусім як терористичні дії з боку недержавних акторів, а також як наслідок глибокої інтеграції кібертехнологій у військову безпеку.

У 1995 році Мартін Лібікі опублікував дослідження під назвою «Що таке інформаційна війна?», у якому комплексно проаналізував різні аспекти цього явища. Він виділив кілька основних форм інформаційного протиборства: командно-адміністративну, розвідувальну, радіоелектронну (в тому числі криптографічну), психологічну, хакерську, економічну та власне кібервійну [67, с. 10].

У 2007 році питання інформаційних війн, особливо в межах інформаційно-психологічного підходу, досліджували В. Брижко, М. Швець і В. Цимбалюк. Результати їхнього аналізу викладено в монографії «Е-боротьба в інформаційних війнах та інформаційне право». У другому розділі цієї праці – «Інформаційна боротьба в цивільному суспільстві» – автори акцентують увагу на сутності маніпуляцій, їх класифікації, а також ролі засобів масової інформації у впливі на масову свідомість. Маніпулювання, згідно з їхнім баченням, ґрунтується на таких чинниках, як дезінформація, неправда та обман.

Одним із провідних теоретиків у сфері інформаційних війн є Г. Почепцов. У своїй праці «Сучасні інформаційні війни» він описує еволюцію цього явища, його методологічну основу, зв'язок із національною безпекою та значення в структурі сучасного світу. Також він проводить паралелі між війнами інформаційного характеру та війнами смислів [38].

Монографія «Війни інформаційної епохи: міждисциплінарний дискурс», видана під редакцією В. Кротюка, пропонує міжгалузевий аналіз феномену сучасної війни — філософський, правовий, психологічний та політологічний. У ній розглядаються природа, методи та стратегії ведення сучасних інформаційних війн, а також способи протидії, зокрема інформаційно-психологічному впливу [4, с.9].

Б.М. Калініченко у своїй роботі «Інформаційна війна: чинники ескалації та засоби протидії» підкреслює багатогранність інформаційного протистояння, описуючи його як складне явище, що включає різні аспекти – від духовних (пов'язаних зі світоглядом, стереотипами, ідеологією індустріального

суспільства) до технологічних (маніпулятивні інструменти, кіберзасоби інформаційної цивілізації) [18, с. 261].

У дослідженні В. Кісова представлено авторське бачення природи та методів інформаційної війни, а також розглянуто проблеми кібертероризму та використання Інтернету в міжнародному протистоянні. У свою чергу, зарубіжні фахівці, зокрема С. Джаджодіа та П. Шакарян, у праці «Кібервійна: створення наукової основи» аналізують воєнно-політичний вимір кібервійн і пропонують багаторівневу модель протидії таким загрозам.

Значна роль у теоретичному осмисленні інформаційних війн відведена також дисертаційним дослідженням. Зокрема, у 2012 році було захищено наукову роботу О. Марунченка «Інформаційна війна в сучасному політичному просторі», яка не лише містить концептуальне визначення терміна, описує його еволюцію та сутність, а й має практичний характер. У другому розділі дисертації досліджується практичне застосування інформаційної війни в політичній діяльності, а третій розділ присвячено її особливостям в Україні. Автор наголошує на низці актуальних проблем, зокрема, загрозливій ролі іноземних ЗМІ, поширенні електронного шпигунства та відсутності єдиного трактування поняття «інформаційна війна» у політичній науці. Ці питання, попри час, і досі залишаються відкритими [28, с. 176].

Значний внесок у формування категоріального апарату інформаційно-психологічних війн зробила Ю. Твердохліб у своїй дисертації «Інформаційно-психологічні операції у російсько-українській гібридній війні». Її дослідження, зокрема, зосереджене на необхідності усунення термінологічної неоднозначності, оскільки значна частина понять у науковому дискурсі України досі позбавлена усталених дефініцій, незважаючи на велику кількість наукових публікацій. У роботі авторка підкреслює, що поняття «інформаційна війна» та «інформаційно-психологічна війна» не є тотожними, мають власну специфіку та не повинні вживатися як синоніми [48, с. 22].

Історичні закономірності розвитку інформаційних війн розкриті в науковій статті І. Валюшка «Еволюція інформаційних війн: минуле та

сучасність», у якій розглядається роль інформації у воєнних конфліктах різних епох, а також трансформація способів ведення боротьби під впливом технічного прогресу. Дослідник наголошує, що розвиток інформаційних технологій суттєво змінив природу війни як явища [3].

У статті В.С. Яковчука, Б.І. Малеця та Ю.О. Борзова «Інформаційні війни в сучасному світі» наголошується на тісному зв'язку інформаційної війни з ідеологічним протистоянням. Цю ідею доповнює М. Пілат, який у своїй роботі «Інформаційні впливи та інформаційні війни: сутність понять та їх взаємозв'язок в інформаційну епоху» розкриває зміст інформаційної війни через призму незаконного застосування спеціальних засобів впливу на свідомість [54].

Окрему увагу заслуговують дослідження, в яких розглядається національна специфіка інформаційної боротьби. Зокрема, Б.Д. Черномаз у своїх статтях «Менталітет та історична пам'ять в інформаційній війні» та «Національна пам'ять як зброя в інформаційній війні» доводить, що історична свідомість і колективна пам'ять можуть використовуватись як ефективні інструменти інформаційного впливу, набуваючи рис специфічної інформаційної зброї [52].

Серед зарубіжних науковців, які займаються вивченням інформаційно-психологічної війни, вирізняється низка авторитетних дослідників, що аналізують різноманітні аспекти пропаганди, дезінформації та маніпулятивних впливів. Так, Саманта Сенн у праці «Усяка пропаганда є небезпечною, але деяка – небезпечніша за інші: Джордж Орвелл і використання літератури як пропаганди» розглядає літературний дискурс як засіб формування пропагандистських наративів, зокрема через призму творчості Дж. Орвелла [69].

Дуглас Волтон у дослідженні «Що таке пропаганда і що з нею не так» здійснює критичний аналіз етичних та логічних аспектів пропаганди, визначаючи межі між переконанням і маніпуляцією [70]. У свою чергу, Корі Е. Добер та Керол К. Вінклер у роботі «Радикальна візуальна пропаганда в

онлайн-середовищі» акцентують увагу на зростанні візуального компоненту пропагандистських матеріалів у цифрових медіа, що суттєво підвищує ефективність таких впливів [61].

М. Тейлор у своїй праці «Нова пропаганда: психологічні та інформаційні операції» розглядає еволюцію традиційної пропаганди у світлі сучасних гібридних конфліктів, підкреслюючи взаємозв'язок між інформаційними та психологічними операціями. Ґрунтовне дослідження фейкових новин представлено у праці групи авторів на чолі з Норманом Васу – «Розпаковка фейкових новин», у якій здійснюється аналіз джерел, методів створення та розповсюдження неправдивої інформації [57].

Особливу увагу також приділено дослідженню технік поширення дезінформації, зокрема в роботі Андреа Черазе та Клаудії Санторо «Від расових містифікацій до ажіотажу в ЗМІ» (*From Racial Hoaxes to Media Hypes*), де автори демонструють реальні соціальні наслідки таких маніпуляцій [55].

Окремий напрям досліджень стосується конспірології. Так, Ніл Кумар Катял у роботі «Теорія змови» (*Conspiracy Theory*) аналізує джерела, мотиви та соціальний вплив змовницьких наративів. Подібну тематику досліджують і Дж. Ерік Олівер з Томасом Дж. Вудом у праці «Теорії змови та параноїдальний стиль масової думки» (*Conspiracy Theories and the Paranoid Style(s) of Mass Opinion*), а також Джозеф Е. Усинські, Кейсі Клофстад і Метью Д. Аткинсон у статті «Що формує конспірологічні переконання? Роль інформаційних сигналів та індивідуальних схильностей» [63].

Серед українських науковців, що досліджують форми інформаційної війни, варто відзначити роботи О. Левченка «Форми ведення інформаційної боротьби: практичний підхід до понятійного апарату», О.П. Сікорського та М.Ю. Якобчука «Інформаційно-психологічні війни: форми та методи» [45], а також спільні праці Ю. Мороза і Ю. Твердохліб, зокрема «Інформаційно-психологічні операції в умовах ведення гібридної війни» та «Інформаційно-психологічні операції: процес планування та реалізації» [17]. Ці дослідження

зосереджуються на практичних аспектах планування, реалізації та класифікації засобів впливу в межах сучасного гібридного конфлікту.

До кола зарубіжних дослідників, які аналізують стратегії та тактики російської інформаційно-психологічної війни, належать авторитетні науковці, що здійснюють комплексний аналіз пропагандистських нарративів, методів дезінформації та їх впливу на громадську думку. Зокрема, Леон Арон у своїй роботі «Російська пропаганда: шляхи і засоби» досліджує інституційні та риторичні інструменти, за допомогою яких здійснюється поширення кремлівських меседжів як всередині країни, так і за її межами.

Кристофер Пол і Міріам Метьюз у відомій праці «Російська модель пропаганди: чому вона може працювати і як їй протидіяти» пропонують теоретичну модель, що описує багатоканальність, надмірність та хаотичність подачі дезінформації як ключові риси сучасної російської пропаганди. Вони також аналізують ефективність цієї моделі та пропонують стратегії протидії [59].

Майкл Дженсен у праці «Російські тролі і фейк-новини: інформація чи логіка ідентичності?» аналізує, як через соціальні мережі поширюється контент, спрямований на підрив довіри до демократичних інституцій, вплив на політичні вподобання та розпалювання внутрішніх конфліктів у західних суспільствах. Автор підкреслює, що за фасадом «інформаційної атаки» часто стоїть глибший процес маніпуляції ідентичностями та соціальними нарративами.

У науковій спільноті поняття «інформаційна війна» не має усталеного та загальноновизнаного визначення. Спірними залишаються як самі межі цього явища, так і тлумачення його окремих складових. Дослідники пропонують різноманітні підходи до розуміння терміна: частина з них надає перевагу концепції «інформаційних операцій», інші ж фокусуються на психологічному чи технічному аспектах, вживаючи такі визначення, як «мережева війна», «кібервійна» або «інформаційно-психологічна війна». Зокрема, осмислення феномена інформаційного протистояння часто здійснюється в межах психологічної парадигми.

Так, В. Брижко характеризує інформаційну війну як «відкриті та приховані цілеспрямовані невідомі інформаційні впливи, спрямовані на нав'язування супротивникові небажаної інформації з метою трансформації його мислення, поведінки або самознищення, що дозволяє досягти переваги у матеріальній сфері». Подібної позиції дотримуються й автори колективної монографії «Війни інформаційної епохи: міждисциплінарний дискурс», які акцентують на когнітивному вимірі інформаційного протистояння. Вони зазначають, що «основне поле битви – це когнітивна площина», а також вводять нові категорії інструментарію інформаційної війни: поведінкову, смислову та когнітивну війну [2].

У свою чергу, П. Шпиґа та Р. Рудник виокремлюють чотири основні підходи до інтерпретації інформаційних воєн. Перший розглядає їх як комплекс політичних, правових, соціально-економічних та психологічних дій, спрямованих на захоплення або руйнування інформаційного простору супротивника, порушення його комунікацій та обмеження можливостей поширення інформації. Другий підхід визначає інформаційну війну як гостру форму конфлікту в інформаційному середовищі, що характеризується високою напругою, безкомпромісністю та короткотривалістю. У третьому підході йдеться про застосування сучасних технологій у військових цілях – цифрових передавачів, супутникових систем та інших електронних засобів. Четвертий ототожнює інформаційне протистояння з кібернетичними війнами, що відбуваються між технічними системами.

Окреме значення має комплексний, або ж поліпарадигмальний, підхід до трактування поняття «інформаційна війна», який дозволяє інтегрувати різноманітні аспекти цього складного й багатовимірного явища.

Е. Талишинський описує інформаційну війну як «складну, цілеспрямовану дію, яка може бути як відкритою, так і закритою, здійснювану однією стороною або обома сторонами, і спрямовану на вплив на людей, їх свідомість та поведінку, а також на інформаційні системи з метою досягнення переваги у національній стратегії. Це вплив, який може призвести до прийняття

потрібних рішень або паралізувати інформаційну структуру супротивника при одночасному захисті власної інформації та систем» [48]. У рамках інтеграційного підходу, О.П. Марунченко визначає необхідність розмежування понять «інформаційна війна» та «інформаційно-психологічна війна». Він зазначає, що в першому випадку об'єктом впливу є комп'ютери та інформаційні системи, а в другому – додатково залучається психологічний компонент, що спрямований на індивідуальну та масову свідомість [28]. Однак з цією точкою зору можна погодитися лише частково, оскільки ми вважаємо «інформаційні війни» загальним поняттям, яке можна поділити на два основні типи: інформаційно-психологічну війну та інформаційно-технічну (або кібернетичну) війну.

Пропонований Е. Талишинським комплексний підхід є найбільш обґрунтованим, оскільки він охоплює основні аспекти інформаційних війн. Водночас, інформація в цьому контексті розглядається як: 1) набір фактів або свідчень про осіб, події, явища, які використовуються для впливу на психічний стан людей, та 2) упорядковані дані, що зберігаються на носіях і є частиною інформаційної системи, порушення якої може призвести до втрати чи незаконного використання цих даних. Крім того, комплексний підхід не лише визначає широкий спектр об'єктів інформаційних війн, що охоплюють як людську свідомість, так і технічні інформаційні системи, але й корелює з аспектами інформаційної безпеки. Остання включає в себе не тільки інформаційно-правові аспекти, а й інформаційно-технічну безпеку, яка передбачає захист інформаційного середовища від несанкціонованих впливів за допомогою спеціальних програмно-технічних засобів, а також інформаційно-психологічний захист, який спрямований на охорону психіки людини від небажаних інформаційних впливів. Інформаційне середовище визначається як сукупність людей, організацій та систем, що займаються збором, обробкою та поширенням інформації, і включає три компоненти: когнітивний (люди), інформаційний та фізичний (матеріальні носії).

Також цікавим є визначення відомого вітчизняного комунікативіста Г. Почепцова: «Інформаційна війна – комунікативна технологія впливу на масову свідомість з короткостроковими та довгостроковими цілями. Метою впливу є внесення змін у когнітивну структуру, щоб досягти відповідних змін у поведінковій структурі» [37].

У межах нашого аналізу хочеться зупинитися на деяких найбільш відомих концепціях, розроблених у соціології та комунікативістиці, автори яких (свідомо чи несвідомо) заклали теоретичні основи ведення інформаційних воєн. Серед них – «теорія залежності», або, як її називав автор, американський соціолог і психолог Г. Ласвелл, «теорія чарівної кулі». Згідно з цією теорією, людина беззахисна перед інформаційним впливом. ЗМІ маніпулюють людиною на свій розсуд, і вона нічого не може їм протиставити. Інформаційні впливи проникають у голову людини, подібно до «чарівної кулі», і викликають у мозку незворотні руйнування. Теорія залежності мала помітний вплив на подальший розвиток соціально-психологічних теорій інформаційної війни. Під час Другої світової війни німецький психолог Курт Левін розробив «теорію привратника» (gatekeeper). Нацистське командування, стикаючись із труднощами у постачанні армії продуктами харчування, поставило перед психологами завдання переорієнтувати населення на споживання дешевих сортів м'яса (субпродуктів). «Привратником» стала домогосподарка, яка купує продукти на ринках. В інформаційних війнах такими «привратниками» є редактори ЗМІ та спін-доктори, які контролюють потік новин і можуть змінювати, розширювати, повторювати та вилучати інформацію. Подібною до «теорії привратника» є концепція «лідерів думок», через яких інформаційна зброя впливає на масову свідомість. Вивчаючи вплив ЗМІ на аудиторію, соціологи виявили, що його максимальний ефект досягається не відразу, а через деякий час (приблизно 2 тижні). Соціологічні дослідження показали, що люди сприймають інформаційний вплив не безпосередньо від ЗМІ, а через обговорення з авторитетними для них людьми – «лідерами думок». «Лідери думок» можуть змінюватися в різних ситуаціях: наприклад, обираючи

автомобіль, ми цікавимося думкою досвідчених водіїв, а шукаючи стоматолога, питаємо поради в інших людей.

Проведений аналіз цих понять показує, що інформаційна війна є складним і багатофакторним явищем, а численні теорії та концепції виникають через різноманітні наукові підходи та методологічні принципи, які застосовуються для визначення цієї області дослідження. З нашої точки зору, інформаційна війна – це сукупність дій, здійснених людьми чи за допомогою технологій, з метою маніпулювання інформацією: її привласнення, видалення чи модифікація. Це може призвести до руйнування критичної інфраструктури, порушення нормальної роботи органів влади, значних економічних втрат або викривлення сприйняття реальності через нав'язування певної точки зору на події. Попри наявність єдиного терміну, інформаційна війна має конкретну детермінацію і спрямованість, оскільки її мета може бути різною. Вона є політичним феноменом, що служить досягненню різних цілей. Окрім того, існує ще одна важлива проблема – це співвідношення понять «інформаційна війна», «інформаційна боротьба» та «інформаційне протиборство». Згідно з деякими тлумаченнями, слова «війна» і «боротьба» мають відмінності: за філософським словником, боротьба є складовою війни, а війна визначається як організовані збройні дії між державами або соціальними групами. Водночас боротьба має більш вузьке значення, яке передбачає безпосередній конфлікт між сторонами.

Інформаційна війна, розвиваючись протягом часу, отримала власний арсенал засобів і стала своєрідною формою «збройної боротьби», хоч і в переносному сенсі цього терміна. Тому її можна вважати справжньою війною, оскільки використання «інформаційної зброї» здатне порушувати основні принципи міжнародного права, зокрема принципи невтручання у внутрішні справи держав, забезпечення міжнародної співпраці, виконання зобов'язань у рамках міжнародного права та поваги до прав людини. Це поняття отримало широке визнання в суспільстві, часто згадується в політичних дискусіях і закріплено в наукових дослідженнях. Вчені наголошують, що наслідки

інформаційної війни можуть бути настільки масштабними, що їх можна порівняти з реальними військовими діями. Прикладом є окупація Криму та захоплення частини сходу України проросійськими сепаратистами внаслідок дестабілізації ситуації в країні. Інформаційну зброю іноді порівнюють з ядерною зброєю, адже для її використання не потрібні складні виробничі потужності чи інфраструктура, достатньо програмного забезпечення, комп'ютерних вірусів або логічних бомб. Деякі науковці розглядають інформаційне протиборство як більш широке поняття, яке охоплює, зокрема, вплив на радіоелектронні системи, тоді як інформаційна війна є конкретною формою цього протистояння.

У наукових працях інформаційну війну часто описують як одну з форм сучасних воєнних конфліктів, але з точки зору «збройної боротьби» або «протистояння», поняття «інформаційна боротьба» та «інформаційне протиборство» можна розглядати як синоніми терміна «інформаційна війна». Це можна пояснити тим, що, за критеріями, що визначають ці концепти, зокрема історичними, теоретичними та практичними, вони не мають суттєвих відмінностей і можуть використовуватись як взаємозамінні, оскільки у всіх випадках йдеться про політичні та соціальні явища, пов'язані з використанням інформації як зброї.

Інформаційна війна і політика є тісно взаємопов'язаними категоріями, адже будь-яке збройне протистояння є результатом політичних рішень і волі. Роль інформаційних війн у політичному просторі є важливою, оскільки інформаційна війна є невід'ємною частиною політичної війни, здатною впливати на різні аспекти життя – економічний, соціальний, оборонний та духовний. Загалом, політична війна характеризується застосуванням різноманітних методів впливу – як відкритих, так і прихованих – для досягнення зовнішньополітичних цілей. Це може включати інформаційні війни, економічні санкції, дипломатичні маневри, підтримку повстанських рухів чи пропаганду. Водночас у політичних війнах часто використовується примус, що

виражається в таких формах, як підтримка змін у політичних режимах, публічна критика держави чи дипломатичні тиски через демарші або санкції.

Інформаційні війни часто відбуваються між суспільствами, які належать до різних цивілізацій або представляють різні політичні режими й ідеології. Вони мають кілька важливих ознак: безперервність і здатність розгортатися не лише в умовах збройних конфліктів, а й у мирний час. Такі війни неможливо розглядати окремо від традиційних форм боротьби, оскільки більшість конфліктів доводить, що лише військових сил недостатньо для досягнення остаточної перемоги. Вони зазвичай ведуться паралельно з традиційною війною або стають частиною гібридної війни, де метою є не тільки фізичне знищення противника, але й злам його морального духу. Гібридна війна розуміється як поєднання військових, дипломатичних, економічних, інформаційних і навіть психологічних методів впливу, які використовуються для досягнення стратегічних цілей. Кожен із цих інструментів застосовується для впливу на противника і може виступати як зброя, що завдає шкоди.

У контексті гібридної війни, зокрема в Україні, М. Цюрупа зазначає, що цей стан можна трактувати як «озброєний мир», політику «ні війни, ні миру», де використовуються як м'які, так і жорсткі методи впливу – від дипломатичних заходів до агресивної інформаційної боротьби. Метою інформаційної війни в рамках гібридного конфлікту є досягнення певних політичних цілей, зокрема змінити або знищити цінності і погляди противника, а також його підтримку серед населення. Особливо важливим є вплив на інформаційні системи, які є основою для стратегічного контролю. Як і традиційна війна, інформаційна війна є не одноразовим актом, а безперервним процесом насильства, що триватиме протягом усього конфлікту [50].

У працях О. Самчинської та В. Фурашева також з'являється термін «інформаційне насильство», під яким розуміють цілеспрямоване і непомітне впливання на свідомість осіб або груп за допомогою інформаційних технологій та психологічних методів, що порушує їхню інформаційну свободу і здатне завдати шкоди їхньому фізичному та психологічному стану. Це явище

підкреслює здатність інформаційного впливу не лише контролювати інформаційні потоки, а й прямо впливати на життя та здоров'я людей [41].

Підсумовуючи можемо констатувати, що інформаційна війна – це складний і багатогранний процес, що полягає у цілеспрямованому використанні інформації з метою впливу на свідомість, поведінку, емоційний стан та ціннісні орієнтації окремих осіб або цілих соціальних груп. У XXI столітті, в умовах глобалізації та цифрової революції, інформаційна війна стала невід'ємною частиною геополітичного і культурного простору. Її особливість полягає в тому, що замість традиційної зброї використовуються слова, образи, символи, а головним об'єктом атаки є не територія, а свідомість людини.

Як зазначає вітчизняний дослідник В. Ліпкан, «інформаційна війна – це система інформаційних заходів, що здійснюються державними або недержавними суб'єктами з метою досягнення домінування в інформаційній сфері» [24, с. 113]. При цьому війна такого типу не обов'язково має ознаки конфлікту в класичному розумінні – вона може вестися в інформаційному полі без оголошення, непомітно, але ефективно.

Інформаційна війна як соціокультурне явище охоплює не лише політичну боротьбу чи військове протистояння. Вона стає частиною культурної політики, інструментом формування або руйнування національної ідентичності, системи цінностей і соціальних норм. Згідно з Г. Почепцовим, «сьогодні війни ведуться не лише за території, а й за розум, свідомість і уявлення людей» [38, с. 48]. Відтак, соціокультурний вимір інформаційної війни полягає в тому, що вона активно експлуатує культурні архетипи, історичні наративи, мову, символи та емоційно забарвлені образи. В результаті формуються «вигідні» інтерпретації подій, які підкріплюються або створюють нові ідеологеми. Це призводить до переформатування колективної пам'яті, нав'язування альтернативної історичної правди, що може мати довготривалі наслідки для суспільства.

У цьому контексті важливо навести декілька конкретних прикладів таких інформаційних впливів. Так, з 2014 року росія активно веде проти України не лише збройну, а й масштабну інформаційну війну. Одним із головних завдань цієї війни стало створення викривленого уявлення про українську історію, культуру та сучасну

державність. Через російські ЗМІ просуваються наративи про «штучність української нації», «громадянську війну на Донбасі», «неонацистів у владі» тощо. Такі тези націлені на делегітимацію України на міжнародній арені та деморалізацію її населення. Також застосовуються маніпуляції культурним спадком, наприклад, російська пропаганда привласнює українських культурних діячів (як-от Гоголя, Леонтовича) або спотворює їхнє значення. Це є елементом культурної експансії, яка спрямована на знецінення української ідентичності.

В якості інструментів інформаційних війн також активно використовуються фейкові акаунти та новини. Наприклад, під час президентських виборів у США 2016 року інформаційна війна набула глобального розголосу. Встановлено, що російські структури активно використовували соціальні мережі (Facebook, Twitter, YouTube) для поширення дезінформації, яка впливала на політичні уподобання виборців. Серед методів – створення фейкових акаунтів, запуск ботів, поширення емоційно забарвлених новин, що апелювали до страхів і культурних розбіжностей американців. Ці дії сприяли розколу суспільства, підвищенню напруження між соціальними групами, зниженню довіри до інституцій – тобто мали глибокий соціокультурний ефект.

Навіть пандемія COVID-19 також стала полем для інформаційних війн. Різні держави використовували інформацію для зміцнення своїх позицій або дискредитації інших. Наприклад, поширення версій про «лабораторне походження вірусу» використовувалося в рамках геополітичного протистояння між США та Китаєм. Водночас, дезінформація щодо вакцин, фейкові поради з лікування або заперечення самого існування хвороби завдали значної шкоди світовій культурі довіри, породили антивакцинаторські рухи, страхи й нові культурні поділи в суспільстві.

Таким чином, інформаційна війна не обмежується політичними чи військовими межами – вона глибоко проникає в культурну тканину суспільства. Зміни, що виникають унаслідок таких війн, здатні впливати на колективну пам'ять, систему цінностей та навіть на моделі поведінки майбутніх поколінь. У цьому сенсі інформаційна війна – це справжня війна за сенси, уявлення, мову і пам'ять.

1.2. Історичні аспекти інформаційної війни

Розглядаючи еволюцію інформаційного протиборства у контексті історичного розвитку, доцільно виокремити чотири ключові періоди його трансформації.

Перший етап – зародження інформаційного протистояння відноситься до найдавніших часів людської цивілізації. Вирішальним поштовхом для становлення примітивних форм інформаційно-психологічного впливу стало формування систем писемності, що дозволило закріплювати агітаційні тексти на фізичних носіях (каменях, деревині, спорудах), хоча провідну роль продовжували відігравати усні механізми комунікації – публічні виступи та поширення неправдивих відомостей. У стародавньому світі інформаційно-психологічні маніпуляції були невід'ємним компонентом збройних сутичок як засіб зміцнення бойового духу власних воїнів та деморалізації супротивника. Подібні стратегії застосовувалися під час міжплемінних конфліктів пізнього первіснообщинного ладу та військових кампаній рабовласницьких держав.

Другий етап розвитку інформаційної війни припадає на середину ХІХ сторіччя, коли науково-технічний поступ, пов'язаний із застосуванням електричної енергії, докорінно змінив швидкість та методи передачі інформаційних повідомлень. Винахід фотографії, телеграфного зв'язку, радіомовлення та інших комунікаційних технологій відкрив безпрецедентні можливості для інформаційного маніпулювання масовою свідомістю.

Третій етап починається з ХХ сторіччя і характеризується розвитком інформаційного протиборства в умовах загострення геополітичної напруженості та становлення дуалістичної моделі міжнародних відносин періоду «холодної війни». На українських теренах революційні трансформації супроводжувалися широкомасштабними агітаційними кампаніями. Збройні конфлікти ХХ століття характеризувалися потужним ідеологічним підґрунтям,

що проявлялося як у офіційній риторичі державних інституцій, так і в комунікаційних гаслах пропагандистських матеріалів, особливо під час Другої світової війни. Створення та популяризація персональних обчислювальних машин започаткувало епоху технологічних утручань у комп'ютеризовані системи. Саме на цьому етапі з'являються перші ознаки інформаційно-технічного протистояння. Систематично вивчалися та застосовувалися технології інформаційно-психологічного впливу, серед яких домінувала агітаційно-пропагандистська діяльність. Цей період охоплював майже століття.

Сучасний, четвертий етап, започаткований на початку XXI століття і триває дотепер: інформаційно-технічне протиборство інституціоналізувалося як самостійний руйнівний феномен, а стратегії інформаційно-психологічного впливу в умовах тотальної цифровізації перетворилися на фундаментальну загрозу сталому розвитку сучасних політичних систем.

Стратегії маніпулювання, дезінформування та спотворення фактів як інструментарій впливу простежуються ще в античній міфологічній традиції. У давньогрецькому пантеоні існувала Апате – божество обману та фальшування, що потрапило у світ людей через легендарну скриньку Пандори. В епічних творах Гомера «Іліада» та «Одіссея» згадується резиденція греко-римської богині Феме, звідки поширювалися численні чутки «частково правдиві, частково вигадані». Класичним прикладом військової хитрості став «Троянський кінь» – символ ефективної дезінформаційної операції. Не здатні подолати оборонні укріплення Трої, греки вдалися до стратегічного обману – інсценували відступ, залишивши монументальну дерев'яну конструкцію, яку мешканці Трої помилково сприйняли як трофейний дарунок. Всередині споруди переховувалися грецькі воїни, які згодом відкрили міські брами для основних військових підрозділів. У сучасному дискурсі «троянський кінь» символізує не лише класичну військову стратагему, але й специфічний різновид шкідливого програмного забезпечення.

Інформаційно-психологічне протиборство еволюціонувало як впливовий соціальний механізм контролю як над ворожими силами, так і над внутрішнім

населенням. Історично воно використовувалося в політичних цілях для досягнення стратегічних військових переваг, а також для легітимізації владних повноважень. Показовим прикладом такої маніпуляції слугує «Бегістунський напис» – монументальний барельєф Персидської імперії VI ст. до н.е., що функціонував як своєрідний політичний рекламний щит царя Дарія I, поширюючи біографічні, історичні та релігійні відомості про монарха. Ця монументальна споруда була ключовим пропагандистським елементом, політичним самовихвалянням, що обґрунтовувало право Дарія на владу. «Головна мета Дарія I полягала в легітимізації свого прагнення посісти престол Кіра Великого, з яким він не мав кровної спорідненості» [13].

У битві при Фермопілах (480 р. до н.е.) перський правитель Ксеркс застосовував тактику психологічного залякування для підриву морального духу грецьких полісів. Однак афінський стратег Фемістокл продемонстрував вищий рівень стратегічного мислення – він направив до перського володаря свого слугу Сіцінна з «конфіденційним» фальсифікованим повідомленням про відступ еллінських сил. Довірившись дезінформації, Ксеркс перегрупував частину військ для блокування шляхів відступу. Намагаючись оточити грецький флот у вузьких протоках Саламіну, перські військові формування самі потрапили в тактичну пастку і зазнали нищівної поразки.

Історичні джерела документують численні випадки використання інформаційних маніпуляцій для особистого піару. Юлій Цезар віртуозно застосовував подібні методики у своїх мемуарних творах «Записки про галльську війну» і «Записки про громадянську війну». Ці тексти створювалися для римської аудиторії та відігравали фундаментальну роль у конструюванні позитивного іміджу полководця. Для комунікації з неосвіченими соціальними верствами – плебеями, чия підтримка була стратегічно важливою для Цезаря, він організовував публічні читання своїх творів у громадських локаціях. Завдяки цим літературним творам Цезар поставав перед пересічними громадянами героїчною постаттю, гідною найвищої державної посади – Диктатора. Саме Юлію Цезарю приписують інституціоналізацію концепції

пропаганди в сучасному трактуванні – помпезної, майстерно сконструйованої, з елементами театрального дійства. Крім того, В. Жадько наголошує: «Саме в Стародавньому Римі виникли перші періодичні видання – «Actasenatus» і «Acta diurna populі romani». Якщо змістовим ядром першого видання були переважно протоколи засідань сенату, то друге наповнювалося, серед іншого, циркулюючими в місті та за його межами чутками й плітками. Популярною стала професія «збирачів інформації», а з нею й усвідомлення того, що за допомогою певних відомостей можна як принести користь суспільству, так і завдати йому значної шкоди» [13, с. 28].

У військових кампаніях античності протиборчі сторони намагалися дестабілізувати лави супротивника. Регулярно поширювалися чутки про чисельну перевагу та надзвичайну військову майстерність ворожих формувань (цю тактику активно використовував Олександр Македонський). Для забезпечення ефекту несподіванки при нападі широко застосовувалися тактики дезінформування.

Пропагандисти давнини не володіли сучасним технологічним інструментарієм, проте ефективно використовували доступні засоби впливу. Найдієвішими інструментами слугували ораторське мистецтво, письмові комунікації, архітектурні споруди, нумізматичні артефакти, літературні твори, маніпулятивні інтерпретації подій, що трансформували суб'єктивні тлумачення на «історичні факти».

З епохи Стародавнього Риму до сучасності дійшов образ племінника Юлія Цезаря – Октавіана Августа, який використовував скульптурні зображення («Август-воєначальник», «Август-державний діяч», «Август-миротворець») для консолідації та популяризації свого іміджу на всій території імперії. Октавіан прославився організацією дезінформаційної кампанії проти Марка Антонія з метою компрометації його репутації. Ця кампанія реалізовувалася через короткі, гострі гасла (концептуальний попередник сучасних соціальних мереж), які формували образ Антонія як розпусника, алкоголіка та ворога римської державності.

У Київській Русі (IX-XIII ст.) літописці відтворювали історичний розвиток східнослов'янських племен у високохудожніх наративах – «Повісті врем'яних літ», «Повчанні Володимира Мономаха», Галицько-Волинському та інших літописах. Психологічні аспекти військової стратегії також знайшли відображення в цих історичних джерелах. У «Повісті врем'яних літ» використовується класичний пропагандистський прийом стигматизації ворога, функцію якого виконували половці: «...половці дотримуються закону предків своїх: кров проливати і вихвалитися цим. І споживають вони мертвечину і всяку нечисть, хом'яків і ховрахів. А [за дружин] беруть вони мачух своїх і ятрівок, і інші [дотримуються] звичаїв батьків своїх». Оскільки релігійно-моральні цінності відігравали визначальну роль у суспільному житті тогочасного населення, далі наводилося протиставлення: «А ми ж, християни, – скільки [є] земель, що вірують у святу трійцю, і в єдине хрещення, і в єдину віру, – закон маємо один, оскільки ми в Христа охрестилися і в Христа втілились» [34, с. 183].

У середньовічну епоху військові хитрощі систематично застосовувалися монгольськими завойовниками. Чингісхан та Батий визнаються піонерами інформаційно-психологічного протиборства свого часу. Обидва військові стратеги активно використовували тактику дезінформування, насамперед з метою психологічного залякування супротивника. Репутація монголів як безжальних варварів цілеспрямовано підсилювалася діяльністю спеціально підготовлених «агентів впливу», яких відправляли попереду основних військових формувань для попередньої психологічної обробки населення через поширення гіперболізованих розповідей про жорстокість і чисельність монгольського війська, формуючи ілюзію їхньої непереможності. У 1241 р., під час вторгнення в Угорщину та розгрому угорських сил на річці Шайо, війська Батия захопили королівську печатку. За розпорядженням монгольського хана полонені освічені угорці сформулювали від імені короля Бели IV розпорядження про припинення опору, копії якого були розіслані по всій території країни. Незважаючи на численні історичні свідчення застосування

методів інформаційно-психологічного впливу, сам термін «propaganda» з'явився лише в середньовічну епоху, походить від латинської мови і буквально перекладається як «те, що підлягає поширенню».

У 1622 р. це поняття вперше було інституціоналізоване в заснованій Папою Григорієм XV організації Congregatio de Propaganda Fide. Визначальну роль у її створенні відіграв Тома Ісуса, автор теологічних трактатів з місіонерської діяльності «Спонування до місії» та «Про турботу із спасіння всіх народів».

Початково Конгрегація пропаганди віри мала на меті навернення у католицизм населення західноєвропейських країн, організовувала місіонерські експедиції до Англії, Нідерландів та інших держав, де католицька церква зазнавала переслідувань. Пропагандистська діяльність охоплювала як методи поширення інформації, так і змістове наповнення комунікацій – християнське віровчення та католицькі догмати.

Трансформація пропаганди у політичний інструментарій відбувалася поступово. Наприкінці XVII ст. семантичне поле терміну здебільшого обмежувалося релігійним контекстом. Однак під час Французької революції це поняття набуло додаткового значення – пропагування ідеологічних доктрин та концепцій. При цьому термін «пропагандист» ще не використовувався, натомість домінувала класична термінологія – «оратор», «демагог», згодом – «ідеолог» і «доктринер». Після промислової революції 1845 р. рівень освіченості західноєвропейського суспільства стрімко підвищився, а свобода самовираження реалізовувалася через друковану продукцію. Конкуренція за інформаційний простір, як і в античних конфліктах, стала невід'ємним елементом тогочасних військово-політичних протистоянь. Отто фон Бісмарк спровокував Францію на необдумане оголошення війни Пруссії у 1870 р., лише модифікувавши формулювання однієї телеграми (перше телеграфне повідомлення у світі було надіслано 1844 р.), що увійшла в історію як "Емська депеша". Редагований Бісмарком текст повідомляв про нібито неприпустиму поведінку французького посла В. Бенедетті щодо пруського монарха. 14 липня

1870 року опублікований текст депеші викликав ефект інформаційного вибуху. Наполеон III сприйняв фальсифікований зміст як достовірну інформацію, і 19 липня розпочалася Французько-пруська війна.

На межі XIX-XX століть виникли технологічні засоби, що революціонізували проведення інформаційно-психологічних операцій, особливо пропагандистської діяльності: у 1895 р. було винайдено радіозв'язок та проведено перший публічний кіносеанс.

Драматичне XX століття з його прискореним науково-технічним розвитком стало апогеєм еволюції збройних конфліктів як суспільно-політичного феномену, хоча на початку століття ідеологічні механізми масового впливу ще не набули системного характеру – це відбулося в наступні десятиліття. Російсько-японська війна 1904-1905 рр. функціонувала як своєрідна пропагандистська репетиція з нечітким ідеологічним обґрунтуванням на кшталт «аграрної колонізації далекосхідних територій», а образ тогочасного японця асоціювався в масовій свідомості Російської імперії з концептами «дикун», «варвар», «язичник», «жовтолиций» і навіть «макака». Попри численні воєнні конфлікти в історії російської імперії, до складу якої входили українські землі, саме світові війни новітньої доби характеризувалися безпрецедентною жорстокістю та кровопролиттям.

Перша світова війна відзначалася надзвичайно жорсткою цензурою в засобах масової інформації. Забезпечення конфіденційності військових операцій та контроль над громадською думкою стали пріоритетними елементами політики воюючих держав. Преса трансформувалася в інструмент пропагандистського впливу, що підтримував морально-психологічну впевненість у перемозі через публікації про технічну недосконалість озброєння та низьку боєздатність противника.

На початковому етапі Першої світової війни карикатура перетворилася на потужний засіб полемічного дискурсу та пропагандистського впливу проти ворога. Згодом інструментарій пропаганди розширився за рахунок фотографії, яка разом із листівками стала основним каналом поширення агітаційних

матеріалів. Військова проблематика залишалася центральною у політичній пресі 1917 року. Пропагандистські матеріали фокусувалися на низькій боєздатності противника. Так, за підсумками 1916 р. стверджувалося, що «державам німецької коаліції не вдалося здобути жодної стратегічної перемоги», натомість «на фронті нашого театру військових дій пам'ятна блискуча перемога наших південно-західних армій, що зламали залізну оборону противника» [20, с. 2].

Під час більшовицько-української війни пропагандистські методики застосовувалися всіма учасниками конфлікту. Одним із символів національно-визвольної боротьби України став Симон Петлюра – Головний отаман військових сил УНР і один із найпослідовніших опонентів більшовицького режиму. Для його морального та фізичного знищення було запущено комплексний пропагандистський механізм: видавалися, популяризувалися, перевидавалися та перекладалися різними мовами публікації, в яких петлюрівці зображувалися злочинцями, мародерами та антисемітами. У радянському дебютному романі М. Островського «Як гартувалася сталь» описуються події громадянської війни, ідеалізовані моральні якості радянської молоді та погроми єврейського населення петлюрівцями. Саме вбивство С. Петлюри також інтерпретувалося як відплата за єврейські погроми. В умовах зростання інформованості й посилення боротьби з буржуазною та ревізіоністською ідеологіями виникла необхідність у підвищенні ефективності ідеологічної роботи. Формування пропагандистської інфраструктури починалося з контролю над засобами масової інформації (преса, книговидання), де обмеженням імперського періоду протиставлялася декларована свобода: «Майорять червоні знамена, чується пісня свободи. Усе злилося в одне радісно-хвилююче море – робочі і студенти, обивателі, офіцери і солдати, солдати без кінця».

У 1933 р. в Німеччині створено Імперське міністерство народного просвітництва та пропаганди Третього Рейху, яке очолив гауляйтер Берліна Й. Геббельс, чиє ім'я стало синонімом пропагандистської діяльності як ключового методу інформаційно-психологічного протиборства. Тим часом у СРСР досягав

максимальної інтенсивності Голодомор, а пропагандистська преса публікувала матеріали про «завдання колгоспної торгівлі»: «Через вільний продаж хліба кооперації укріплюй колгоспи!» – та про події у нацистській Німеччині. Радянська пропаганда не відображала реального стану суспільно-політичних процесів, а функціонувала як механізм формування вигідних владній еліті стереотипів.

Нацистська пропаганда під керівництвом Й. Геббельса включала політичні мітинги та масові зібрання, покликані сформуванню у німецькому суспільстві переконання, що Гітлер – надлюдина, здатна відродити Німеччину. Ці ідеологічні конструкції підкріплювалися патріотичними гаслами на кшталт: «Ми – свідки найвеличнішого дива в історії! Геній створить новий світ!». Нацистська риторика формувала у колективній свідомості німецького народу образ фюрера як людини, позбавленої слабкостей, якій належить наслідувати. Крім того, за спостереженням А. Жадька, у гітлерівській Німеччині «надзвичайна увага приділялася ритуалам і символіці, які можна інтерпретувати як засоби психологічного тиску, нав'ювання, маніпулювання» [13, с. 87]. Символічний арсенал нацистської Німеччини був надзвичайно розгалуженим, окремі його елементи використовуються екстремістськими угрупованнями й сьогодні [31].

Й. Геббельс усвідомлював потенціал кінематографа як інструменту ідеологічного впливу. Спочатку нацистські фільми прославляли німецький національний характер, мистецькі традиції та історичні досягнення, апелюючи до емоційної сфери глядачів. Однак потреби воєнного часу зумовили радикальну трансформацію ідеологічного впливу, і в Німеччині з'явилися відверто антисемітські кінострічки «Єврей Зюсс», «Ротшильди». Періодичні видання, радіомовлення, літературні твори, музичні композиції, кінематограф, театральне мистецтво, образотворче мистецтво – під керівництвом Геббельса функціонували тисячі професійних пропагандистів. Активно використовувалася стратегія демонізації ворога – євреїв. Нацистська пропаганда культивувала ненависть та провокувала агресію проти єврейського

населення, яке звинувачувалося в расовому оскверненні, моральній деградації, руйнуванні національних традицій та підриві могутності Німеччини: «Євреї – наше нещастя», «Не купуй у єврея – не зраджуй націю», «Будь пильним. Ворог підслуховує. Пам'ятай, твоїм сусідом може виявитися єврей». Наслідком цієї пропагандистської кампанії став Голокост – систематичне винищення єврейського населення. Парадоксально, що більшість німецьких громадян вірила офіційній версії про депортацію євреїв за межі Німеччини, тоді як насправді їх очікували гетто, масові страти та концентраційні табори.

Паралельно в Радянському Союзі досягали максимальної інтенсивності сталінські репресії (1937–1938 рр.). Жертвами «Великого терору» ставали представники інтелектуальної еліти – науковці, інженери, літератори – «вороги народу» в офіційній інтерпретації радянської влади. Репресованих або страчували, або відправляли до системи трудових таборів ГУТАБ (ГУЛАГ). Пропагандистська система, що становила ідеологічний фундамент сталінізму, не залишала простору для альтернативних поглядів (якщо не враховувати неформальні комунікації у чергах за дефіцитними товарами, приватне листування та одиничні агітаційні листівки із закликами до повстання) або можливості реального опору, оскільки щодня громадяни отримували контрольований інформаційний потік про переваги радянської моделі розвитку (поширеним було гасло «жити стало краще, жити стало веселіше») та соціально-економічні кризи капіталістичної системи через радіомовлення і телебачення (зазначимо, що 1 жовтня 1931 року в СРСР розпочалося систематичне телевізійне мовлення). Все це відбувалося в умовах жорсткої цензури «табуєваних тем» (наприклад, про дефіцит продовольства).

Соціально-політична атмосфера сталінської доби характеризувалася ідеологічною заангажованістю ЗМІ та системними фальсифікаціями. Інформаційне протистояння періоду Другої світової війни активно використовувало технологічні інновації ХХ століття: радіомовлення, кінематограф, масовий друк. Радянський військовий плакат трансформувався у наймасовіший жанр графічного мистецтва того періоду. Під час Великої

Вітчизняної війни широкого визнання набули сатиричні твори Кукриніксів – творчого колективу радянських художників-графіків. Їхні агітаційні плакати супроводжували весь воєнний період із характерними гаслами: «Нещадно розгромимо і знищимо ворога».

Радянська пропагандистська система фокусувалася на патріотичних почуттях, солідарності з власним народом і ненависті до загарбників. Якщо довоєнний період відзначався риторикою світової революції та визволення «пригноблених народів», то з початком нацистської агресії ідеологічні акценти змістилися на національно-патріотичні гасла. На завершальному етапі війни з'явилися нові наративні конструкції щодо її цілей – не лише звільнення власної території, але й місія визволення інших народів: «Звільнені радянські люди! Ви подолали гніт фашистської неволі! Повертайтеся якнайшвидше на Батьківщину» (агітаційний плакат 1944 р.). Саме така інтерпретація домінувала в офіційній пропаганді та масовій свідомості. Натомість Т. Джадт пропонує альтернативний аналіз: «Післявоєнні десятиліття були справді менш кривавими порівняно з попереднім періодом, проте лише завдяки присутності радянських військових формувань: це був мир тюремного подвір'я під прицілом танкової гармати... За винятком Німеччини та периферійних регіонів Радянського Союзу, кожна континентальна європейська держава, залучена до Другої світової війни, щонайменше двічі пережила окупацію: спочатку ворожими силами, а згодом – військами-визволителями» [11, с. 54]. В офіційних пропагандистських матеріалах усі стратегічні перемоги приписувалися особистим якостям Й. Сталіна.

У період «холодної війни» інформаційно-психологічні операції в СРСР координувалися спеціалізованою структурою – Інформаційним бюро комуністичних та робітничих партій, заснованим 27 вересня 1947 року. Для впливу на закордонну аудиторію активно використовувалося міжнародне радіомовлення. В Радянському Союзі функціонувала розгалужена мережа «агентів впливу», діяльність яких у засобах масової інформації, наукових інституціях та зарубіжних спеціальних службах спрямовувалася на проведення

дезінформаційних кампаній і популяризацію радянської ідеології. Сполучені Штати відновили раніше демонтований механізм психологічних операцій. Паралельно з офіційними структурами та класичними інструментами інформаційно-психологічного впливу (радіомовлення, друкована агітація, масмедіа, «Голос Америки»), США впроваджували стратегію «м'якої сили» через культурну експансію – голлівудські кінострічки, «Coca-Cola» та американську модель життя.

В Радянському Союзі інформаційно-психологічне протиборство відіграло фундаментальну роль у геополітичному протистоянні «холодної війни», оскільки воно становило не лише змагання військових потенціалів, але й конфронтацію ідеологічних систем, де символічні конструкції, наративи, дезінформаційні кампанії та пропагандистські матеріали функціонували як стратегічний ресурс. Інтенсивно розвивалися медійні інституції – ключові транслятори радянської ідеології: «Радіо Москви», «Радіо миру і прогресу» та інші. В Сполучених Штатах функціонували «Голос Америки», «Вільна Європа» тощо.

Інформаційно-психологічне протистояння кінця 1970-х – початку 1980-х років у СРСР балансувало між риторикою миру та загрозою глобального конфлікту, генеруючи атмосферу тривожності – передусім щодо потенційної ядерної катастрофи. У цій концептуальній системі координат США позиціонувалися як агресивний ініціатор військової ескалації, а СРСР – як принциповий захисник міжнародної стабільності. Радянські періодичні видання рясніли характерними заголовками: «НАТО – філія Пентагону», де Північноатлантичний альянс інтерпретувався як «деструктивне об'єднання, діяльність якого характеризується систематичним загостренням міжнародної напруженості, неконтрольованою гонкою озброєнь, відвертим втручанням у внутрішньополітичні процеси не лише держав-членів НАТО, але й країн, розташованих за межами європейського континенту».

В сучасному суспільно-політичному дискурсі інформаційне протиборство часто концептуалізується як новітній виклик безпеці, проте актуальні практики

XXI століття – систематична пропаганда, дезінформаційні кампанії, спрямовані на когнітивну дезорієнтацію, маніпулювання громадською думкою та формування атмосфери страху – не є продуктом сучасної доби, а являють собою закономірний результат тривалої історичної еволюції. Різноманітні форми інформаційного впливу, часом надзвичайно витончені, що трансформувалися від архаїчних візуальних репрезентацій, текстових матеріалів та усних наративів до сучасних цифрових технологій, мають глибоке історичне коріння.

Узагальнюючи історичний розвиток інформаційного протиборства з урахуванням досягнень вітчизняної наукової думки, доцільно концептуалізувати його еволюцію в контексті чотирьох фундаментальних етапів.

Перший етап започатковується в архаїчну добу людської цивілізації. Вирішальним фактором у становленні примітивних форм інформаційно-психологічного протиборства стало виникнення систем писемності. Цей найтриваліший період охоплює також середньовічну епоху, коли винахід книгодрукування революціонізував механізми розповсюдження інформації через періодичні видання та агітаційні матеріали, і продовжується до епохи Просвітництва.

Другий етап датується серединою XIX століття, коли технологічний прогрес, пов'язаний з освоєнням електричної енергії, кардинально трансформував способи та швидкість передачі інформаційних повідомлень (фотографія, телеграф, радіозв'язок тощо).

Третій етап розпочинається на початку XX століття, характеризується ескалацією міжнародних конфліктів та формуванням біполярної системи міжнародних відносин періоду «холодної війни». Військові конфлікти XX століття супроводжувалися потужною ідеологічною артикуляцією, що проявлялася як в офіційній риториці державних інституцій, так і в пропагандистських матеріалах, особливо під час Другої світової війни. Винахід та поширення комп'ютерних технологій започаткували еру інформаційно-

технічного протиборства. На цьому етапі відбувається інституціоналізація механізмів інформаційно-психологічного впливу, серед яких домінувала систематична пропагандистська діяльність. Цей період охоплював майже століття.

Четвертий етап бере початок із XXI століття і триває дотепер: кібернетичне протистояння інституціоналізувалося як самостійний деструктивний феномен, а технології інформаційно-психологічного впливу в умовах цифрової трансформації суспільства перетворилися на системну загрозу стабільності сучасних політичних систем.

Висновки до першого розділу

Інформаційна війна як соціокультурний феномен має глибоке історичне коріння, хоча сам термін сформувався відносно нещодавно. Становлення поняття «інформаційна війна» відбулося в середині 1970-х років, коли інформацію було визначено як найвразливіший елемент у сфері оборони. Офіційне визнання термін отримав у 1992 році в директиві міністра оборони США, а згодом був інституціоналізований в «Об'єднаній доктрині інформаційних операцій».

Аналіз численних наукових підходів до розуміння інформаційної війни демонструє багатогранність цього явища. Комплексний підхід найбільш обґрунтовано охоплює ключові аспекти інформаційного протиборства, розглядаючи його як складну, цілеспрямовану дію, що впливає на свідомість людей та інформаційні системи з метою досягнення стратегічних переваг.

Історична еволюція інформаційного протиборства охоплює чотири основні етапи: зародження в архаїчну добу з появою систем писемності; кардинальна трансформація в середині XIX століття з розвитком телеграфу, фотографії та інших засобів комунікації; інституціоналізація в XX столітті під час геополітичного протистояння «холодної війни»; і нарешті сучасний етап,

що розпочався на початку XXI століття, коли інформаційно-технічне протиборство перетворилося на самостійний деструктивний феномен.

Інформаційна війна тісно пов'язана з політичними процесами, виступаючи невід'ємною частиною політичної боротьби та інструментом досягнення геополітичних цілей. У контексті гібридних конфліктів інформаційне протистояння набуває особливого значення, впливаючи на свідомість, поведінку та ціннісні орієнтації суспільства.

Соціокультурний вимір інформаційної війни полягає в її здатності трансформувати колективну пам'ять, руйнувати або формувати національну ідентичність, змінювати систему цінностей і соціальних норм. Історичні приклади демонструють, як маніпуляції історичним нарративом, культурною спадщиною та символічними конструкціями стають потужною зброєю в інформаційному протистоянні.

Особливу роль у сучасних інформаційних війнах відіграють цифрові технології, які кардинально розширили можливості впливу на масову свідомість через соціальні мережі, фейкові новини та дезінформацію. Це зумовлює необхідність розробки ефективних механізмів протидії інформаційним загрозам, зокрема розвитку критичного мислення як захисного інструменту та формування комплексної стратегії інформаційної безпеки держави.

Отже, інформаційна війна постає як складне, багатовимірне явище, що еволюціонувало від примітивних форм психологічного впливу до потужного інструменту геополітичного протистояння, здатного трансформувати суспільну свідомість та визначати перебіг міжнародних конфліктів у цифрову епоху.

РОЗДІЛ 2. ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ

2.1. Інформаційна війна як соціокультурний конструкт

У контексті сучасної інформаційної епохи інформація виступає ключовим ресурсом, що суттєво впливає на функціонування економічної системи, соціокультурні процеси, політичне життя. Особливої потужності інформаційні впливи набувають під час збройних конфліктів. Розповсюдження інформації має дуалістичний характер: з одного боку – це позитивний розвиток комунікацій, з іншого – небезпека маніпулятивних впливів та поширення дезінформації, що створює викривлену основу для подальшого суспільного розвитку.

У сучасному суспільстві стало звичним явищем уникнення правди й тенденція до викривлення фактів. Цей феномен призвів до формування особливого стану «постправди» – своєрідної адаптованої версії реальності, яка теоретично мала б зменшувати соціальну напругу. Проблема полягає в тому, що коли відверта неправда отримує статус «альтернативної інтерпретації», коли брехня маскується під «селективну інформацію», розмивається фундамент соціальних цінностей та прагнень. Відтак, суспільство опиняється у просторі постправди, де все складніше відрізнити факти від вигадки й не стати об'єктом маніпуляцій [21, с. 108].

Концепція постправди була розроблена та впроваджена американськими дослідниками Стівом Тесічем та Ральфом Кізом. Засоби масової інформації в умовах війни стають активними учасниками формування інформаційного середовища. Рівень їхнього впливу визначається багатьма чинниками: характером та чисельністю аудиторії; авторитетністю конкретного медіа у суспільно-політичному просторі; ступенем довіри як українських, так і міжнародних аудиторій, зокрема лідерів громадської думки та представників державного і військового керівництва [46, с. 89].

Росія активно використовує різноманітні інструменти для створення власної версії реальності через політичні заяви, теленовини, ток-шоу, поширюючи їх не лише на території України та Європи, але й всередині своєї країни. Як зазначав заступник міністра інформаційної політики України Дмитро Золотухін, термін «постправа» – це та ж сама неправда, але масштабована за допомогою сучасних технологій.

Постправа функціонує як інструмент маніпулювання громадською думкою та свідомістю. Саме через призму маніпулятивних технологій необхідно аналізувати сучасну епоху постправи. Російські медіа становлять серйозну загрозу інформаційній безпеці України через: поширення недостовірної або цілком неправдивої інформації; маніпулювання громадською думкою (що особливо небезпечно під час військових дій); формування негативного іміджу державних інституцій; розпалювання недовіри до влади; інструменталізацію російської пропаганди; розповсюдження матеріалів, що провокують міжетнічну/міжконфесійну ворожнечу, порушують конституційний лад, загрожують безпеці держави, суспільства чи окремих осіб. Фактично, такі дії створюють екзистенційну загрозу для державності.

Інформаційна війна оперує комплексом взаємопов'язаних понять: фейки, меседжі та наративи. Найменшою змістовою одиницею виступають фейки – їх продукують масово і регулярно. Більш структурованими є меседжі – цільові, чіткі повідомлення. Специфіка меседжів полягає в тому, що вони можуть містити як правдиву, так і маніпулятивну або цілком неправдиву інформацію. У цьому полягає їхня небезпека – якщо фейк зазвичай має однозначно неправдивий характер, то меседж складніше ідентифікувати. Меседж формується з фейків, напівправд та маніпуляцій. Кількість меседжів суттєво менша, ніж фейків, оскільки їх формування та просування потребує значних ресурсів. Сукупність меседжів формує наратив – цілісну оповідь, що пропонує певне пояснення реальності. Мета наративів – сформувати специфічний світогляд у цільовій аудиторії. Наратив має стратегічне значення, оскільки на відміну від меседжів, які можна модифікувати, наратив представляє сталу

світоглядну конструкцію. Показовим прикладом російського наративу щодо України є твердження про неспроможність української державності. Меседжі, що наповнюють цей наратив, стосуються різних аспектів: історії, культури, економіки тощо. Відтак, наратив живиться меседжами, які, своєю чергою, наповнюються фейками, маніпуляціями та спекуляціями [15]. Ці компоненти формують своєрідну ієрархічну структуру інформаційної війни.

Повідомлення, трансльовані засобами масової інформації, суттєво впливають на формування громадської думки. Хоча неможливо повністю змінити погляди людини виключно через медіа-контент, можна скоригувати вектор сприйняття реципієнта через селективний підбір інформації та способи її подачі. Сучасний інформаційний простір перенасичений фейками. Однією з причин цього є поверхневе споживання інформації – більшість користувачів не читає далі заголовка, а фейкові матеріали часто мають сенсаційні назви [22]. Чому «постправа» стало іменником року, або Як соцмережі знищують дискурс). Такі повідомлення здійснюють масовий вплив на суспільство. Особливо небезпечною є ситуація цілеспрямованого поширення фейків, коли вони формують громадську думку, яка від початку базується на хибних засадах і є результатом маніпулятивного впливу [26, с. 114].

Фейки тісно взаємодіють з емоційною сферою, причому емоції все частіше сприймаються як обґрунтовані точки зору. Це має руйнівні наслідки, оскільки телебачення трансформує новини в дезінформаційний продукт. Ніл Постман у своїй праці «Розважаємо себе до смерті: публічний дискурс в еру шоу-бізнесу» (1985) зазначає: «Дезінформація не означає фальшиву інформацію. Вона означає оманливу інформацію – неважливу, фрагментовану, поверхневу. Інформацію, яка створює ілюзію того, що ви щось знаєте. Хоча насправді ви знаєте ще менше» [22]. Чому «постправа» стало іменником року). Дослідник вже тоді помітив, як телебачення перетворює аргументовані погляди людей на короткотривалі емоційні реакції [68, с. 83–142].

Апеляція до емоцій є класичним прийомом нейролінгвістичного програмування, спрямованим на блокування здатності до раціонального аналізу

та критичного осмислення подій. Водночас, використання емоційного фактору відкриває доступ до підсвідомості, дозволяючи наповнювати її бажаними установками, страхами чи поведінковими моделями. За класифікацією фейки поділяються на сім категорій: 1) сатира/пародія – не має на меті завдати шкоди, але потенційно може ввести в оману; 2) хибний зв'язок – проявляється у заголовках та ілюстраціях, що не відповідають змісту матеріалу; 3) маніпулятивний контент – неправильне використання інформації для формування упередженого ставлення до події чи особи; 4) неправильний контекст – представлення достовірної інформації у викривленому контексті; 5) неавторизований контент – інформація без зазначення достовірних джерел; 6) маніпулятивне подання – використання правдивої інформації/візуалізації з метою введення в оману; 7) повністю сфабрикований контент – створений для введення в оману або завдання шкоди [70].

Характерним прикладом фейків є стаття путіна «Про історичну єдність росіян та українців», опублікована в липні 2021 року на офіційному сайті Кремля. Аналізуючи її зміст, можна виокремити декілька тематичних блоків фейків: історія, економіка, державне управління, Крим і Донбас. Особливо багато уваги приділено історичному розвитку України, проте ці твердження викликають суттєві сумніви щодо їхньої достовірності. Насправді, історичні дані демонструють протилежну картину: українська культура протягом ХІХ століття розвивалася в надзвичайно несприятливих умовах через остаточну втрату ознак автономії, які ще зберігалися у ХVІІІ столітті. Натомість посилювалася асиміляційна політика імперій, що проявлялося в систематичному тиску на українську культуру. Відтак, стаття путіна демонструє механізм формування та поширення фейків російським керівництвом. Важливо зазначити, що продукування фейків московією є безперервним процесом, що постійно посилює інформаційну конфронтацію з Україною.

Західні санкції, запроваджені через російську агресію проти України, відчутно впливають на економіку країни-агресора, але незважаючи на це, російське керівництво активно поширює фейки про нібито стабільну

економічну ситуацію. Згідно з повідомленням Державного департаменту США, російський режим неспроможний подолати наслідки санкцій, і ситуація лише погіршується. Американське дипломатичне відомство проаналізувало основні фейки російської пропаганди щодо санкцій та спростувало їх фактами.

Фейк 1: російська економіка достатньо потужна, щоб уникнути суттєвого впливу санкцій ЄС та США. Реальність: міжнародні санкції мають значний вплив на економіку РФ. Це визнала навіть голова Центробанку росії Ельвіра Набіулліна, зазначивши, що економічна активність знижується, а припинення довготривалих економічних відносин матиме негативні наслідки. Росія не має можливості самостійно виробляти аналоги продукції, яку раніше імпортувала. Для вирішення цієї проблеми путін навіть спробував легалізувати привласнення інтелектуальної власності з «недружніх країн» [20].

Фейк 2: міжнародні санкції неефективні, оскільки росія може переорієнтуватися на торгівлю з країнами, які ще не запровадили санкції. Факти: росія докладє значних зусиль для пошуку нових постачальників і споживачів російських товарів. Після повномасштабного вторгнення в Україну російський імпорт знизився на 50%. Кремль намагається знайти альтернативні джерела для критично важливих товарів, які не може виробляти самостійно. Це особливо помітно на полі бою, де російські військові використовують мікросхеми з побутової техніки (холодильників, пральних машин) у військовому обладнанні.

Фейк 3: російський уряд здатен захистити економіку від наслідків санкцій, тому пересічні громадяни не відчують економічної кризи. Реальність: звичайні росіяни вже відчують наслідки війни в повсякденному житті. Влада не може забезпечити такий самий рівень життя, який був до повномасштабного вторгнення. З початку 2022 року росію залишили понад тисяча міжнародних компаній у різних галузях, внаслідок чого громадяни втратили доступ до звичних товарів і послуг. За даними Bloomberg, війна проти України відкинула російську економіку на чотири роки назад, спричинивши

один з найтриваліших спадів в історії країни. ВВП Росії в річному обчисленні скоротився на 4,7% згідно з середнім прогнозом дванадцяти аналітиків [20].

Громадська організація VoxCheck, яка систематично перевіряє висловлювання ключових політиків в Україні, здійснила перевірку фейків, поширюваних росією. Розглянемо деякі з них:

Фейк 1: Проросійські телеграм-канали стверджують про катастрофічну ситуацію з ліками в Україні через нібито передачу значної частини препаратів на потреби армії.

Фейк 2: Україні загрожує голод, оскільки Велика Британія та Туреччина планують скупити все українське зерно.

Фейк 3: Українці масово переїжджають на захід країни, рятуючись від обстрілів ЗСУ. Характерною тактикою російської пропаганди є приписування власних злочинів українській армії. Подібні наративи поширювалися ще до початку повномасштабного вторгнення, одночасно з провокаціями на сході України.

Фейк 4: У соціальних мережах поширюють інформацію про нібито вичерпання запасів продовольства в Миколаєві та продаж гуманітарної допомоги.

Фейк 5: Російські медіа масово повідомляють про нібито захоплення українськими військовими лікарень та інших цивільних об'єктів, що фактично є сигналом про майбутні обстріли цих об'єктів.

Фейк 6: Російські ЗМІ поширюють дезінформацію про нібито проведення корпораціями Pfizer та Moderna воєнно-біологічних дослідів над громадянами України під егідою США, мотивуючи це скороченням витрат на тестування медичних препаратів.

Отже, фейки є ключовим компонентом російської інформаційної війни, спрямованої на підрив довіри громадян України до Збройних Сил та керівництва держави.

Ще одним інструментом інформаційної війни є меседж. Розглянемо найпоширеніші пропагандистські повідомлення, які активно транслуються російськими медіа:

Меседж №1: Розкол України через мовне питання. Пропагандисти цілеспрямовано шукають і поширюють інформацію, що підтверджує це твердження. Наприклад, російські ЗМІ активно висвітлювали сутички в Харкові між прихильниками партії "ОПЗЖ", які виступали за збільшення кількості російськомовних навчальних закладів, та проукраїнськими активістами (представниками Національного корпусу, Національних дружин, Союзу ветеранів АТО). Заголовки таких новин чітко відображають наратив про розкол в Україні: «В Харькове на митинге против норм закона о госязыке произошли стычки». Для посилення ефекту додаються маніпулятивні тези про нібито повсякденність таких конфліктів: «На Украине регулярно происходят бытовые конфликты из-за языка. Так, писательница Лариса Ницой устроила скандал из-за проводницы, говорившей по-русски, а экс-депутат Ирина Фарион призывала к насилию в отношении русскоязычных украинцев» [7]. Особливо підкреслюється інформація про нібито дискримінацію російськомовного населення. Наприклад, представник росії при ОБСЄ Олександр Лукашевич заявляв про «подвійну дискримінацію російської мови в Україні».

Меседж №2: В Україні домінує націоналістична меншість, яка перешкоджає нормалізації відносин з росією. Одним з основних меседжів російської пропаганди є теза про поширення «радикального націоналізму» в Україні. Раніше його пов'язували з президентством Петра Порошенка. Росія сподівалася на зміну курсу після перемоги Володимира Зеленського, проте згодом з'явилися повідомлення про те, що новий президент продовжує «націоналістичну політику». Як повідомляє РІА: «Зеленский все больше погружается в идеи украинского национализма – Нарышкин». Заступниця голови Держдуми з міжнародних питань Наталя Поклонська висловила думку, що український лідер нібито хоче врегулювати конфлікт на Донбасі та покарати «нахабного» Порошенка, а також розігнати «орди» націоналістів. Вона

припустила, що йому «просто не дають» вирішити ці завдання. Пропагандистську риторичку про націоналізм в Україні підкріплюють повідомлення про декомунізацію: «На Украине завели уголовное дело из-за советской символики в ресторане», з додаванням інформації про нібито незаконне знесення пам'ятників «націоналістичними організаціями».

Меседж №3: Україна – несаможітня держава, якою керує Захід. Наратив про відсутність суверенітету України російські медіа почали активно просувати з 2014 року, але ці меседжі періодично з'являються в інформаційному просторі й досі: «Украиной управляют извне, заявил РИА Новости первый зампред комитета Госдумы по делам СНГ Виктор Водолацкий», «Руководство Украины не управляет процессами, Украиной сегодня управляют извне...». Російські ЗМІ цілеспрямовано формують у своїй аудиторії образ України як другорядної держави: «Украина никак не может осознать и смириться с тем, что ее место не рядом с глобальными и региональными державами, ведущими самостоятельную игру (и умеющими это делать), а в группе третьестепенных по значимости восточноевропейских государств, чья задача в ожидании команд из Вашингтона или Брюсселя: а) сидеть ровно и б) тихо» [7]. Цікаво, що з цих меседжів незрозуміло, хто саме «керує» Україною – США чи Європейський Союз. Будь-які повідомлення, що принижують статус України як держави, активно поширюються російськими медіа.

Важливим інструментом сучасної інформаційної війни є наративи. На відміну від візуальних і звукових символів, вербальні конструкції знайомою мовою у звичайних комунікативних ситуаціях сприймаються переважно на рівні змісту й ідей. Подвійна матеріально-ідеальна природа знака залишається поза увагою, що створює ілюзію безпосереднього доступу до ментальних сутностей (змісту, думок, концептів, перцепцій тощо) [30]. Насправді прямого, неопосередкованого матеріальними знаками доступу до смислу не існує, тому шлях до розуміння когнітивних аспектів гібридної війни проходить через аналіз символів, слів і наративів, що її репрезентують.

У сучасному інформаційному середовищі наративи функціонують як структури, що організовують вербальну інформацію. Показовим прикладом є структура російського наративу про Грузію та Україну, побудована на ролях Рятівника, Жертви та Ворога: Україна чи Грузія представлені як Ворог, населення цих країн – як Жертва, а росія позиціонується як Рятівник [60]. Наратив допомагає структурувати хаотичну інформацію, відкидаючи другорядні деталі та концентруючись на ключових елементах. Всі «кольорові революції» змінюють офіційний наратив влади на альтернативний. Як зазначає британський історик Стречен, Друга світова війна базувалася на чіткому наративі перемоги добра над злом, тоді як під час Першої світової війни такого єдиного наративу не існувало.

Російський наратив як специфічна інтерпретація подій активно просувається Росією як на власній території, так і за кордоном для впливу на масову свідомість цільових аудиторій. Наратив також є основою «м'якої сили», оскільки відображає те, як країна прагне представляти себе у світі [37]. Важливим елементом російських наративів є конструювання образу ворога – незалежно від того, чи йдеться про Другу світову війну, чи про російську агресію проти України 2022 року. Відмінність полягає лише в рівні розповсюдження та популяризації наративу. Яскравим прикладом є агресивний наратив-погроза: «Діди воювали. Можемо повторити». Важливо зазначити, що росія не була єдиним або головним переможцем нацизму та визволителем Європи. Одну з найвищих цін за перемогу над нацизмом заплатила саме Україна, поряд із Польщею та Білоруссю. Близько 20% особового складу Червоної Армії становили українці. Міжнародним визнанням внеску українців у перемогу над нацизмом стало надання УРСР членства в ООН.

Підсумовуючи, інформаційна війна оперує комплексом взаємопов'язаних понять: фейки, меседжі та наративи. Найменшою змістовою одиницею виступають фейки, які продукуються масово й регулярно. Більш структурованими є меседжі – цільові інформаційні повідомлення. Меседж формується з фейків, тобто росія використовує фейки, напівправди та

маніпуляції для створення та наповнення меседжів. Кількість меседжів значно менша, ніж фейків, оскільки їх формування та просування потребує значних ресурсів. Сукупність меседжів утворює наратив – цілісну оповідь, що пропонує певне пояснення реальності. Мета наративів – сформувати специфічний світогляд. Стратегічне значення має саме наратив, оскільки меседжі можна модифікувати, а наратив представляє сталу світоглядну конструкцію. Найпоширенішими наративами, які кремль спрямовує проти України в рамках інформаційної агресії, є такі: в Україні складні умови життя; санкції проти росії неефективні; Україна відмовляється від Донбасу; «Крим наш»; Україна підтримує тероризм; в Україні домінують радикали; в Україні відбувається громадянська війна тощо.

2.2. Особливості маніпулювання суспільною свідомістю в умовах інформаційно-гібридного протистояння

У світлі сучасних геополітичних перетворень досягнення стратегічної переваги в гібридному протистоянні нерозривно пов'язане зі здатністю конструювати альтернативну реальність у свідомості супротивника. Формування викривленої картини світу, що ґрунтується на помилкових причинно-наслідкових зв'язках, призводить до міфологізації суспільної свідомості, що значно підвищує ефективність маніпулятивних стратегій. Трансформуючи світосприйняття населення країни-мішені, агресор досягає максимального результату з мінімальними матеріальними витратами, провокуючи психологічні та поведінкові реакції громадян і політичного керівництва, послаблюючи обороноздатність держави та готуючи підґрунтя для подальших мілітаризованих дій.

Експерти у сфері інформаційної безпеки підкреслюють, що маніпулятивні технології характеризуються імпліцитністю, ілюзорністю, непомітністю механізмів впливу та прямим психологічним тиском на свідомість задля формування вигідних переконань. Маніпуляції впливають на різних рівнях

суспільної свідомості: від посилення існуючих установок до кардинальної реструктуризації світоглядної парадигми через введення драматичних, емоційно забарвлених наративів.

При аналізі феномену інформаційного впливу доцільно розглядати технології маніпулювання суспільною свідомістю як стратегічний інструментарій реалізації завдань гібридної війни. Ключовими векторами маніпулятивного впливу виступають:

- деконструкція духовно-культурного простору та історичної спадщини суспільства;
- дестабілізація громадської думки та політичних орієнтацій населення;
- розбалансування політичного спектру через провокування конфліктів між партіями та рухами;
- ескалація соціальних, етнонаціональних і конфесійних суперечностей;
- стимулювання репресивних заходів влади щодо опозиційних сил;
- дисфункціоналізація системи інформаційного забезпечення органів управління;
- дискредитація державних інституцій та підрив довіри населення;
- каталізація протестних рухів і громадянської непокори;
- руйнування міжнародної репутації держави та міждержавних зв'язків;
- підтримка дестабілізуючих політичних угруповань;
- спростування історичної та культурної самобутності нації;
- трансформація ціннісних орієнтирів суспільства;
- мінімізація значущості досягнень у науково-технічній сфері при гіперболізації недоліків;
- деморалізація населення та зниження волі до спротиву;
- пропагування власної соціально-культурної моделі як прогресивної та універсальної;

- послаблення морально-психологічного стану громадян [23, с. 125].

В епоху цифрової трансформації суспільства маніпулятивні технології набули принципово нових якостей. Суб'єкти гібридного протистояння активно адаптують досягнення інформаційно-комунікаційної революції для деструктивного впливу на колективну свідомість як країн-мішеней, так і власного населення.

Аналізуючи природу маніпулятивного впливу, дослідники акцентують увагу на тому, що маніпуляція являє собою латентну форму насильства, ефективність якої безпосередньо залежить від «добровільної згоди» об'єкта впливу, його психоемоційної та когнітивної готовності до сприйняття дезінформації. Відповідно, успішність маніпулятивних стратегій під час гібридної конфронтації суттєво знижується за наявності у громадян розвиненого інформаційно-когнітивного імунітету.

Автори монографії «Е-боротьба в інформаційних війнах та інформаційне право» визначають маніпулювання свідомістю як «складову інформаційних війн та елемент технології влади, спрямованої на програмування думок і уявлень людей, їх настроїв і психічного стану для забезпечення поведінки, необхідної маніпуляторам» [12]. Дослідники підкреслюють, що жертвою маніпуляції людина стає лише тоді, коли виступає як її співавтор, співучасник.

У контексті гібридного протистояння застосовується диференційований арсенал маніпулятивних технологій, адаптованих для різних демографічних, соціокультурних, етнонаціональних і релігійних сегментів суспільства. Інтеграція маніпулятивних стратегій з економічними, військовими та політичними інструментами посилює їхній вплив на суспільну свідомість і ускладнює протидію. Особливо ефективною виявляється технологія створення реальних або фіктивних проблем з подальшою пропозицією їх вирішення у вигідному для маніпулятора форматі.

О. Гойман влучно зауважує: «Користуючись тим, що у критичні моменти людського життя раціональні сили, які перешкоджають виходу на поверхню старих міфологічних концепцій, виявляються ослабленими, впроваджується

стрімке «чарівне» рішення для розв'язання складних проблем. Таким «чарівним» рішенням і виявляється соціально-політичний міф, штучно сконструйований та цілеспрямовано вживлений у свідомість мас» [6].

Історико-політичні та соціокультурні міфи завжди були присутні в колективній свідомості, а процес їх трансформації передбачає складні зміни у суспільному світосприйнятті. В умовах гібридної конфронтації конструювання та імплементація міфологем перетворюється на пріоритетну маніпулятивну технологію впливу на громадську думку. За твердженням Р. Барта, «надзвичайно важко здолати міф із середини, бо саме прагнення до позбавлення від нього негайно стає в свою чергу його жертвою, зрештою міф завжди означає ніщо інше, як опір, що йому чиниться. Дійсно, кращою зброєю проти міфу є міфологізація його самого, створення штучного міфу, і цей вторинний міф буде являти собою справжню міфологію» [2, с. 32].

Таким чином, гібридне протистояння характеризується зіткненням раціональних та ірраціональних світоглядних парадигм, своєрідною конкуренцією позитивних і деструктивних міфологем у площині суспільної свідомості. Маніпулятивні технології в цьому протиборстві набувають дедалі більш витончених і високотехнологічних форм.

Сучасна гібридна війна представляє собою процес конструювання альтернативної віртуальної реальності через формування специфічних образів, стереотипів і міфологем. Особливо інтенсивно розгортається міфодизайн щодо історичної генези та еволюції країн, проти яких спрямована агресія. Історичні події та факти інтерпретуються відповідно до пропагандистських наративів країни-агресора, традиційні історичні конструкти підлягають критичному перегляду, що фактично призводить до переписування історичної спадщини. Для протидії таким деструктивним стратегіям необхідне систематичне спростування міфологем за допомогою верифікованих фактів та активне формування об'єктивного історичного дискурсу.

Формування бажаної для агресора картини світу у свідомості цільової аудиторії відбувається через наступні психологічні механізми:

1. Зниження рівня критичного мислення через інформаційне перенасичення;
2. Формування атмосфери тотальної недовіри до будь-яких інформаційних джерел;
3. Деконструкція етичних орієнтирів через віртуальне середовище;
4. Нівелювання ціннісної системи координат і поширення нігілістичних настроїв;
5. Руйнування ідентифікаційних моделей;
6. Деконструкція релігійних традицій та історичних архетипів;
7. Системне впровадження соціально-політичних міфологем;
8. Конструювання альтернативної реальності;
9. Нав'язування поведінкових патернів.

Для ефективності маніпулятивного впливу через соціально-політичні міфи останні повинні бути адаптовані до світоглядних, ментально-історичних, соціально-політичних і духовно-культурних особливостей суспільства-мішені. Е. Касіерер, порівнюючи сучасний соціальний міф із «зброєю масового ураження», підкреслює, що «міф завжди трактувався як результат несвідомої діяльності і як продукт вільної гри уяви. Але зараз міф створюється у відповідності до плану. Нові політичні міфи не виникають спонтанно, вони не є диким витвором бурхливої уяви. Навпаки, вони є штучними витворами, створеними умілими та вправними «майстрами». Двадцятому століттю – великій епосі технічної цивілізації – судилося створити і нову техніку міфу, оскільки міфи можуть створюватися так само і відповідно до тих самих правил, що й інша сучасна зброя, як кулемети чи літаки» [19].

Касіерер визначає ключові механізми сучасної політичної міфотворчості: трансформація функцій мови з домінуванням «магічної» функції над семантичною; впровадження нових ритуалів у повсякденне життя; конструювання харизматичного образу лідера як культурного героя. Ці механізми, на думку дослідника, властиві не лише політичній, а й соціальній міфотворчості в цілому.

У контексті протидії маніпулятивним впливам виникає потреба в ідентифікації ознак прихованої маніпуляції. Експерти виділяють такі індикатори: емоційна забарвленість, сенсаційність, акцентування на терміновості, систематичні повтори, фрагментація цілісної фактологічної картини, деконтекстуалізація, монополізація джерел інформації, комбінування достовірних даних із дезінформацією, апелювання до авторитетів, активізація стереотипних уявлень.

Методологія маніпулятивного впливу на суспільну свідомість включає:

- використання сугестивних технік;
- генералізацію окремих фактів;
- поширення чуток та інтерпретацій у ситуаціях невизначеності;
- формування образу ворога;
- вибіркоче висвітлення фактів;
- технології фрагментації інформації;
- систематичне повторення (метод Геббельса);
- комбінування правдивої та неправдивої інформації;
- конструювання псевдоподій.

Маніпулятивні технології перетворилися на потужний інструмент деструктивного впливу, здатний призводити до руйнівних наслідків для держав та суспільств. Гібридні та інформаційні конфлікти можна розглядати як специфічні форми «глобального протистояння», що розгортається у XXI столітті на якісно новому технологічному рівні. В. Зеленін стверджує, що «глобальний простір перебуває зараз на межі формування: ідеологічні концепти, державні іміджі, культурні цінності, світові релігії – усе постає єдиним постмодерним дискурсом з жорсткою конкуренцією» [14, с. 168].

Аналізуючи передумови ефективності маніпулятивних технологій у гібридних конфліктах, необхідно враховувати трансформації суспільної свідомості впродовж попередніх десятиліть. Формування «людини масової культури», утвердження цінностей споживацького суспільства, розробка й апробація новітніх технологій впливу на суспільну свідомість з комерційною

метою створили специфічну соціокультурну платформу для застосування гібридних маніпулятивних стратегій. Це має амбівалентні наслідки: з одного боку, розвиток компетенцій протидії маніпуляціям і здатність зберігати автономність світогляду, з іншого – нездатність певних соціальних груп ідентифікувати маніпулятивні впливи, формування толерантності до маніпуляцій, деградація критичного мислення.

Т. Пода зазначає: «Говорячи про постійне свідоме застосування маніпуляцій у сучасному суспільстві, варто також зазначити, що у ХХ столітті відбувається процес масовізації суспільної свідомості, який підготував ґрунт для активного впливу на нього в потрібному для маніпуляторів руслі. Виникає суспільство споживання, і через сферу споживання, бажання, переконання реалізується маніпулятивна практика. Поведінка реципієнтів у такому суспільстві стає визначеною, передбачуваною. Через програмування потреб, бажань, переконань здійснюється контроль та управління. Масова людина не здатна мислити критично, її свідомість має формуватися ззовні та бути керованою. Маніпуляція стає формою ідеологічної практики, яка легітимована суспільством» [35].

Додатковим фактором, що сприяє ефективності маніпулятивних технологій, є розвиток інформаційного суспільства та техногенної цивілізації, яка орієнтує індивіда переважно на інструментально-технологічні компетенції та комунікативну адаптивність, а не на духовно-ціннісний розвиток. Людина в інформаційному суспільстві дедалі менше орієнтується на національно-культурні матриці самоідентифікації, переходячи до глобального світосприйняття.

Прискорена еволюція техногенної цивілізації ускладнює процеси соціалізації та формування особистості на основі сталих духовних цінностей. Динамічні соціальні трансформації послаблюють традиційні культурні зв'язки, змушуючи людину адаптуватися до різноманітних соціокультурних контекстів та постійно оновлюваних умов існування. Соціальні зв'язки набувають спорадичного характеру, одночасно інтегруючи індивідів у глобальне

суспільство та посилюючи їхню ізоляцію. Це породжує парадоксальну ситуацію: людина, маючи доступ до безпрецедентних матеріальних ресурсів, не досягає внутрішньої гармонії та самореалізації.

Відповідно, атомізований індивід, відчужений від національно-культурного середовища, з нестабільною ціннісною системою, стає вразливим об'єктом для маніпулятивних впливів. Загалом, маніпулятивні технології в умовах гібридного протистояння характеризуються як універсальністю, так і цільовою спрямованістю – вони можуть охоплювати суспільство в цілому, поширюватися на декілька держав або навіть глобальний простір. Водночас вони орієнтовані на конкретні соціальні групи з метою провокування конфліктів, дезінтеграції суспільства, створення локальних осередків нестабільності.

О. Гіда підкреслює, що «інформаційно-мережевий вплив здебільшого спрямовується на підрив і наступне руйнування базових характеристик нації. Він здійснюється, як правило, в прихованій формі та спрямований на компрометацію з подальшим усуненням з політичної арени національно-свідомої еліти, яка не розділяє і не підтримує ідеї маніпулятора. Маніпулятори як правило організують провокації й загострення протиріч між групами різних політичних поглядів чи етнічного походження» [5, с. 223].

Серед некласичних маніпулятивних технологій, що активно використовуються в сучасних гібридних конфліктах, особливе місце посідає тролінг. В. Христенко визначає ключові індикатори тролінгу:

- скандальний характер контенту;
- цілеспрямоване підтримання дискусії різними обліковими записами;
- миттєва реакція на коментарі;
- активна взаємодія з усіма учасниками обговорення;
- логічна узгодженість коментарів під різними псевдонімами;
- категоричність позиції та нездатність до компромісів;

- персоналізація критики, спрямована на провокування емоційної реакції [49].

Троль – це спеціаліст із створення та поширення маніпулятивного контенту в соціальних мережах, здатний вступати в дискусії з реальними користувачами. Виділяють декілька типів тролів:

1. контент-маніпулятори, що займаються розробкою та поширенням тенденційної інформації;
2. деструктори іміджу, найняті для дискредитації політичних або бізнес-конкурентів;
3. «інформаційні воїни», залучені до міждержавного інформаційного протистояння, що спеціалізуються на створенні фейків, дезінформації та маніпулюванні суспільною свідомістю [1].

Таким чином, використовуючи тролінг, суб'єкт гібридної агресії може здійснювати цілеспрямований вплив на інтернет-аудиторію – акцентувати увагу на певних темах, трансформувати громадську думку, організовувати інформаційні провокації, мобілізувати користувачів до певних дій або пасивності.

На основі досліджень науковців можна виділити ключові інформаційні технології, що використовуються для маніпулювання суспільною свідомістю в гібридних конфліктах:

- контент у соціальних мережах (Facebook, Telegram) та відеохостингах (YouTube, Instagram), ефективність якого зумовлена аудіовізуальним форматом, авторитетом лідерів думок, відсутністю цензури та інформаційним перенасиченням;
- вірусні повідомлення в месенджерах (Viber, WhatsApp, Telegram), особлива результативність яких пов'язана з їх сприйняттям як особистого комунікаційного простору, захищеного від зовнішнього втручання;
- радіопередачі (ефірні та інтернет-трансляції), ефективність яких обумовлена особливостями сприйняття короткотермінових повідомлень у контексті розважального контенту;

- SMS-розсилки, орієнтовані переважно на старші вікові категорії, які не використовують сучасні засоби Інтернет-комунікації;
- масові e-mail розсилки, що поширюють «сенсаційний» контент, дезінформацію або містять посилання на шкідливе програмне забезпечення.

Практика розгортання гібридного протистояння в Україні демонструє комплексне застосування агресором усього спектру вищезазначених маніпулятивних технологій та інформаційно-комунікаційних засобів. Останніми роками для ведення гібридних війн активно використовуються «ботоферми» – спеціалізовані структури, що системно здійснюють маніпулювання суспільною свідомістю відповідно до поставлених завдань. Ботоферми – це організації, що масово створюють фіктивні акаунти в соціальних мережах для поширення тисяч цільових коментарів. Автоматизовані облікові записи здатні суттєво впливати на перебіг політичних кампаній, трансформувати суспільну думку щодо конкретних проблем, формувати інформаційний порядок денний.

Виділяють чотири категорії ботів:

- універсальні боти, що активно коментують та поширюють стратегічний контент;
- боти-реактори, що обмежуються оцінюванням контенту;
- технічні боти, призначені для штучного збільшення метрик популярності контенту;
- деструктивні боти, що використовуються для високоризикованих інформаційних операцій.

За оцінками експертів, у сучасних гібридних конфліктах ботоферми перетворилися на «передові підрозділи», за допомогою яких здійснюється систематичний психологічний вплив на суспільство та керівництво країни-мішені, реалізуються інформаційно-психологічні операції та деструктивні впливи на різні сфери суспільного життя.

Поряд із ботами, важливими суб'єктами реалізації маніпулятивних технологій є так звані «ломи» (лідери громадської думки) – реальні особи, що

просувають вигідну замовнику інформацію в Інтернет-просторі. Це переважно блогери з великою аудиторією (від 5 тисяч підписників), які поширюють через свої акаунти меседжі, що становлять інтелектуальну складову інформаційної кампанії. «Ломами» також називають авторитетних осіб, чия думка має суспільний резонанс, незважаючи на відносно невелику кількість безпосередніх підписників.

Діяльність «ломів» характеризується відкритістю, але не менш деструктивна, ніж активність прихованих ботів. До лідерів думок прислухаються певні соціальні групи, які поширюють отриману інформацію у своєму середовищі, вважаючи її авторитетною та достовірною. «Ломи» часто використовують непряму комунікацію, уникаючи відкритої агітації на користь м'якого підштовхування аудиторії до певних висновків, рішень і оцінок.

Ефективною маніпулятивною технологією в умовах гібридного протистояння є створення та поширення фейків – сфальсифікованої інформації. Фейк може бути абсолютно неправдивим або представляти комбінацію правдивих і неправдивих елементів у пропорції, необхідній для досягнення маніпулятивної мети.

Фейки можна класифікувати за різними критеріями:

- за каналом поширення: масмедійні (орієнтовані на рейтингові ЗМІ) та локальні (поширюються в міжособистісній комунікації, соціальних спільнотах, блогах);
- за форматом: фотофейки, відеофейки, псевдожурналістські матеріали, фіктивні дописи, чутки;
- за географічною спрямованістю: внутрішні (орієнтовані на громадян конкретної країни) та зовнішні (спрямовані на міжнародну спільноту);
- за цільовою аудиторією: сегментовані (орієнтовані на конкретні соціальні групи) та універсальні (спрямовані на все суспільство);
- за метою: провокування паніки, ескалація міжнаціональних конфліктів, поширення спотвореної інтерпретації подій, маніпулювання

суспільною свідомістю, розважальний контент, привернення уваги до певних об'єктів, підготовка громадської думки до сприйняття майбутніх рішень.

Ідентифікація фейків є критично важливою умовою протидії маніпулятивним впливам, що забезпечує інформаційно-психологічну стійкість держави та її громадян у контексті гібридного протистояння.

Очевидно, що протидія фейкам потребує постійного методологічного вдосконалення, оскільки їх продуценти розробляють все більш витончені смислові конструкції та механізми їх впровадження у суспільну свідомість. Верифікація інформації, виявлення достовірних фактів стають критично важливими умовами ефективного протистояння у гібридному конфлікті – саме через формування інформаційної компетентності можна нейтралізувати спроби маніпулювання суспільною думкою.

У контексті соціокультурних трансформацій сучасності варто відзначити формування феноменів постправди та постістини. Сутність постправди полягає у втраті суспільством чутливості до істини, задоволенні псевдорациональними інтерпретаціями подій та явищ. Функціонування в режимі пост-правди орієнтує на пріоритет кількості інформації над її якістю та достовірністю. За таких умов імплементація фейків у суспільну свідомість суттєво спрощується, а маніпулятивні технології набувають підвищеної ефективності.

В епоху постправди ризики маніпулятивних впливів значно зростають, особливо коли йдеться про національну безпеку, збереження культурної ідентичності, суспільну консолідацію в умовах глобальної конкуренції та гібридних конфліктів із потужною інформаційною складовою.

О. Свідерська слушно наголошує: «Маніпуляція масовою свідомістю трансформувалася з малопомітного явища в потужну технологію влади, своєрідну інформаційну зброю, яка широко використовується мас-медіа, політичними партіями, корпораціями та іншими організованими угрупованнями в своїх, часто, корпоративно-егоїстичних цілях. Спрощені моделі поведінки і думки призводять до нівелювання загальнолюдських

цінностей. Руйнування й заміна макрокультурного середовища чимось аморфним, може призвести до деградації суспільства загалом» [43, с. 128].

Якщо синдром постправди охоплює значні соціальні групи, системно впливає на суспільну свідомість, виникає реальна загроза втрати ціннісних орієнтирів національного розвитку та культурної ідентичності – держава стає вразливою до маніпулятивних впливів. У постправдивому соціокультурному просторі масова свідомість характеризується поверховим, спрощеним сприйняттям дійсності. Представник масового суспільства постає як усереднений індивід із обмеженими інтелектуальними можливостями, споживацьким світоглядом, низьким рівнем особистої відповідальності, стереотипним мисленням. Нездатність до критичного осмислення реальності зумовлює потребу не лише в готовій інформації, але й у готових інтерпретаціях та оцінках. Масова культура транслює спрощені моделі поведінки та світосприйняття через стереотипи, шаблони та кліше, що створює сприятливі умови для маніпулювання суспільною свідомістю з боку зацікавлених політичних сил.

Таким чином, маніпулятивні технології, що застосовуються в гібридних конфліктах, ґрунтуються на соціокультурних трансформаціях сучасності, орієнтуються на різні демографічні та соціальні групи, враховують інтелектуальний та духовний потенціал цільової аудиторії. Для максимального охоплення різних соціальних сегментів використовується комплексний комунікаційно-технологічний інструментарій, що поєднує традиційні та новітні медіа-платформи. Зокрема, для системного та ефективного маніпулювання суспільними настроями застосовуються конвергентні медіа – інтегровані інформаційно-комунікаційні технології, що об'єднують традиційні медіа-формати з інтернет-середовищем, трансформують моделі споживання інформації та ставлення до медіа-контенту.

Конвергентні (нові) медіа охоплюють: веб-сайти; потокові аудіо- та відеотрансляції; інтерактивні чат-платформи; електронну пошту; онлайн-комунікацію; цифрову рекламу; мультимедійні носії; віртуальні ігрові

середовища; інтегровані комунікаційні бази даних; цифрове мовлення; мобільні комунікаційні технології.

Для забезпечення стратегічних переваг у гібридних протистояннях інформаційно-маніпулятивна складова набуває пріоритетного значення, а розробка інформаційної зброї та систем інформаційного захисту стає критично важливим завданням державної політики. В сучасних умовах інформаційне протиборство, кібератаки та інформаційні війни перетворилися на визначальний компонент глобальної конкуренції. Демократичні суспільства стикаються з фундаментальною дилемою: з одного боку, необхідність забезпечення свободи слова та інформації, з іншого – гарантування безпечного функціонування держави в умовах гібридних загроз, деструктивних інформаційних впливів на суспільну свідомість та національний культурний простір. Йдеться не лише про свободу слова як таку, але про збалансовану реалізацію всього комплексу прав і свобод особистості в інформаційному суспільстві в контексті гібридних протистоянь.

У таких умовах держава повинна систематично підвищувати рівень захищеності від деструктивних інформаційно-маніпулятивних впливів, створювати умови для розвитку критичного мислення громадян, формування політико-правової, духовної, інформаційно-комунікаційної культури, медіаграмотності. За оцінками експертів, мінімізації деструктивного медіа-впливу сприяють:

1. Саморегуляція медіа-ресурсів (професійна етика журналістів, редакційні статuti, етичні кодекси, корпоративні традиції) з дотриманням принципів медіа-плюралізму – різноманітності власності, інформаційних джерел і контенту;

2. Розвиток медіаграмотності (здатність отримувати доступ до медіа, критично оцінювати різні аспекти медіа-контенту, продукувати комунікацію в різних контекстах), що стосується всіх медіа-платформ і є базовою компетенцією не лише молоді, але й дорослих, людей похилого віку, батьків, педагогів, медіа-фахівців;

3. Впровадження медіа-освіти з акцентом на інформаційну безпеку, спрямованої на формування медіа-культури та підготовку до безпечної взаємодії з традиційними й цифровими медіа;

4. Державне регулювання інформаційного простору, що передбачає встановлення відповідальності та механізмів її застосування відповідними регуляторними органами з метою підвищення якості контенту та дотримання професійних стандартів; такий підхід закріплений у міжнародному праві, зокрема, стаття 10 Європейської конвенції про захист прав людини передбачає можливість обмеження свободи слова в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності, громадського порядку, запобігання злочинам, охорони здоров'я, захисту репутації або прав інших осіб;

5. Ефективне національне законодавство, яке відповідає динамічним трансформаціям медіа-системи та забезпечує реальну відповідальність за порушення інформаційно-правових норм.

Важливу роль у протидії маніпулятивним впливам відіграють громадські організації, науковці, діячі культури, волонтерські об'єднання. Фахівці проекту «ARTEFACT», присвяченого проблемам маніпулювання інформацією, фейкових новин і пост-правди, розробили рекомендації щодо інформаційної гігієни:

- верифікація джерел інформації, довіра виключно до офіційної інформації, усвідомлення того, що фейки поширюються швидше, ніж достовірні відомості;

- темпоральна дистанція щодо сенсаційних новин, які потенційно можуть бути спростовані впродовж кількох годин;

- емоційна стриманість, уникнення панічних реакцій та конспірологічних інтерпретацій;

- раціональний підхід до споживання інформації, уникнення циклічного сприйняття однотипного контенту;

- диверсифікація інформаційних джерел, звернення до незаангажованих іноземних медіа, блокування пропагандистського контенту;

- уникнення непродуктивних дискусій з анонімними користувачами соціальних мереж, потенційними ботами та троями;
- диференціація експертних оцінок від аматорських інтерпретацій, конспірологічних теорій, емоційних та маніпулятивних висловлювань;
- контроль емоційного стану, утримання від комунікації в стані афекту, темпоральна пауза перед публікацією власних думок;
- психологічна підтримка близьких у стані інформаційної тривоги, підвищення їх медіаграмотності;
- відмова від поширення неверифікованої інформації щодо безпекової ситуації в країні;
- поширення офіційних повідомлень, інформації з перевірених джерел про можливості волонтерської допомоги, уникнення трансляції політичних гасел;
- моніторинг актуалізацій та можливих спростувань інформації, яка була сприйнята або поширена;
- дотримання принципів інформаційної достовірності при створенні власного контенту;
- критичне ставлення до російських медіа, навіть тих, що позиціонуються як демократичні, оскільки вони часто транслюють дезінформацію;
- скептичне ставлення до самопроголошених експертів, політтехнологів, аналітиків, чия незалежність та об'єктивність викликає сумніви.

Таким чином, маніпулятивні технології впливу на суспільну свідомість, що застосовуються в сучасних гібридних конфліктах, постійно еволюціонують як у змістовному, так і в технологічному аспектах. Суб'єкти маніпулятивного впливу використовують традиційні та інноваційні медіа-платформи, враховуючи соціально-психологічні особливості, ментальність та історичний досвід цільової аудиторії. Для досягнення стратегічних цілей агресор застосовує комплексну систему маніпулятивних технологій, диференційованих відповідно до демографічних, соціальних, етнокультурних особливостей об'єкта впливу.

У соціокультурному вимірі технології маніпулювання суспільною свідомістю у контексті гібридного протистояння ґрунтуються на потребах і інтересах, сформованих споживацьким суспільством, постмодерністською культурою та епохою постправди. Необхідно визнати, що ефективність маніпулятивних впливів проти демократичних держав зумовлена їхнім ліберальним правопорядком, гарантіями свободи думки й слова, функціонуванням незалежних медіа, що закріплено в законодавстві цих країн. Сьогодні демократичні суспільства шукають оптимальну модель поєднання ефективних заходів у сфері національної та інформаційної безпеки зі збереженням фундаментальних демократичних прав і свобод особистості.

Висновки до другого розділу

Інформаційна війна функціонує як соціокультурний конструкт, що забезпечує формування специфічної картини світу в масовій свідомості. У сучасному інформаційному суспільстві вона набуває особливої інтенсивності, трансформуючись під впливом технологій і доби постправди, де емоційний відгук та особисті переконання часто переважають над об'єктивними фактами.

Інформаційна війна оперує комплексом взаємопов'язаних елементів різного масштабу: фейки, меседжі та наративи. Найменшою змістовою одиницею виступають фейки, які масово продукуються для спотворення реальності. Більш структурованими є меседжі – цільові інформаційні повідомлення, що формуються з фейків і напівправд. Сукупність меседжів утворює наратив – цілісну оповідь, що пропонує специфічне пояснення реальності та формує світогляд цільової аудиторії.

Аналіз російської інформаційної агресії проти України демонструє системне застосування маніпулятивних технологій, спрямованих на дискредитацію українських державних інституцій, деморалізацію населення, руйнування національної ідентичності та культурної самобутності. Серед

поширених наративів виявлено теми про «несамостійність України», «радикальний націоналізм», «мовний розкол», «неефективність санкцій», що системно просуваються через різні комунікаційні канали.

Маніпулятивні технології в умовах інформаційно-гібридного протистояння характеризуються імпліцитністю, ілюзорністю та здатністю впливати на різні рівні суспільної свідомості. Ключовими напрямками маніпулятивного впливу виступають: деконструкція духовно-культурного простору, дестабілізація громадської думки, ескалація соціальних та етнонаціональних суперечностей, дискредитація державних інституцій, руйнування міжнародної репутації держави та трансформація ціннісних орієнтирів суспільства.

Особливу роль у сучасних гібридних конфліктах відіграють цифрові технології, зокрема соціальні мережі, ботоферми та тролінг. Дослідження виявило, що для максимального охоплення різних соціальних сегментів використовується комплексний комунікаційно-технологічний інструментарій, що поєднує традиційні та новітні медіа-платформи. Ефективність маніпулятивних впливів посилюється в умовах інформаційного перенасичення та кліпового мислення, характерних для постмодерністської культури.

Для протидії деструктивним впливам необхідний комплексний підхід, що включає: підвищення медіаграмотності населення, розвиток критичного мислення, впровадження ефективного державного регулювання інформаційного простору, дотримання етичних стандартів журналістики та формування стійкої інформаційної культури. Особливої ваги набуває верифікація джерел інформації, диверсифікація інформаційних каналів, емоційна стриманість та раціональний підхід до споживання контенту.

Проблема протидії маніпулятивним впливам ускладнюється необхідністю балансування між забезпеченням свободи слова та інформації і гарантуванням безпечного функціонування держави в умовах гібридних загроз. У цьому контексті важливу роль відіграють не лише державні органи, але й

громадянське суспільство, наукова спільнота, культурні діячі та освітні інституції.

Соціокультурний вимір інформаційного протистояння проявляється у цілеспрямованому формуванні альтернативної реальності через міфологізацію історії, спотворення культурної спадщини та нав'язування деструктивних світоглядних парадигм. Протидія цим впливам потребує системного спростування міфологем, активного формування об'єктивного історичного дискурсу та зміцнення національної ідентичності.

РОЗДІЛ 3. НОВІТНІ ПРАКТИКИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН

3.1. Характерні риси та механізми інформаційного протистояння в умовах збройної агресії росії проти України (2014-2025)

Період 2014-2025 років став безпрецедентним випробуванням для України в сфері інформаційної безпеки, а з початком повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року інформаційне протистояння перетворилося на невід'ємний компонент російсько-української війни. Москва розгорнула інформаційну кампанію безпрецедентного масштабу – як внутрішню, орієнтовану на власне населення, так і зовнішню, спрямовану на маніпулювання громадською думкою в Україні та пошук міжнародної підтримки. Пропагандистські меседжі поширюються через офіційні кремлівські канали комунікації, включаючи Russia Today і Sputnik, які транслюють контент багатьма мовами (хоча з початком повномасштабної війни ця діяльність ускладнилася через блокування в багатьох країнах). Ці платформи не лише ретранслюють прокремлівську риторику, але й адресують свій контент потенційним симпатикам російської політики за кордоном.

Стратегія інформаційної війни проти України реалізується через сучасний інструментарій інформаційно-психологічного впливу: систематичне повторення пропагандистських наративів, поширення логічно непослідовних та нерациональних суджень через медіа та мережі політичних ботів, які спрямовані на вразливу аудиторію (ключовим інструментом цього впливу є фейки). Поширеним явищем стала масова дезінформація, спрямована на викривлення історичних фактів: від маніпулятивних тверджень щодо історичної приналежності Криму, міфологеми про «єдиний народ», фальсифікації стосовно «заснування Одеси Катериною II», до розмивання межі між війною та миром: від наративу «нас там нет» у 2014 році до «Захід розпочав першим» у 2022 році – все це покликане посіяти сумніви у правильному розумінні подій.

Окрім офіційної пропаганди та традиційних методів дезінформації, варто виділити кілька категорій суб'єктів інформаційно-психологічної війни, які забезпечують більш «аргументоване» поширення російських наративів у контексті російсько-української війни:

1. так звані «хороші росіяни», які позиціонують себе як прихильники мирного врегулювання, подібно до пацифістів часів холодної війни; до цієї категорії належать також ті, хто щиро (або вдавано) вважає, що переговори з росією дозволять стабілізувати ситуацію. Як зазначається у джерелах, «вони вважають себе реалістами і прагматиками, але їх реалізм зводиться до неможливості боротися із «другою армією світу» (цей політичний міт уже розвінчано)» [43, с. 128]. Їхня риторика спрямована на підрив довіри до ліберальних цінностей та скасування санкцій щодо «звичайних росіян», яких вони представляють жертвами тоталітарного режиму, що «нічого не можуть вдіяти», але не повинні відповідати за дії свого уряду;

2. «поміркована» група, що намагається балансувати між протидіючими сторонами, для них негативні аспекти завжди врівноважуються, а «Захід не завжди правильно взаємодіяв з росією»;

3. прошарок осіб, чий антиамериканські погляди та ностальгія за радянським минулим органічно доповнюють стратегію інформаційно-психологічної кампанії агресора.

Інтернет-простір став ключовою платформою для розгортання інформаційно-психологічного протистояння, оскільки ефективність у цьому вимірі війни базується не на приховуванні інформації, а на її стратегічному поширенні. Індикатором результативності пропагандистського чи дезінформаційного контенту є його видимість у мережі, яка досягається через віральність. В основі такої видимості лежать два фактори: рейтинг повідомлення в пошукових системах або його закріплення в соціальних медіа (наприклад, Telegram-каналах), а також його цитування іншими ресурсами та користувачами, які поширюють цей контент у соціальних мережах, сприяючи його швидкому розповсюдженню – контент набуває вірусного характеру [9].

Сучасна платформа для інформаційно-психологічних операцій може варіюватися від популярних блогів з великою аудиторією до майже анонімних ресурсів. Проте інформація з «нішевого блогу» може швидко розповсюдитися через віртуальне «сарафанний радіо» та охопити значну кількість інтернет-користувачів емоційно насиченими повідомленнями.

Інтернет-середовище дозволяє створювати таргетований контент для різних цільових аудиторій:

1. для підриву морального духу противника створюються веб-сайти або акаунти в соціальних мережах, орієнтовані на громадян країни, проти якої ведеться боротьба, метою яких часто є породження страху через розповсюдження відеоматеріалів із стратами, нападами, демонстрацією озброєння;

2. при роботі з лояльною аудиторією акцент робиться на потенційній цінності досягнення певного результату, наприклад, забезпечення громадської безпеки, з чітким визначенням джерел потенційної загрози;

3. взаємодія з «нейтральною» аудиторією забезпечується масштабуванням необхідної інформації за лінгвістичним принципом: різномовний контент забезпечує ширше охоплення.

Водночас, суттєвою перевагою інтернет-технологій є можливість документування бойових дій у режимі реального часу, зокрема, цивільним населенням. Facebook, Twitter, YouTube, Telegram відкривають можливості для масової комунікації та протидії інформаційній агресії росії. Питання протидії інформаційно-психологічній війні активно досліджується науковою спільнотою. Як зазначала Г. Сасин ще у 2015 році: «для захисту інформаційного простору та національної безпеки України необхідним є: зміна інформаційної політики (як зовнішньої, так і внутрішньої) ...просування української інформації на територію агресора, використовуючи при цьому сучасні технології; здійснення обмеження російської інформації...контроль іноземних ЗМІ, які акредитовані та функціонують на території України; сприяння розвитку вітчизняних інтернет-ресурсів...; збільшення якості та

кількості українського продукту (цікаві телепрограми, друкована продукція тощо); здійснення діяльності в інформаційному та віртуальному просторі...; контроль донесення правдивої інформації до споживача...; блокування інтернет-ресурсів, які є загрозовими для інформаційної безпеки держави; стимулювання наукових досліджень щодо державної інформаційної політики та безпеки; вдосконалення рівня підготовки фахівців у галузі інформаційної безпеки» [42].

Наукові дослідження також зосереджуються на протидії конкретним методам інформаційно-психологічної війни. Як констатувала В. Маляренко: «...універсальних рецептів боротьби з фейками досі не існує. Загальновизнаним залишається орієнтація на те, що еталоном захисту від деструктивної пропаганди та маніпуляції свідомістю людини є передусім міцність демократичних традицій кожного суспільства...» [25, с. 105].

На думку М. Маркової, «в арсеналі сучасної людини існують різноманітні способи протидії ІПВ, серед яких максимально простими є критичне осмислення інформації, формування навичок позитивного мислення, інтелектуальна й фізична активність...» [27, с. 77].

На нашу думку, ефективна протидія інформаційній агресії росії полягає не лише в систематичному спростуванні дезінформації та фабрикованих наративів, але й у формуванні послідовного позитивного дискурсу, базованого як на фактах, так і на цінностях, що принципово відрізняють демократичне суспільство від диктатури, демонструючи привабливість проукраїнської моделі. Недостатньо лише реагувати – необхідно встановлювати нові правила комунікації, розвивати власний проукраїнський дискурс, тобто фактично переходити від суто оборонної позиції в інформаційній війні до стратегічного контрнаступу. Розглянемо, які заходи вже реалізовано на другому році повномасштабної російської агресії, адже парадоксально, але країна, яка зазнала нападу, має докладати більше зусиль, ніж агресор, щоб довести свою правоту на інформаційному фронті.

По-перше, відбувається безперервна верифікація фактів щодо російського вторгнення. Наприклад, трагічні події у Бучі 2022 року, які російська пропаганда намагалася представити як постановочні, були ретельно задокументовані українською владою спільно з міжнародними партнерами, що дозволило спростувати російські фейки.

По-друге, українські стратегічні наративи концентруються навколо: 1) легітимності самооборони країни; 2) варварської природи російського вторгнення; 3) нестійкості та безперспективності російської військової стратегії. Важливу роль у цьому аспекті відіграє Центр протидії дезінформації при РНБО України, створений згідно з Указом Президента України № 187/2021 від 7 травня 2021 року «Питання Центру протидії дезінформації». Відповідно до цього указу, Центр «забезпечує протидію як наявним, так і прогнозованим загрозам нацбезпеці та національним інтересам в інформаційній сфері, виявляє та протидіє дезінформації, пропаганді, деструктивним інформаційним впливам і кампаніям, а також має запобігати спробам маніпулювання громадською думкою». Центр також проводить просвітницьку діяльність, пояснюючи на своєму сайті механізми дезінформації, термінологію, найбільш характерну для російської аудиторії, як-от «псевдопатріотизм як деструктивна ідеологія РФ», «псевдоевакуація як механізм терору», «емоційний фейк» тощо; розкриває механізми та принципи дезінформації, наприклад, «ЦПД пояснює, як працює механізм хибної аналогії в дезінформації» або «ЦПД пояснює як працює принцип «психологічного шоку» в дезінформації».

Значним кроком стало ухвалення Закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо заборони виготовлення та поширення інформаційної продукції, спрямованої на пропагування дій держави-агресора)» від 3 березня 2022 року, яким внесено зміни до низки українських законів і встановлено заборони на: «виправдовування, визнання правомірною, заперечення збройної агресії російської федерації проти України у 2014 р., у тому числі, шляхом представлення збройної агресії росії проти України, як «внутрішнього конфлікту», «громадянського конфлікту», «громадянської

війни», заперечення тимчасової окупації частини території України; ідентифікації осіб, які здійснювали збройну агресію російської федерації проти України у 2014 році... у тому числі, шляхом їх визначення як «повстанці», «ополченці», «ввічливі військові люди»; встановлення санкції для релігійної організації у вигляді припинення діяльності у разі встановлення судом фактів вчинення релігійною організацією дій, спрямованих на: ліквідацію незалежності України, зміну конституційного ладу насильницьким шляхом, порушення суверенітету і територіальної цілісності держави...; поширення відомостей, що містять виправдовування, визнання правомірною, заперечення збройної агресії росії проти України, розпочатої у 2014 році тощо» [39].

По-третє, систематичне спростування маніпулятивних історичних наративів: більшість людей має обмежені знання з історії і часто повторює тези російської пропаганди. Системна робота з встановлення історичної правди, нагадування документально підтверджених фактів та послідовна протидія фальсифікаціям, зокрема на політичному рівні, є важливим компонентом інформаційного протистояння.

По-четверте, демократичні суспільства не повинні залишатися пасивними перед викликами авторитаризму. Лідери мають реагувати на кожного, хто виступає проти цінностей свободи.

Особистість Президента В. Зеленського відіграє визначну роль у цій інформаційній війні, оскільки він регулярно представляє об'єктивну картину війни та спростовує російські міфи, а його відеозвернення з перших днів повномасштабного вторгнення стали символом національної мужності та єдності. Інформаційна кампанія, спрямована проти агресора, має чітко ідентифікувати дійсну жертву цієї війни – Україну – та винуватця, який має понести відповідальність за своє вторгнення. Як зазначають О. Чачко та К. Лінос, «війна в Україні вдихнула таку необхідну енергію в міжнародну систему норм та інститутів, яка багато в чому втратила свою силу» [51, с. 52].

По-п'яте, важливим напрямом є послідовне вирішення питання монументальної пропаганди. Пам'ятники є одним із засобів трансляції

ключових політичних ідей масам, своєрідною політично мотивованою іконою, яка в руках російської пропаганди покликана дезорієнтувати громадськість, як це було, наприклад, з пам'ятником Катерині II в Одесі, який символічно закріплював наратив про приналежність міста до росії, що суперечить історичним фактам, але міцно вкоренився у сприйнятті навіть місцевих жителів. Тому демонтаж візуальних символів імперського чи радянського минулого, які або дуже умовно, або взагалі не пов'язані з українською історією, є одним з ефективних методів протидії російській інформаційно-психологічній війні [44].

Серйозним викликом для України залишаються російські кібератаки, особливо з огляду на те, що на окупованих територіях окупаційна влада перенаправила інтернет-трафік через російські мережеві вузли. Л. Машмайер та М. Кавелті зазначають: «перед вторгненням росії в Україну ряд експертів передбачали кібервійну: масове використання російських наступальних кіберможливостей, аби «шокувати і залякати» обороноздатність України і підірвати її волю до війни. Деякі навіть вважали, що росії не потрібне вторгнення, що вона може досягнути тих самих результатів завдяки кібервійні. Коли цього не відбулося, ті ж експерти передбачали, що росія все ж застосує наступальні кіберможливості не лише проти України, але й проти Заходу і його критичної інфраструктури як покарання за санкції і підтримку України... Деякі говорять, що мали рацію і кібервійна тут, за винятком того, що загрозу в Україні стримали і кібератаки було вчасно нейтралізовано» [29, с. 47].

Хоча оцінки зарубіжних дослідників дещо песимістичніші. Наприклад, А. Мохі зазначає: «У цілому, українські атаки носили рудиментарний характер й мали обмежений ефект. Україна страждає через відсутність досвіду в області кібербезпеки, поганого регулювання, обмежених можливостей реагування і відсутності координації між різними відомствами... З іншого боку – російський ведмідь, який перенасичений високоорганізованими, ефективними, передовими дослідницькими центрами фінансових і людських ресурсів кібербезпеки...» [32, с. 114]. Велика інтенсивність кібератак може бути елементом асиметричних

кампаній, націлених на перевантаження систем противника з метою виснаження ресурсів, зниження функціональної ефективності та відволікання від критично важливих завдань. Дослідники Стівен Дефібо та Донна Шеффер у праці «Чи може теорія виснаження надати розуміння кібервійни?» проводять паралелі між тактикою виснаження у традиційній та кібервійні. На прикладі російсько-української війни підтверджується теза науковців про те, що «існує тісний зв'язок між звичайною війною і кібервійною. У деяких випадках видно інтеграцію кібервійни поруч із звичайною тактикою або як прелюдію до неї...» [10, с.78].

Протидія інформаційно-технічній агресії росії, яка, за влучним формулюванням у Стратегії кібербезпеки України, залишається «одним з основних джерел загроз національній та міжнародній кібербезпеці, активно реалізує концепцію інформаційного протиборства, базовану на поєднанні деструктивних дій у кіберпросторі та інформаційно-психологічних операцій, механізми якої активно застосовуються у гібридній війні проти України. Така деструктивна активність створює реальну загрозу вчинення актів кібертероризму та кібердиверсій стосовно національної інформаційної інфраструктури» [47, с. 240], здійснюється суб'єктами національної системи кібербезпеки, основними з яких згідно зі ст. 8 Закону України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України» є: Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України, Національна поліція України, Служба безпеки України, Міністерство оборони України та Генеральний штаб Збройних Сил України, розвідувальні органи, Національний банк України.

Крім того, Указом Президента України від 7 червня 2016 р. № 242/2016 затверджено Положення про Національний координаційний центр кібербезпеки як робочий орган Ради національної безпеки і оборони України, який здійснює координацію та контроль за діяльністю суб'єктів сектору безпеки і оборони, що забезпечують кібербезпеку (ч. 2 ст. 5 Закону України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України»). Серед основних завдань Центру – здійснення аналізу: стану кібербезпеки; результатів проведення огляду

національної системи кібербезпеки; стану готовності суб'єктів забезпечення кібербезпеки до виконання завдань з питань протидії кіберзагрозам, здійснення заходів щодо профілактики і боротьби з кіберзлочинністю тощо. У контексті протидії кібервійні позитивним явищем стала консолідація технічних фахівців та ефективна координація зусиль у кіберпросторі – ІТ-армія України.

У звіті з кібербезпеки відзначається: «За декілька років до російського вторгнення 24 лютого 2022 року в українських урядових колах обговорювалася ідея створення кібердобровольчої армії. Частково цим обговоренням сприяв успіх Кіберпідрозділу Кайтселіфта Естонії та інші подібні організації по всьому світу... ІТ-армія України – це гібридна структура, ні суто цивільна, ні суто військова, ні державна, ні приватна, що має два аспекти діяльності: 1) заклик до дії, який мобілізує усіх, хто готовий брати участь у 171 скоординованих DDoS-атаках проти Росії; 2) внутрішня команда, яка складається з представників українських сил оборони і розвідки для експериментів і проведення більш складних кібероперацій проти конкретних російських цілей та має наступальний характер» [8, с. 17–18].

Підсумовуючи, український інформаційний опір агресії РФ зосереджується на таких ключових напрямках: систематичне спростування дезінформації, розвінчування маніпулятивних історичних наративів та документування фактів російської агресії, що є спільним завданням української влади та міжнародної спільноти. Інформаційне протистояння з агресором має чітко ідентифікувати реальну жертву цієї війни – Україну – та винуватця, який має нести відповідальність за своє вторгнення. Важливим аспектом є також послідовне вирішення питання монументальної пропаганди, оскільки пам'ятники є одним із засобів трансляції політичних ідей масам – своєрідними візуальними символами, які російська пропаганда використовує для маніпулювання історичною свідомістю.

Демонтаж візуальних символів, що слабо пов'язані або взагалі не пов'язані з українською історією, а є уособленням імперського чи радянського минулого, становить один з ефективних методів протидії російській

інформаційно-психологічній війні. Однак, зважаючи на масштаби загрози, необхідно визнати, що росія не обмежується лише інформаційно-психологічними операціями – серйозною проблемою для України залишаються російські кібератаки, особливо враховуючи, що на окупованих територіях росія перенаправила інтернет-трафік через власні вузли мережевої інфраструктури.

Наведені факти свідчать про те, що епоха ізольованих мереж відійшла в минуле. Натомість сформувалося динамічне та комплексне середовище, що складається з інтелектуальних технологій та конвергованих мереж, які забезпечують взаємопереходи між різними системами, що робить потенційно небезпечною навіть атаку на окремий пристрій. Найбільшу небезпеку становлять комплексні російські кібератаки, спроможні не лише паралізувати функціонування систем державного управління та базових послуг для населення, але й спричинити катастрофічні наслідки через порушення роботи критичної інфраструктури – атомних електростанцій, диспетчерських систем, аеропортів, мереж громадського транспорту. Відтак, забезпечення національної безпеки держави неможливе без системного врахування ризиків, пов'язаних з інформаційно-технічною складовою сучасної війни.

3.2. Контрпропаганда як культурний механізм протидії сучасним технологіям інформаційних війн

В умовах сучасного геополітичного протистояння, що характеризується широкомасштабною гібридною війною росії проти України, особливого значення набуває дослідження інформаційної складової конфлікту. Неоімперська політика РФ реалізується не тільки через безпосередні військові дії, що здійснюються за підтримки незаконних збройних формувань, але й супроводжується масштабним комплексом політичних, економічних та інформаційно-пропагандистських заходів. Саме інформаційна сфера перетворюється на ключовий театр протистояння, де об'єктом атаки стає суспільна свідомість, що безпосередньо впливає на національну безпеку

держави. Російська пропаганда становить серйозну загрозу не лише для України, але й для країн-членів ЄС та НАТО, що зумовлює активізацію їхніх зусиль у боротьбі за суспільну свідомість та розвиток потенціалу контрпропаганди.

Проблематика боротьби за свідомість людей в умовах гібридної війни стає актуальною як на рівні міжнародної спільноти, так і на рівні окремих держав та їхніх збройних сил. В Україні протидія деструктивному інформаційному впливу здійснюється як громадськими організаціями, так і спеціально створеними державними інституціями. Теоретичні та практичні аспекти контрпропаганди, її основні форми та специфіка застосування в контексті сучасної гібридної війни з РФ досліджувались у працях багатьох вітчизняних науковців, серед яких А.С. Близнюк, Б.М. Калініченко, Д.М. Павлов, О.Ю. Панфілов, І.І. Підпригора, Г.Г. Почепцов, М.П. Требін, В.Ф. Ткач, В.К. Філіпов та інші.

Незважаючи на значні дослідження питання впливу на суспільну свідомість, серед науковців відсутнє цілісне концептуальне осмислення цієї проблеми. Тому системне дослідження феномену контрпропаганди в умовах російсько-української гібридної війни є актуальним. Як зазначав 33-й американський президент Гаррі Труман ще у 1950 році: «Сьогодні, як ніколи раніше, виникає велика потреба у тому, щоб наші громадяни були поінформованими та розумілися на тому, що відбувається у світі. Справа свободи сьогодні під загрозою по всьому світові, і пропаганда – найпотужніша зброя, яку вони використовують в цій боротьбі. Обман, спотворення та брехня систематично використовуються ними як питання обдуманого політики» [56, с. 79]. Ці слова залишаються надзвичайно актуальними і сьогодні, особливо в контексті інформаційного протиборства, де пропаганда перетворюється на один із основних інструментів збройної боротьби.

Етимологічно термін «пропаганда» походить від латинського слова *propaganda*, що означає «те, що підлягає поширенню». Історично це поняття вперше з'явилося в назві організації католицької церкви «*Sacra Congregatio de*

Propaganda», заснованої папою Григорієм XV у 1622 році для здійснення місіонерської діяльності та поширення католицизму. У XXI столітті спостерігається якісно новий рівень організації пропагандистської діяльності, який відомий український дослідник комунікативних технологій Георгій Почепцов характеризує як «пропаганда 2.0», підкреслюючи, що «технологічні можливості інформаційної епохи, більш ліквідне використання ідеології авторитарними режимами та власні труднощі Заходу в проєціюванні демократичних цінностей заново визначили загрозу пропаганди» [37].

Сучасна пропаганда активно використовує ситуацію постправди для досягнення своїх цілей, працюючи з фізичною реальністю та безпосереднім досвідом аудиторії. Масовий споживач інформації схильний оцінювати повідомлення відповідно до власних переживань та стереотипних уявлень, що призводить до редукції аргументів до базових емоцій. Пропагандистські зусилля спрямовуються на створення такого інформаційного контенту, який подає «політично вигідну правду», «нібито правду» або «бажану правду», що визначається виключно інтересами маніпуляторів. Для конструювання наративів, тобто інтерпретаційних схем дійсності, використовуються так звані фрейми. Це термінологія американського вченого Джорджа Лакоффа, який розвиває когнітивний підхід у політології та лінгвістиці. Як зазначає Г. Почепцов: «Фрейм є ментальною структурою, яка допомагає нам упорядковувати реальність. Фрейм – це глибинна структура з валентностями чи ролями. Картинка дійсності тоді розбивається на складові, які заповнюють ці валентності чи ролі» [37].

На думку Дж. Лакоффа, фреймінг передбачає процес селективного відбору аспектів реальності, посилення характеру подання цих аспектів з метою формування певних причинно-наслідкових зв'язків, морально-етичних інтерпретацій та рекомендацій щодо реакції на ситуацію. «Суб'єкти політичного впливу створюють та контролюють певні аспекти політичної реальності, роблячи їх помітнішими для свідомості об'єкта впливу, пропагуючи таким чином певну трактовку проблеми, інтерпретацію причин її виникнення,

моральну оцінку та можливі рішення» [65, с. 54]. Відтак, фрейм представляє собою фрагмент дійсності, інтерпретований крізь призму суб'єктивного сприйняття, що містить значний маніпулятивний потенціал.

Залежно від суб'єктів фреймування розрізняють медійні та індивідуальні фрейми. Медійні фрейми дозволяють журналістам «упакувати» подію в готовий шаблон і транслювати його аудиторії. Індивідуальні фрейми являють собою когнітивні схеми, що формуються на основі життєвого досвіду та системи цінностей особистості, які дозволяють обробляти інформацію, отриману з мас-медіа. Медійне фреймування здійснюється за безпосередньої участі владних структур, політичних еліт, груп інтересів і лобістських об'єднань і фактично виступає інструментом пропагандистського впливу. Зважаючи на значний формувальний потенціал сучасних соціальних медіа, індивідуальні фрейми (особливо в молодіжному середовищі) формуються під впливом трансльованих ЗМІ наративів.

На думку В. Шустя, засоби масової інформації в українському контексті фактично трансформувалися в засоби масової агітації та пропаганди, які «цілеспрямовано надають споживачеві свою інтерпретацію подій, які, як правило, не відображають реалії, конструюючи потрібне їх власнику тлумачення дійсності, і задають масовій аудиторії фрейми різних аспектів її сприйняття» [53, с. 215].

Дж. Лакофф пояснює, що республіканці (консерватори) змогли тривалий час утримувати владу в США завдяки систематичному впровадженню в суспільну свідомість певних фреймів, втілених у конкретних фразах, які з часом стали частиною повсякденної мови. Залежно від бажаної реакції об'єкта маніпуляції, можна по-різному визначати один і той самий феномен – наприклад, закон про обмеження володіння зброєю як «засіб контролю» чи як «засіб безпеки». У першому випадку закон сприйматиметься через фрейм «втручання держави», а в другому – через фрейм «турбота про людей» [64]. У контексті інформаційної війни між Україною та РФ показовим прикладом політичної маніпуляції є використання фрейму «фашист» щодо українського

патріота. Це глибинний фрейм, який конструює образ очевидного й беззаперечного абсолютного зла, і його систематичне застосування в інформаційних повідомленнях про війну формує у свідомості російського населення відповідний негативний образ ворога, а також виправдовує агресію високою метою боротьби з «фашизмом».

Дж. Лакофф наголошує, що фрейм, імплантований у масову свідомість, надзвичайно складно викоринити, а пряма полеміка з ним практично неможлива. Саме тому контрпропаганда в сучасному інформаційному суспільстві, особливо в умовах інформаційного протиборства, вимагає значно більших зусиль, ніж пропаганда.

Контрпропаганда переважно розглядається як діяльність, спрямована на нейтралізацію пропагандистських атак та маніпулятивного впливу опонента: «Контрпропаганда – це складова частина пропагандистської діяльності, система заходів, яка становить сукупність засобів, прийомів і методів, спрямованих на нейтралізацію і викриття пропаганди політичних противників з метою попередження можливих негативних наслідків щодо пропагандистської активності політика, політичної сили або ворожої держави» [33].

Виходячи з цього, контрпропаганда «реагує на інформаційну реальність» (Г. Почепцов), яка формується пропагандою, і таким чином має справу з укоріненими фреймами, боротьба з якими значно складніша, ніж їх первинне формування. Тому деякі дослідники взагалі ставлять під сумнів ефективність контрпропаганди. Зокрема, професор риторики Анна Михальська зауважує, що про контрпропаганду «у значенні терміну «спростування» чи «протидія» пропаганді в період загострення політичної конфронтації аж до холодної війни й, відповідно, посилення інтенсивності т.зв. інформаційних війн навряд чи варто особливо говорити внаслідок її недостатності як прояву пасивної позиції та її дисфункціональності» [30, с. 85]. Подібні погляди представлені в аналітичному звіті Національного інституту стратегічних досліджень України (2016 р.). Виходячи з розуміння контрпропаганди як діяльності, спрямованої на «безпосередню або опосередковану нейтралізацію чи представлення в хибному

світлі твердження, що їх пропонує пропаганда», автори звіту вважають, що «для України застосування контрпропаганди не є доцільним з огляду на те, що вона: по-перше, підриває основи демократії, яка потребує достовірної інформації; по-друге, знижує довіру громадян до органів державної влади, які втрачають авторитет у боротьбі з абсурдними наративами російської пропаганди; по-третє, перетворюється на реактивну стратегію та продукування контрфейків» [16, с. 71].

На нашу думку, такий підхід до розуміння контрпропаганди є надто обмеженим. Більш продуктивним видається визначення контрпропаганди як частини ідеологічного наступу, тому будь-який контрпропагандистський захід, крім чисто тактичної мети викриття конкретної ворожої кампанії, має бути спрямований і на вирішення стратегічного завдання: виховання непримиренності до пропаганди ідеологічного противника [33].

З цього випливає, що контрпропаганда, окрім оперативного реагування на безпосередні пропагандистські виклики, виконує також стратегічну функцію – формування ідеологічної стійкості суспільства. Подібне розуміння контрпропаганди пропонує і Г. Почепцов: «Гарна контрпропаганда – це заздалегідь вбудований фільтр. У цьому випадку не потрібно боротися з кожним новим фактом-фейком, оскільки потік від цього джерела визнається недостовірним» [37]. Як приклад, Г. Почепцов наводить ситуацію, коли на протипагу чуток про те, що майбутній президент США Барак Обама сповідує іслам, був створений інформаційний контент про його відвідування християнської церкви.

Виходячи з різноманітних підходів до визначення контрпропаганди, можна виділити кілька її функціональних аспектів або видів. Так, в аналітичному звіті Національного інституту стратегічних досліджень зазначено, що «контрпропаганда виконує дві функції – упереджувальну і викривальну. Провідною є упереджувальна функція, мета якої – формування стійкої громадської думки та ідеологічного імунітету щодо пропагандистських та психологічних впливів опонентів. Викривальна функція полягає у

розвінчанні ідей, стереотипів і пропагандистських штампів, а також поясненні населенню навмисної дезінформації з боку опонентів. Успішна контрпропаганда полягає в умінні систематично показувати підґрунтя, мотиви й технологію обману і в кінцевому підсумку навчити людей самостійно викривати ідеологічні провокації опонентів» [16, с. 68].

Д. Павлов класифікує контрпропагандистські технології на три категорії: превентивні, протидіючі (нейтралізуючі) та наступальні. «Технології попередження працюють на випередження реакції опонента, пояснюючи ситуацію до того, як вона стала об'єктом використання для негативних повідомлень опонента. Протидіючі технології пропаганди спрямовані на зменшення чи нейтралізацію пропаганди опонента... Технології наступальної контрпропаганди спрямовані на випереджаючу дискредитацію суб'єктів, джерел, засобів та змісту пропагандистських повідомлень політичних опонентів» [33, с. 48].

Оскільки основу контрпропаганди (як і пропаганди) становить комунікативний процес, її структура включає такі компоненти, як адресат і адресант повідомлення, наміри, зміст і канали передачі інформації, а також результат комунікації. На цій підставі можна визначити основні структурні елементи контрпропаганди:

1. Мета контрпропаганди – нейтралізація пропагандистського впливу противника.
2. Суб'єкти контрпропаганди – особи та організації, які планують або здійснюють контрпропагандистські заходи.
3. Об'єкти контрпропаганди – цільова аудиторія, на яку спрямований психологічний вплив для досягнення цілей контрпропаганди.
4. Зміст контрпропаганди – комплекс заходів щодо здійснення інформаційно-психологічного впливу на цільову аудиторію з метою досягнення цілей контрпропаганди.
5. Методи контрпропаганди – прийоми, що використовуються для здійснення психологічного впливу на об'єкти контрпропаганди.

6. Канали контрпропаганди – шляхи донесення інформації до об'єктів контрпропаганди.

7. Результат контрпропаганди – зміни у свідомості та поведінці об'єктів контрпропаганди внаслідок здійсненого психологічного впливу, що свідчать про досягнення поставлених цілей.

У контексті російсько-української інформаційної війни контрпропагандистська діяльність має здійснюватися як на загальнодержавному рівні (за умови підтримки з боку міжнародних партнерів України у сфері стратегічних комунікацій), так і на рівні окремих державних інституцій та громадських об'єднань.

Таким чином, суб'єктами контрпропагандистської діяльності щодо протидії інформаційній агресії РФ можуть виступати: державні органи, зокрема відповідні структури Міністерства оборони України та Генерального штабу ЗС України; громадські об'єднання; міжнародні організації; засоби масової інформації; блогери; громадські активісти. Оскільки контрпропагандистська діяльність спрямована насамперед на свідомість ключових акторів російського пропагандистського впливу та їхніх прихильників, систему поширення деструктивного інформаційного контенту, то об'єктами контрпропаганди в умовах гібридної війни з РФ мають бути: ідеологи та учасники пропагандистської антиукраїнської кампанії; особи, що сприяють поширенню дезінформації; особи, схильні до впливу російської пропаганди. Безумовно, до об'єктів контрпропаганди слід також віднести населення України в цілому, оскільки превентивні контрпропагандистські заходи спрямовані на інформування про природу пропаганди противника з метою формування стійкості суспільства до деструктивного інформаційного впливу.

За словами Н. Калла, ефективна контрпропаганда не лише знешкоджує інформаційну агресію противника, але й сприяє вдосконаленню суспільства. Як свідчить досвід США, об'єктом контрпропаганди може бути також населення країни-агресора. Н. Калл наводить приклад програми масової контрпропаганди у процесі «перевиховання» Німеччини та Японії після Другої світової війни.

Кампанія базувалась на концепції Нового курсу Ф. Рузвельта, згідно з якою соціальні проблеми є наслідком соціальних дисфункцій, і корегуючи соціальні структури, можна корегувати соціальну поведінку. Німеччина та Японія розглядалися як «хворі» суспільства, що потребують «лікування» від тоталітаризму, а пропаганда інтерпретувалася як механізм поширення цієї «хвороби». У Німеччині підхід до «лікування» зосереджувався на розвитку вільної преси, ліберальної освіти та здорового громадянського суспільства замість нацистської системи, керованої пропагандою. «Захопливим елементом контрпропаганди в японській програмі було рішення створити радіоігрове шоу як жанр для просування ідей індивідуальності та конкуренції як протиотрути від минулої дієти централізованої імперської пропаганди» [62, с. 3].

Зрозуміло, що мета контрпропаганди відрізняється залежно від об'єктів впливу: а) осіб або організацій, які свідомо здійснюють пропагандистську діяльність і є активними учасниками гібридної війни проти України; б) населення. У першому випадку головною метою контрпропаганди є припинення такої діяльності, а в другому – нейтралізація деструктивного інформаційного впливу та формування імунітету проти ворожої пропаганди. Також слід зауважити, що універсальна стратегія боротьби з пропагандою не може бути ефективною у всіх ситуаціях і має враховувати особливості об'єктів впливу: тих, хто перебуває під впливом пропаганди опонента, та тих, хто має схильність до такого впливу. Тому цілі контрпропагандистської кампанії мають відповідати характеристикам цільової аудиторії через розуміння її установок, переконань і думок.

Змістовне наповнення контрпропаганди в умовах російсько-української війни має становити комплекс заходів щодо здійснення інформаційно-психологічного впливу на пропагандистських акторів та населення. У цьому контексті продуктивною є концепція, розроблена американським військовим дослідником Скоттом Бродо, автором «Керівництва з контрпропагандистської стратегії США у боротьбі з Аль-Каїдою» [58]. Він вважає, що стратегія

контрпропаганди ґрунтується на трьох компонентах: інформаційне середовище, фізична інфраструктура та контекст.

Фізичний компонент контрпропаганди передбачає безпосередню ліквідацію можливостей поширення пропаганди: знищення або пошкодження технічного обладнання та комунікаційних каналів опонента (наприклад, руйнування телевеж або вилучення тиражів друкованих видань). Стратегія контрпропаганди, спрямована на контент (власне інформаційне наповнення), пов'язана або з блокуванням доступу до нього (блокування радіо- та телетрансляцій, цензурування інформації в ЗМІ), або з підривом його достовірності з метою формування недовіри та альтернативних інтерпретацій для цільової аудиторії.

Таким чином, основна увага контрпропагандистської діяльності має бути зосереджена на контенті (інформаційному змісті) та когнітивному рівні (сприйнятті інформації та прийнятті рішень).

Каналами поширення інформації в рамках контрпропагандистської діяльності є: безпосередня комунікація; зовнішня агітація; засоби масової інформації; мережа Інтернет та локальні інформаційно-телекомунікаційні мережі.

Основними результатами контрпропагандистської діяльності в умовах гібридної війни з РФ мають стати: формування в суспільстві неприйняття ідеології «руського мира»; зменшення кількості осіб, схильних до впливу російської пропаганди; підвищення стійкості суспільства до гібридних деструктивних впливів; формування позитивного іміджу України на міжнародній арені та підвищення рівня медіаграмотності населення.

З початку гібридної війни РФ в Україні протидію ворожій пропаганді здійснювали численні громадські об'єднання. Так, на початку березня 2014 року викладачі, студенти та випускники Могілянської школи журналістики спільно з програмою Digital Future of Journalism започаткували проєкт stopfake.org, спрямований на спростування викривленої інформації та пропаганди про події в Україні, що розповсюджувалася через російські ЗМІ. Фактчекінг та

підвищення медіаграмотності аудиторії є основними завданнями цього журналістського проєкту, який, за словами його засновників, перетворився на інформаційний хаб, де аналізується таке явище, як кремлівська пропаганда, у всіх аспектах і проявах.

У 2015 році тодішнім Міністерством інформаційної політики було ініційовано волонтерський проєкт «Інформаційні війська України». До 2017 року проєкт функціонував як складова частина Міністерства, здійснюючи моніторинг та спростування фейкових новин і недостовірної інформації в соціальних мережах.

Наразі ця громадська організація здійснює самостійну контрпропагандистську діяльність, позиціонуючи себе як спільноту «активних українців, що об'єднуються задля захисту України від агресивної інформаційної пропаганди російських спецслужб – так званої «кісельовщини». За визначенням організаторів проєкту, вони відстежують інформаційні провокації проти України, брехню російських ЗМІ та поширюють контрпропаганду.

Контрпропагандистську діяльність здійснює також громадська організація «Детектор медіа», заснована українськими журналістами в 2004 році. Зусилля державних органів України у протидії російській пропаганді в останні роки були переважно зосереджені на цензуруванні контенту – забороні трансляції російських телеканалів, запровадженні квот на радіомовлення з метою збільшення частки україномовного контенту та обмеженні імпорту російської друкованої продукції. Це відносно прості та швидкодіючі контрпропагандистські заходи, що дають досить оперативні результати, проте мають певні просторово-часові обмеження. Так, фактично невідконтрольним для державних інституцій залишається інтернет-сегмент, а за даними «NGO Detector Media», 15% українців продовжують переглядати російські телеканали, які мають найвищий рівень довіри в південних та східних регіонах країни.

Лише 11 березня 2021 року указом Президента України було створено Міжнародний центр протидії дезінформації на базі РНБО з «метою протидії загрозам національній безпеці та національним інтересам України в

інформаційній сфері, боротьби з пропагандою, деструктивними дезінформаційними впливами та кампаніями, недопущення маніпулювання громадською думкою» [40]. На базі Центру в цілодобовому режимі функціонує Єдина автоматизована моніторингова система, розроблена спеціалістами апарату РНБО. Ця система узагальнює виявлені спецслужбами та окремими органами влади інформаційні загрози, аналізує їх та формує пропозиції щодо реагування.

Ці та інші центри виконують моніторингові та дорадчі функції, їхнім завданням є аналіз інформації, що може становити загрозу для національної безпеки України, а також розробка конкретних пропозицій для відповідних відомств щодо протидії пропаганді та деструктивним дезінформаційним акціям.

1 березня 2020 року розпочав мовлення в аналоговому та цифровому форматах державний цілодобовий розважально-інформаційний телеканал «Дом», сигнал якого транслюється на тимчасово окуповані території Донбасу та АР Крим. Телеканал створено з метою об'єктивного інформування українців, які перебувають в умовах тимчасової окупації, про ситуацію в Україні, світі та в їхніх тимчасово окупованих регіонах. З 2 лютого 2021 року в ефірі «UA: Українське радіо» – найбільшої FM-мережі та найпопулярнішого розмовного радіо країни, що здійснює мовлення на тимчасово окуповані території, з'явилися нові програми – «На самом деле: Донбасс», «На самом деле: Крым», які транслюються російською мовою для жителів тимчасово окупованих росією регіонів Донбасу та Криму. Місія обох проєктів полягає в об'єктивному аналізі незалежними експертами тем, які в російських та підконтрольних окупантам місцевих ЗМІ висвітлюються тенденційно, з використанням ворожих наративів.

Також Міністерство культури та інформаційної політики України розробляє план заходів щодо протидії російській пропаганді в українському інформаційному просторі, що передбачатиме розширення українського мовлення національної цифрової телемережі, особливо в прикордонних районах, а також протидію поширенню сигналу з території Криму, окупованих районів Донбасу та російської федерації на територію України.

Безумовно, такі заходи держави у сфері протидії російській пропаганді заслуговують на схвалення, однак координація контрпропагандистської діяльності має здійснюватися з єдиного центру, де буде розроблена комплексна державна стратегія боротьби з ворожою пропагандою. Згадуваний вище С. Бродо наголошує, що для формування та реалізації стратегічного контрпропагандистського впливу в умовах інформаційної війни необхідна спеціалізована інституція, яка становитиме ефективний інформаційний інструмент держави з єдиним керівництвом, консолідованими можливостями та підзвітністю.

Крім того, необхідна розробка комплексної державної політики у сфері боротьби за суспільну свідомість, яка передбачатиме узгодженість та єдність дій усіх державних структур, залучених до контрпропагандистських заходів. Єдина політика контрпропаганди має сприяти формуванню конструктивної взаємодії між різними державними відомствами та забезпечувати узгодженість декларацій і практичних дій.

Висновки до третього розділу

Інформаційна війна стала невід'ємним компонентом сучасного геополітичного протистояння, набувши безпрецедентних масштабів та інтенсивності. Російська пропаганда використовує широкий арсенал інструментів впливу, включаючи системне повторення маніпулятивних наративів, поширення логічно непослідовних суджень та активне використання фейків. Важливим елементом цього впливу є спотворення історичних фактів, що створює хибне тлумачення дійсності та розмиває межу між війною і миром.

Проведений аналіз свідчить, що ефективність пропагандистського контенту базується не на приховуванні інформації, а на її стратегічному поширенні через різноманітні канали комунікації. Основним індикатором результативності стає вірусність контенту, якій сприяють як рейтинг

повідомлень у пошукових системах, так і їх закріплення в соціальних медіа та цитування користувачами.

У контексті протидії інформаційній агресії Україна здійснила ряд важливих кроків. Зокрема, було створено Центр протидії дезінформації при РНБО України та прийнято закони, що забороняють виготовлення та поширення інформаційної продукції, спрямованої на пропагування дій держави-агресора. Значну роль у протидії відіграє також системне спростування дезінформації та формування позитивного дискурсу, що демонструє привабливість демократичної моделі суспільства.

Кіберпростір став ключовим театром протистояння, де росія здійснює систематичні атаки на об'єкти критичної інфраструктури України. Значущим досягненням у протидії цим атакам стала консолідація технічних фахівців та ефективна координація зусиль у кіберпросторі, зокрема через створення ІТ-армії України.

Контрпропаганда як культурний механізм протидії деструктивному інформаційному впливу повинна мати стратегічний характер. Вона має бути спрямована не лише на нейтралізацію пропагандистських атак, але й на формування ідеологічної стійкості суспільства, розвиток медіаграмотності населення та просування українських наративів на міжнародній арені.

Ефективна протидія інформаційній агресії потребує комплексного підходу, що передбачає консолідацію зусиль державних органів, громадських організацій та міжнародних партнерів. Українська стратегія має включати як реактивні заходи (спростування дезінформації), так і проактивні (формування власного проукраїнського дискурсу), що дозволить перейти від оборонної позиції до стратегічного контрнаступу в інформаційній війні.

Успішне вирішення проблеми монументальної пропаганди, демонтаж візуальних символів імперського чи радянського минулого, які слабо пов'язані з українською історією, становить важливий аспект протидії російському інформаційно-психологічному впливу.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження соціокультурних аспектів інформаційної війни дозволяє зробити ряд важливих узагальнень. Встановлено, що поняття «інформаційна війна» сформувалося відносно нещодавно – у середині 1970-х років, проте сам феномен інформаційного протистояння має глибоке історичне коріння. Концептуалізація даного терміну відбулася у працях Томаса Рона та Маршалла Маклюена, а офіційне визнання термін здобув у 1992 році після закріплення в директиві міністра оборони США.

У результаті критичного аналізу наукових джерел встановлено відсутність єдиного загальноприйнятого визначення інформаційної війни. Запропоновано комплексний підхід до розуміння цього явища як складної, цілеспрямованої дії, що здійснюється з метою впливу на свідомість і поведінку людей та інформаційні системи для досягнення переваги в національній стратегії. Обґрунтовано доцільність розмежування понять «інформаційна війна» та «інформаційно-психологічна війна», де перше є загальним поняттям, яке можна поділити на інформаційно-психологічну та інформаційно-технічну (кібернетичну) війну.

Виявлено тісний взаємозв'язок між інформаційною війною та політикою, оскільки будь-яке збройне протистояння є результатом політичних рішень. Інформаційні війни часто відбуваються між суспільствами, що належать до різних цивілізацій або представляють різні політичні режими й ідеології, і характеризуються безперервністю, здатністю розгортатися не лише в умовах збройних конфліктів, але й у мирний час.

Дослідження історичної еволюції інформаційного протистояння дозволило виокремити чотири ключові етапи його трансформації: зародження інформаційного протистояння в найдавніші часи з формуванням систем писемності; кардинальна зміна швидкості та методів передачі інформації в середині XIX століття внаслідок науково-технічного прогресу; розвиток інформаційного протиборства в умовах загострення геополітичної

напруженості ХХ століття; сучасний етап початку ХХІ століття, коли кібернетичне протистояння інституціоналізувалося як самостійний деструктивний феномен, а технології інформаційно-психологічного впливу перетворилися на системну загрозу стабільності політичних систем.

Аналіз соціокультурних аспектів інформаційної війни показав, що в контексті сучасної інформаційної епохи інформація виступає ключовим ресурсом, який суттєво впливає на функціонування економічної системи, соціокультурні процеси та політичне життя. Встановлено, що розповсюдження інформації має дуалістичний характер: з одного боку – це позитивний розвиток комунікацій, а з іншого – небезпека маніпулятивних впливів та поширення дезінформації, що створює викривлену основу для подальшого суспільного розвитку.

Визначено, що інформаційна війна оперує комплексом взаємопов'язаних понять: фейки, меседжі та наративи, які формують ієрархічну структуру інформаційного впливу. З'ясовано, що фейки виступають найменшою змістовою одиницею, які продукуються масово й регулярно. Більш структурованими є меседжі – цільові інформаційні повідомлення, що формуються з фейків, напівправд та маніпуляцій. Сукупність меседжів утворює наратив – цілісну оповідь, що пропонує певне пояснення реальності з метою формування специфічного світогляду у цільовій аудиторії.

Досліджено особливості маніпулювання суспільною свідомістю в умовах інформаційно-гібридного протистояння. Виявлено, що маніпулятивні технології характеризуються імпліцитністю, ілюзорністю, непомітністю механізмів впливу та прямим психологічним тиском на свідомість задля формування вигідних переконань. Визначено ключові вектори маніпулятивного впливу: деконструкція духовно-культурного простору та історичної спадщини суспільства; дестабілізація громадської думки та політичних орієнтацій населення; розбалансування політичного спектру через провокування конфліктів між партіями та рухами; ескалація соціальних, етнонаціональних і конфесійних суперечностей; дисфункціоналізація системи інформаційного

забезпечення органів управління; дискредитація державних інституцій та підрив довіри населення.

З'ясовано, що в умовах цифрової трансформації суспільства маніпулятивні технології набули принципово нових якостей, зокрема підвищеної ефективності в умовах атомізації суспільства та ослаблення традиційних культурних зв'язків. Доведено, що феномен постправди, який характеризується втратою суспільством чутливості до істини та задоволенням псевдорациональними інтерпретаціями подій, створює сприятливі умови для маніпулювання суспільною свідомістю з боку зацікавлених політичних сил.

Аналіз характерних рис та механізмів інформаційного протистояння в умовах збройної агресії росії проти України (2014–2025) дозволив встановити, що цей період став безпрецедентним випробуванням для України в сфері інформаційної безпеки. Розгорнута росією інформаційна кампанія безпрецедентного масштабу характеризується систематичним поширенням пропагандистських наративів, дезінформації та маніпулятивних матеріалів як усередині країни, так і на міжнародній арені.

Ідентифіковано ключові механізми російської інформаційно-психологічної війни: систематичне повторення пропагандистських наративів, поширення логічно непослідовних та нераціональних суджень через медіа та мережі політичних ботів, масові історичні фальсифікації від маніпулятивних тверджень щодо історичної приналежності Криму до розмивання межі між війною та миром.

Встановлено, що український інформаційний опір агресії РФ зосереджується на таких ключових напрямках: систематичне спростування дезінформації, розвінчання маніпулятивних історичних наративів та документування фактів російської агресії. Підкреслено значну роль Центру протидії дезінформації при РНБО України у здійсненні просвітницької роботи та роз'ясненні механізмів пропаганди та дезінформації.

Досліджено роль контрпропаганди як культурного механізму протидії сучасним технологіям інформаційних війн. Доведено, що ефективна

контрпропаганда не обмежується оперативним реагуванням на безпосередні пропагандистські виклики, але й виконує стратегічну функцію формування ідеологічної стійкості суспільства. Визначено, що сутність контрпропаганди полягає не лише у спростуванні окремих фейків, а в системному формуванні інформаційно-когнітивного імунітету суспільства шляхом розвитку медіаграмотності та критичного мислення.

Ідентифіковано структурні елементи контрпропаганди: мета (нейтралізація пропагандистського впливу противника); суб'єкти (особи та організації, які планують або здійснюють контрпропагандистські заходи); об'єкти (цільова аудиторія); зміст (комплекс заходів інформаційно-психологічного впливу); методи (прийоми психологічного впливу); канали комунікації та результат (зміни у свідомості та поведінці об'єктів впливу).

Запропоновано підходи до удосконалення контрпропагандистської діяльності в умовах російсько-української війни, зокрема через консолідацію зусиль державних структур, розробку комплексної державної політики у сфері боротьби за суспільну свідомість, забезпечення координації контрпропагандистських заходів з єдиного центру та інтеграцію технологій інформаційно-психологічного впливу з контрнарративами, що ґрунтуються на демократичних цінностях і національній ідентичності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Башманівський, В. І., Шульська, Н. М., Зінчук, Р. С. Фейкоінструментарій ведення інформаційної війни в Україні: на матеріалі мови сучасних медіа. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, 2023. Вип. 34(73) (1). С. 274–280.
2. Брижко В., Швець М., Цимбалюк В. Е-боротьба в інформаційних війнах та інформаційне право. Монографія; за ред. М. Швеця. К.: ТОВ «ПанТот», 2007. 218 с.
3. Валушко І.О. Еволюція інформаційних війн: історія і сучасність / І. О. Валушко // Історико-політичні студії. 2015. № 2. С. 127–134. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipc_2015_2_15 (дата звернення: 20.04. 2025).
4. Війни інформаційної епохи: міждисциплінарний дискурс : монографія / за ред. В.А. Кротюка. Харків : ФОП Федорко М. Ю., 2021. 215 с.
5. Гіда О.Ф. Соціальні мережі як засіб деструктивних впливів через інформаційний простір. Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика). 2020. №1(30). С. 223–232.
6. Гойман О. Феномен соціального міфу в сучасних реаліях. Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія. 2018. № 1(27). С. 31–36.
7. Голуб Олена. Що наразі просуває російська пропаганда. Інститут масової інформації. 12.04.2021. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/shho-narazi-prosuvaye-rosijska-propaganda-i38578> (дата звернення: 20.04. 2025).
8. Гройсман А., Віллард С. IT-Армія України: структура, діяльність та ефективність. Центр безпекових досліджень ETH Zurich. 2022. Випуск 6. С. 1–24.
9. Данілова А.О. Механізми вірусного поширення дезінформації в умовах інформаційної війни. Соціальні комунікації: теорія і практика. 2023. Випуск 19(2). С. 45–58.

10. Дефібо С., Шеффер Д. Чи може теорія виснаження надати розуміння кібервійни? Журнал кібербезпеки. 2023. Том 5(2). С. 78–96.
11. Джадт Т. Після війни. Історія Європи від 1945 року / Пер. з англ. А. Савенець. Київ: Наш формат, 2020. 928 с.
12. Е-боротьба в інформаційних війнах та інформаційне право: монографія / В.М. Брижко [та ін.]; за ред.д.е.н., проф., члена-кореспондента АПрН України М. Швеця. Київ: НДЦПІ АПрН України, 2007. 144 с.
13. Жадько, Віктор Олексійович. Журналістика та основи редакторської майстерності : навч. посіб. / В. О. Жадько. Київ : Знання, 2012. 271 с.
14. Зеленін В.В. Основи міфодизайну: Психотехнології керування медіареальністю. Київ: ГНОЗІС, 2017. 254 с.
15. Ілюк Ксенія. Інформаційна війна – це не тільки фейки. *ДМ media sapiens*. 31 березня 2022 року. URL: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/29264/2022-03-31-informatsiy-na-viyna-tse-netilky-feyky> (дата звернення: 20.04. 2025).
16. Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії : аналіт. доп. / за заг. ред. А. Баровської. К. : НІСД, 2016. 109 с.
17. Інформаційно-психологічні операції в умовах ведення гібридної війни / Ю. Мороз, Ю. Твердохліб. Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини. 2016. Вип. 38. С. 97–105. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Mv_2016_38_12 (дата звернення: 20.04. 2025).
18. Калініченко Б. М. Інформаційна війна: чинники ескалації і засоби протидії. Черкаси: Видавець Чабаненко Ю., 2020. 350 с.
19. Касирер Е. Техніка сучасних політичних міфів / Пер. В. Іванова // Філософська і соціологічна думка. 2018. № 4. С. 74–78.
20. Клочко Надія. Конфлікт між Залужним і офісом Зеленського: Міноборони розставило крапки над «і». *Главком*. 17.08.2022. URL: <https://glavcom.ua/country/politics/konflikt-mizh-zaluzhnyim-i-ofisom-zelenskohominoboroni-rozstavilo-krapki-nad-i-868753.html> (дата звернення: 20.04. 2025).

21. Саноцька Н.Я. Контури постправди в інформаційному суспільстві. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2017. Вип. 20. С. 108–111. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprfc_2017_20_30 (дата звернення: 20.04. 2025).
22. Корольов Є. Чому «постправда» стало іменником року, або Як соцмережі знищують дискурс. *Tech today*. 2 грудня 2016 р. URL: <https://techtoday.in.ua/news/chomu-postpravda-stalo-imennikom-roku-abo-yaksotsmerezhi-znishhuyut-diskurs-68674.html> (дата звернення: 20.04. 2025).
23. Костельнюк М. М. Маніпуляційні технології в політичних процесах: термінологічний інструментарій. *Грані*. 2018. Т. 21. № 5. С. 123–131.
24. Ліпкан В.А. Інформаційна безпека України. К.: 2009. 213 с.
25. Маляренко В.І. Інформаційна безпека України: концептуальні засади та практична реалізація. *Інформація і право*. 2021. № 3(38). С. 104–112.
26. Марків Олександра. Постправда та фактчекінг – тренди сучасної комунікації. *Наука та освіта: ключові питання сучасності*. 18 травня 2018 року. Том 11. С. 112–119.
27. Маркова М.В. Інформаційно-психологічна війна як новий виклик сучасності: стан проблеми та напрямки її подолання. *Проблеми безперервної медичної освіти та науки*. 2022. № 2. С. 74–80.
28. Марунченко О.П. Інформаційна війна в сучасному політичному просторі : дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02. Одеса, 2012. 209 с.
29. Машмайер Л., Кавелті М. Кібервійна та російсько-українське протистояння: теоретичні та практичні аспекти. *Journal of Information Warfare*. 2023. Том 22(1). С. 33–47.
30. Мельничук О.С. Методологічні проблеми аналізу співвідношення ідеального і матеріального в сфері мови. *Мовознавство*. 1987. № 1. С. 3–14.
31. Михальченко М., Скринник З. Інформаційна війна: соціально-онтологічний та мілітарний аспекти. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. 2013. № 750: Філософські науки. С. 35–40.
32. Мохі А. Асиметрія кіберможливостей у російсько-українському конфлікті. *Дослідження кібербезпеки*. 2022. № 4. С. 112–128.

33. Павлов Д. М. Специфіка здійснення контрпропагандистських політичних технологій. Наукові праці. Політологія. 2017. Т. 309. № 297. С. 46–52.
34. Повість врем'яних літ: Літопис (За Іпатським списком) / Пер. з давньоруської, післяслово, комент. В. В. Яременка. К.: Рад. письменник, 1990. 558 с.
35. Пода Т.А. Маніпуляція як спосіб трансформації суспільної свідомості. Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія. 2019. №1(29). С. 35–39.
36. Почепцов Г. Інформаційні фактори посилення і послаблення військової дії. *ДМ Media sapiens*. 21 січня 2018 р. URL: https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/20418/2018-01-21_nformatsiynifactoryposylennya-i-poslابلennya-viyskovoii-dii (дата звернення: 20.04. 2025).
37. Почепцов Г.Г. Сміслові та інформаційні війни. *Інформаційне суспільство*. 2013. Вип. 18. С. 21–27.
38. Почепцов Г.Г. Сучасні інформаційні війни. Київ : Вид-дім «Києво-Могилянська академія», 2016. 504 с.
39. Про внесення змін до деяких законів України щодо заборони виготовлення та поширення інформаційної продукції, спрямованої на пропагування дій держави-агресора: Закон України від 3 березня 2022 року № 2109-IX *Верховна Рада України* : [сайт]. Режим доступу: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2109-20#Text>
40. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 11 березня 2021 року «Про створення Центру протидії дезінформації»: Указ Президента України від 19 березня 2021 року № 106/2021. URL: <https://www.rnbo.gov.ua/ua/Ukazy/4851.html> (дата звернення: 20.04. 2025).
41. Самчинська О.А., Фурашев В.М. Інформаційне насильство, інформаційна маніпуляція та пропаганда: поняття, ознаки та співвідношення. *Інформація і право*. 2021. №1 (36). С.55–65.
42. Сасин Г.В. Інформаційна війна: сутність, засоби реалізації, результати та можливості протидії (на прикладі російської експансії в український простір). *Грані*. 2015. № 3 (119). С. 18–23.

43. Свідерська О.І. Теоретико-методологічні аспекти маніпулювання суспільною свідомістю. *Актуальні проблеми політики*. 2018. Вип. 61. С. 122–130.
44. Світова гібридна війна: український фронт: монографія / за заг. ред. В. П. Горбуліна. Київ: НІСД, 2017. 282 с.
45. Сікорський О.П., Якобчук М.Ю. Інформаційно-психологічні війни: форми та методи. *Наукові записки Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка. Серія Право. Випуск 5*. 2018. С. 191–197.
46. Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій: практичний посібник / [Л. Компанцева, О. Заруба, С. Череватий, О. Акульшин; за заг. ред. О. Давліканової, Л. Компанцевої]. Київ: ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с.
47. Стратегія кібербезпеки України: затверджена Указом Президента України від 26 серпня 2021 року № 447/2021. *Офіційний вісник України*. 2021. № 69. С. 24.
48. Твердохліб Ю.М. Інформаційно-психологічні операції у російсько-українській гібридній війні : дис. ... канд. політ. наук : 23.00.04. Чернівці, 2019. 222 с.
49. Христенко В. Є. Маніпулювання свідомістю в умовах гібридної війни: психологічний аспект. *Актуальні дослідження в сучасній вітчизняній екстремальній та кризовій психології* : монографія / за заг. ред. В. П. Садкового, О. В. Тімченка. Харків, 2017. С. 163–181.
50. Цюрупа М. Питання визначення сутності «гібридної війни»: на прикладі збройної боротьби на Сході України (середина 2014–кінець 2015 рр.). *Наукові записки*. Вип. 5-6 (79-80). С.56-65. URL: https://ipiend.gov.ua/wpcontent/uploads/2018/07/tsurupa_pytannia.pdf (дата звернення: 20.04. 2025).
51. Чачко О., Лінос К. Міжнародне право в умовах російсько-української війни: виклики та перспективи. *Український часопис міжнародного права*. 2023. № 1. С. 45–52.
52. Чорномаз Б.Д. Національна пам'ять як зброя в інформаційній війні. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*. 2019. № 22 (11). С. 69–80.

53. Шусть В. В. Фреймінг соціально-політичної реальності як механізм формування політичних цінностей молоді. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки*. 2017. Вип.5 (1). С. 211–219.
54. Яковчук В., Малець Б., Борзов Ю. Інформаційні війни в сучасному світі. URL: <https://sci.ldubgd.edu.a/bitstream> (дата звернення: 20.04. 2025).
55. Andrea Cerase, Claudia Santoro *From Media Hype to Twitter Storm*, 2018, pp. 333–354.
56. Ball J. *Post-truth : how bullshit conquered the world*. London : Biteback Publishing, 2017. 306 p.
57. Bassy N. Unpacking FAKE NEWS: NATIONAL SECURITY IN THE POST-TRUTH ERA, Jan. 1, 2018, pp. 5-9 URL: <https://www.jstor.org/stable/resrep17648.5> (дата звернення: 20.04. 2025).
58. Brodeur S.D. *Guidelines for a U.S. Counterpropaganda Strategy to Defeat Al-Qaeda Recruiting*. School of Advanced Air and Space Studies. Air University. Maxwell Air Force Base, Alabama, June 2011. vi, 103 p.
59. By Leon Aron *Russian Propaganda: Ways and Means*. American Enterprise Institute for Public Policy Research (AEI). 2015. URL: <https://www.aei.org/research-products/testimony/russian-propaganda-ways-and-means> (Last accessed: 28.04.2025).
60. Cantina Carl's. The #FutureOfWar and the Fight for the Strategic Narrative. *Medium*. March 25, 2015. URL: <https://medium.com> (Last accessed: 28.04.2025).
61. Cori E. Dauber and Carol K. Winkler. *Visual Propaganda and Extremism in the Online Environment* Visual Propaganda and Extremism in the Online. US Army War College USAWC Press USAWC Press. 2014, 242 p.
62. Cull N.J. *Counter Propaganda: Cases from US Public Diplomacy and Beyond*. London: Legatum Institute, 2015. 153 p.
63. Joseph E. Uscinski, Casey Klofstad and Matthew D. Atkinson. What Drives Conspiratorial Beliefs? The Role of Informational Cues and Predispositions. *Political Research Quarterly*. [Vol. 69, No. 1 \(MARCH 2016\)](#), pp. 57–71

64. Lakoff G. Framing the Dems. *The American Prospect*. September 2003. P. 32-35. URL: <http://www.zephorio.org/lakoff/files/AP08p3235.pdf> (Last accessed: 28.04.2025).
65. Lakoff G. Ten lectures on cognitive linguistics. Leiden ; Boston : Brill, 2018. 229 p.
66. Lasswell H.D. The theory of political propaganda. *The American Political Science Review*. 1927. Vol. 21. pp. 627–631. URL [:https://www.jstor.org/stable/1945515](https://www.jstor.org/stable/1945515) (Last accessed: 28.04.2025).
67. Libicki M.C. What is information warfare? Washington : National defense university, 1995. 156 p.
68. Postman Neil. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*, N.Y.: Penguin Group, 1985. 173 p.
69. Senn S. All Propaganda is Dangerous, but Some are More Dangerous than Others: George Orwell and the Use of Literature as Propaganda Others: George Orwell and the Use of Literature as Propaganda. Volume 8 Number 5, Fall 2015. pp. 149–161.
70. Walton, Douglas What Is Propaganda, and What Exactly Is Wrong with It? Article in *Public Affairs Quarterly* · December 1996. Pp 11–19.
71. Wardle Claire. Fake news. It's complicated. First Draft. February 16, 2017. URL: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated> (Last accessed: 28.04.2025).