

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

Кафедра міжнародних комунікацій та політичного аналізу

ШВАЙДАК ЮЛІЯ РУСЛАНІВНА

**ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОПЕРАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ
ВПЛИВУ В СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

Спеціальність: 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та
регіональні студії»

Освітньо-професійна програма «Міжнародна інформація та суспільні
комунікації»

Робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр»

Науковий керівник:

ФЕДОНЮК Сергій Валентинович,

доцент кандидат географічних наук,
доцент кафедри міжнародних комунікацій
та політичного аналізу

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № __

засідання кафедри міжнародних
комунікацій та політичного аналізу

від _____ 2024 р.

Завідувач кафедри

_____ доц. Вознюк Є.В.

ЛУЦЬК 2024

АНОТАЦІЯ

Швайдак Ю. Р. Інформаційно-психологічні операції як інструмент впливу в сучасній системі міжнародних відносин.

Рукопис. Випускна кваліфікаційна робота магістра за спеціальністю 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії», ОПІ «Міжнародна інформація та суспільні комунікації». Волинський національний університет імені Лесі Українки. Луцьк, 2024. 67 с. – українська.

У першому розділі магістерської роботи узагальнено суть інформаційно-психологічних операцій (ІПО), аналізуються етапи еволюції цього поняття та його сучасні інтерпретації. Особлива увага приділяється методам і цілям ІПО, а також психологічним аспектам, зокрема технікам впливу на масову свідомість.

У другому розділі магістерської роботи розглядається історичний контекст застосування ІПО в міжнародних відносинах, починаючи з давніх часів і до ХХ століття. Окремо вивчається трансформація ІПО в ХХ столітті, а також новітні тенденції та інноваційні підходи в цій сфері.

У третьому розділі магістерської роботи аналізуються конкретні приклади застосування ІПО в контексті російсько-української війни. Зокрема, розглядаються стратегії та інструменти впливу Російської Федерації, а також наслідки їх застосування. Також детально вивчаються українські стратегії та заходи протидії ІПО, роль засобів масової інформації та громадянського суспільства у цьому процесі.

За результатами дослідження зроблено висновки щодо ефективності інформаційно-психологічних операцій у сучасних міжнародних конфліктах, а також визначено ключові фактори успішної протидії цим операціям.

Магістерська робота містить 1 таблицю, 3 рисунки, список використаних джерел – 83 позиції.

Ключові слова: інформаційно-психологічні операції, дезінформація, пропаганда, маніпуляція, психологічний вплив, медіаграмотність, інформаційна безпека.

ABSTRACT

Shvaidak Y. R. Information and psychological operations as a tool of influence in the modern system of international relations. Manuscript. Master's paper in the specialty 291 "International Relations, Public Communications and Regional Studies", educational program "International Information and Public Communications". Volyn National University named after Lesya Ukrainka. Lutsk, 2024. 67 pages – Ukrainian.

The first chapter of the master's papers generalizes the essence of information and psychological operations (IPSO), analyzing the stages of the evolution of this concept and its modern interpretations. Special attention is paid to the methods and objectives of IPSO, as well as the psychological aspects, particularly the techniques of influencing mass consciousness.

The second chapter examines the historical context of the application of IPSO in international relations, from ancient times to the 20th century. The transformation of IPSO in the 20th century is studied separately, as well as the latest trends and innovative approaches in this field.

The third chapter analyzes specific examples of the application of IPSO in the context of the Russian-Ukrainian war. Specifically, it discusses the strategies and tools of the Russian Federation and their consequences. It also examines Ukrainian strategies and measures to counter IPSO, as well as the role of the media and civil society in this process. Based on the research, conclusions are drawn regarding the effectiveness of information and psychological operations in modern international conflicts and key factors for the successful counteraction to these operations.

The master's paper contains 1 table, 3 figures, and a list of references of 83 items.

Keywords: information and psychological operations, disinformation, propaganda, manipulation, psychological influence, media literacy, information security.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ.....	7
1.1 Концептуалізація інформаційно-психологічних операцій: еволюція поняття та сучасні інтерпретації	8
1.2 Методи та цілі інформаційно-психологічних операцій.....	10
1.3 Психологічні аспекти інформаційно-психологічних операцій: методи та техніки впливу на масову свідомість	13
РОЗДІЛ II. ІСТОРИЧНИЙ ТА СУЧАСНИЙ ВИМІРИ ІПСО В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН	18
2.1 Історичний досвід застосування інформаційно-психологічних операцій у міжнародних відносинах	18
2.2 Трансформація інформаційно-психологічних операцій у ХХ столітті	23
2.3 Тенденції та інноваційні підходи в інформаційно-психологічних операціях	29
РОЗДІЛ III. ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОПЕРАЦІЇ В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	35
3.1 Інформаційно-психологічні операції Російської Федерації проти України: стратегії, інструменти та наслідки	35
3.2 Українські стратегії та заходи протидії інформаційно-психологічним операціям	42
3.3 Роль засобів масової інформації та громадянського суспільства у протидії інформаційно-психологічним операціям з боку Російської Федерації.....	48
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	57

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасному світі інформація перетворилася на важливий стратегічний ресурс, що має вирішальний вплив на політичні, економічні та соціальні процеси. В умовах глобалізації та стрімкого розвитку цифрових технологій інформація стала не лише засобом передачі знань, але й потужним інструментом маніпулювання та психологічного впливу. Особливо це стало очевидним в умовах гібридних воєн, де інформаційно-психологічні операції стали одним із основних засобів впливу на громадську думку, зміну політичних курсів та підрив стабільності держав.

Інформаційно-психологічні операції (ІПСО) є важливим аспектом сучасних міжнародних відносин, адже вони спрямовані не лише на досягнення військово-стратегічних цілей, але й на реалізацію політичних, економічних та соціокультурних завдань. В умовах зростаючої конкуренції між державами, недержавними акторами та транснаціональними корпораціями, ІПСО стали інструментом, що дозволяють досягати цілей без прямого застосування сили.

ІПСО мають давню історію, проявляючись ще в античності через пропаганду, міфотворчість та символізм. Релігія відіграла ключову роль у Середньовіччі, а розвиток друкарства в Новий час сприяв поширенню інформаційних кампаній. У XIX столітті поява медіа значно посилила можливості для впливу на суспільну думку. Розвиток цифрових технологій відіграє особливу роль у формуванні інформаційно-психологічних операцій. Соціальні мережі, штучний інтелект стали новими інструментами, які значно збільшили потенціал ІПСО та створюють додатові виклики для міжнародної спільноти.

Росія активно використовує інформаційно-психологічні операції для дестабілізації українського суспільства та підриву довіри до державних інститутів. Ці операції охоплюють військову пропаганду, соціальні маніпуляції та інформаційні кампанії.

Україна є яскравим прикладом держави, яка у сучасних умовах стала полем для інтенсивних інформаційно-психологічних операцій, тому вивчення інформаційно-психологічних операцій Росії проти України є надзвичайно важливим для розуміння стратегії та тактики ворога, захисту національної безпеки, впливу на міжнародну спільноту та протидії поширенню подібних операцій у інформаційному середовищі.

Метою магістерської роботи є аналіз теоретико-методологічних засад інформаційно-психологічних операцій, дослідження їх застосування у контексті російсько-української війни та визначення ефективних механізмів протидії.

Для досягнення поставленої мети визначено такі **завдання**:

- проаналізувати еволюцію поняття інформаційно-психологічних операцій та технік впливу на масову свідомість;
- здійснити огляд трансформації ПІСО базуючись на історичному досвіді та сучасних інноваціях у міжнародних відносинах;
- здійснити аналіз інформаційно-психологічних операцій Російської Федерації проти України та оцінити роль медіа й громадського суспільства у їх протидії;
- розробити рекомендації щодо вдосконалення механізмів протидії ПІСО в Україні.

Об'єктом дослідження є інформаційно-психологічні операції як складова частина сучасних міжнародних відносин.

Предметом дослідження є методи, стратегії та інструменти інформаційно-психологічних операцій, їх застосування в контексті російсько-української війни, а також ефективність протидії цим операціям.

Для розв'язання поставлених завдань застосовувалися наступні **методи дослідження**: аналіз використовувався для вивчення теоретичних основ концепції інформаційно-психологічних операцій, а також для розкриття еволюції цього поняття та його сучасних інтерпретацій. Компаративний метод дозволяв порівняти різні підходи до застосування ПІСО в історичному та сучасному контекстах. Метод контент-аналізу застосовувався для дослідження

медіа-матеріалів та інформаційних кампаній, що дозволяло оцінити техніки та стратегії впливу на масову свідомість через різні медіа-канали, включаючи традиційні ЗМІ та соціальні мережі. Історичний метод давав змогу вивчити історичний досвід застосування ІПСО в різні епохи та етапи розвитку суспільства, порівнюючи їх з сучасними операціями та практиками в умовах технологічного прогресу.

Практичне значення роботи полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані для вдосконалення стратегій і методів протидії інформаційно-психологічним операціям. Отримані висновки і рекомендації можуть стати основою для розробки ефективних механізмів інформаційної безпеки. Вивчення методів і стратегій ІПСО, а також аналіз їхнього застосування в контексті російсько-української війни дозволяє розробити адаптовані стратегії захисту інформаційного простору.

Апробація роботи. Результати дослідження були представлені на таких інтернет-конференціях, як «Стратегічні комунікації в контексті безпекової політики: європейський і глобальний рівні» (16 травня 2024 р., Луцьк, ВНУ імені Лесі Українки), «Актуальні проблеми міжнародних відносин і регіональних досліджень» (1 листопада 2024 р., Луцьк, ВНУ імені Лесі Українки) та стаття «Роль інформаційно-психологічних операцій у формуванні громадської реакції на теракт у торговому центрі «Крокус Сіті Хол»» до науково-фахового журналу «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії».

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, 3 розділів, 9 підрозділів, висновків та списку використаних джерел (78). Загальний обсяг роботи – 67 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ

1.1 Концептуалізація інформаційно-психологічних операцій: еволюція поняття та сучасні інтерпретації

У сучасному світі державні та недержавні актори дедалі активніше використовують інформаційні технології як інструмент тиску на своїх опонентів. У цьому контексті особливого значення набувають інформаційно-психологічні операції, які, нарівні з традиційними військовими операціями, здатні завдати значного впливу. В умовах перенасиченого інформаційного простору, де домінують численні й різноманітні повідомлення, аналіз і розуміння ІІСО стають ключовими елементами забезпечення інформаційної безпеки та протидії сучасним викликам.

Військовий кореспондент *The New York Times* Дрю Міддлтон відзначив, що хоч психологічна війна здається новим терміном, вона така ж стара, як і сама війна: «На перший погляд, психологічні операції та пов'язані з ними терміни можуть здаватися абсолютно новою сферою. Проте, усі великі полководці, починаючи з Олександра Македонського, використовували психологічні методи, хоча й не називали їх такими. Насправді, психологічні операції та військові обмани – це старі знайомі, що супроводжують війни протягом століть» [77].

Слова Дрю Міддлтона підкреслюють універсальність психологічних операцій як засобу стратегічного впливу. Від давніх цивілізацій до сучасності, методи, спрямовані на маніпулювання сприйняття противника, його деморалізацію, демонструють незмінну ефективність і важливість у досягненні військових і політичних цілей.

Термін «психологічні операції» вперше використовували для позначення повідомлень про капітуляцію, відправлених на материкову частину Японії у 1945 році. З часів Першої світової війни до 1960-х років загальноживаним терміном було «психологічна війна», але у 1960-х роках стало зрозуміло, що сучасна концепція включає набагато більше, ніж просто війна у звичайному сенсі, тому ІІСО стали використовувати як загальний термін [77].

Інформаційно-психологічні операції – це систематична діяльність, спрямована впливати на свідомість, емоції та поведінку цільової групи через використання інформаційно-комунікаційних засобів. Основна мета ІПСО – досягнення впливу за допомогою інформаційного впливу, а не фізичної дії. Це може включати зміну громадської думки, формування суспільних настроїв або маніпулювання фактами та даними для досягнення мети за допомогою розповсюдження фейків, дезінформації, маніпуляції, пропагандистських наративів, кібератак тощо [60].

Автор низки праць, які стосуються інформаційної та гібридної війн, М.Туранський, характеризує й визначає інформаційно-психологічну операцію як систему засобів пропаганди для протидії супротивнику, що виступає специфічним видом зброї на рівні з військовими інструментами [32].

Зазвичай ІПСО розуміється як сплановані дії з передачі конкретної інформації та індикаторів до іноземних аудиторій, щоб вплинути на діяльність іноземних урядів, організацій, груп чи індивідів [4]. Цільовими аудиторіями інформаційно-психологічних операцій є населення та їх свідомість [11].

Загалом існують дві категорії інформаційно-психологічних операцій: наступальні і оборонні. Проте В. Горбулін в своїй роботі зауважував, що у більшості випадків інформаційні операції можуть мати комбінований характер, поєднуючи елементи обох цих підходів [10].

Згідно з В. Петриком, інформаційно-психологічні операції можна класифікувати за наступними критеріями:

- операції, спрямовані проти державних діячів та інших суб'єктів, які приймають рішення в країні. Ці операції призначені для впливу на політичний процес та роботу владних структур шляхом маніпуляції інформацією та психологічним тиском на ці суб'єкти;
- компрометуючі операції, які спрямовані на розголошення негативних або компрометуючих даних про цільових об'єктів, з метою дискредитації їх репутації та авторитету;

- операції, спрямовані на створення дестабілізуючого впливу на політичну або економічну ситуацію, що створюють умови для хаосу та нестабільності в суспільстві, політиці або економіці, сприяючи змішанню картини інформаційного середовища [20].

Отже, основні методи, що застосовуються в межах інформаційно-психологічних операцій, є: фейки, маніпуляції, пропагандистські наративи, кібератаки тощо. Зазвичай інформаційно-психологічні операції здійснюються через неформальні комунікаційні канали, фейкові інформаційні повідомлення в месенджерах тощо. Загалом, ці канали, які намагаються досягти якнайбільшої кількості людей, слугують полем для реалізації ІІСО. Основними цілями цих операцій є вплив на переконання та свідомість населення, адже спочатку формується певна аудиторія, яку спонукають думати у «бажаних» напрямках, вкладаючи необхідні аргументи, а на наступному етапі аудиторії «наказують», що потрібно робити.

1.2 Методи та цілі інформаційно-психологічних операцій

В сучасній системі міжнародних відносин інформаційно-психологічні операції є ключовим інструментом впливу. Їхнє завдання полягає в маніпуляції свідомістю, поведінкою та переконаннями окремих осіб або груп людей для досягнення стратегічних цілей. Успішна реалізація ІІСО залежить як від вибору цільової аудиторії, так і від методів, які використовуються для досягнення бажаних результатів.

Суб'єктами ІІСО виступають державні інституції, органи влади, спецслужби, а також ЗМІ, неурядові організації та інтернет-платформи. Вони використовують широкий спектр технік – від дезінформації та пропаганди до психологічного тиску, щоб впливати на різні об'єкти, серед яких як окремі індивіди, так і великі соціальні групи [13].

Об'єктами впливу ІІСО є люди або групи, чиї рішення та поведінка можуть бути змінені через цілеспрямований інформаційний вплив. Від

невеликих соціальних груп, до великих демографічних категорій чи політичних організацій – кожна цільова аудиторія потребує індивідуального підходу.

Для досягнення цілей ІПСО вибір відповідних методів та стратегій є необхідним. Застосування дезінформації, створення інформаційного шуму або використання психологічного тиску дозволяє змінювати громадську думку, дестабілізувати політичні процеси та послаблювати єдність середовища, яке протидіє суб'єктам таких операцій.

Інформаційно-психологічні операції спрямовані на різноманітні об'єкти, кожен із яких має свої характеристики і підходи до впливу:

- первинні групи – невеликі соціальні групи, такі як родини, робочі колективи чи місцеві громади. Вплив спрямовується на розхитування довіри між членами групи, провокування конфліктів або поширення чуток. Наприклад, дезінформація про внутрішні проблеми або перебільшення дрібних розбіжностей може привести до розколу в колективі;

- вторинні групи – це політичні або урядові структури, громадські організації та асоціації, які мають чітку ієрархію і структурованість. Маніпуляції можуть включати дискредитацію лідерів, поширення компрометуючих матеріалів, а також провокування внутрішніх конфліктів для дестабілізації їхньої діяльності;

- агрегати – групи людей, які не мають соціальних зв'язків між собою, але об'єднані спільною географічною територією. Для них характерні маніпуляції, спрямовані на поширення паніки чи дестабілізації, наприклад, через чутки про небезпеку, надзвичайні ситуації чи нестабільність у регіоні;

- центри тяжіння – особистості чи невеликі групи, які мають значний вплив на інших завдяки своєму авторитету, знанням або статусу. Вплив на таких людей може змінити їхню позицію, яка далі буде поширюватися на їхню аудиторію. Наприклад, це можуть бути публічні діячі, експерти або медійні особи;

- ключові комунікатори – особи, до яких звертається широка аудиторія для отримання інформації. Такими комунікаторами часто є журналісти, лідери

думок або популярні блогери. Вплив на них спрямований на маніпуляцію інформацією, щоб змінити думку цільової аудиторії. Для цього використовують підкуп, шантаж або дезінформацію [47].

Для досягнення поставлених цілей в рамках ІПСО використовуються різноманітні методи впливу, які спрямовані на зміну сприйняття реальності цільовою аудиторією. Ці методи сприяють маніпуляції інформаційними потоками, що дозволяє формувати чи змінювати думки та поведінку людей. Основні методи ІПСО включають дезінформацію, пропаганду, психологічний тиск, диверсифікацію громадської думки, кожен з яких має свої специфічні особливості та форми застосування для максимального впливу на масову свідомість (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Методи та форми застосування інформаційно-психологічних операцій*

Методи ІПСО	Особливості	Форми застосування
Дезінформація	Умисне поширення неправдивої або маніпулятивної інформації для приховування правди чи маніпуляції громадською думкою, спрямоване на підштовхування об'єкта до певних дій.	Спрямоване викривлення фактів; фейкові новини; підроблені документи, фото або/та відео.
Пропаганда	Поширення ідей або наративів з метою закріплення їх у масовій свідомості, формування потрібного образу чи переконань та мобілізації громадськості для реалізації цих ідей.	Спрощення складних питань до зрозумілих гасел; приховування небажаної інформації; маніпулятивне заміщення фактів; використання емоційних закликів; формування образу ворога.
Диверсифікація громадської думки	Створення інформаційного шуму, відволікання уваги громадськості шляхом акцентування другорядних або штучних проблем.	Провокування дестабілізації в країні або регіоні; активізація опозиційних рухів; гучне висвітлення скандальних судових процесів; запровадження економічних чи політичних санкцій; створення штучних криз.

Психологічний тиск	Залякування та вплив на психіку з метою створення відчуття небезпеки чи страху, щоб змусити людину діяти у передбачуваний спосіб.	Поширення реальних чи сфабрикованих повідомлень про загрози; шантаж; взяття заручників; залякування через соціальні мережі.
---------------------------	---	---

* Складено автором

Росія має багаторічний досвід у веденні інформаційної боротьби та використання методів пропаганди, яка разом із широкою кампанією в інтернеті та соціальних мережах проводиться в Україні. Сучасні російські інформаційні битви чітко відсилають до часів Холодної війни. Вони включають:

- 1) принцип масовості та тривалості дії – пропагандистський стереотип «помаранчева чума» та «бандити», що повторюється з 2003 року;
- 2) принцип бажаної інформації – наприклад, росіяни та російськомовне населення очікують захисту своїх прав;
- 3) принцип емоційного збудження – повідомлення, яке викликає емоції;
- 4) принцип зрозумілості – спрощене повідомлення в чорно-білих категоріях;
- 5) принцип очевидності – виклик асоціацій пропагандистської тези з політичними міфами: бандити – фашизм, Майдан – хаос тощо [55].

Отже, інформаційно-психологічні операції є потужним інструментом впливу, який дозволяє змінювати сприйняття реальності у цільовій аудиторії за допомогою маніпуляцій з інформацією. Різноманітні методи, такі як дезінформація, пропаганда, психологічний тиск, можуть бути ефективно застосовані для досягнення політичних або соціальних цілей. Водночас важливо розуміти, що ці методи мають серйозний етичний контекст і можуть мати негативні наслідки для стабільності суспільства та довіри до інформаційних джерел.

1.3 Психологічні аспекти інформаційно-психологічних операцій: методи та техніки впливу на масову свідомість

В умовах глобалізованого інформаційного суспільства, інформаційно-психологічні операції є важливим елементом сучасних конфліктів. У їх основі лежить психологічний вплив на свідомість і поведінку людей, що має на меті змінити їхні переконання та поведінкові установки. Цей вид впливу є потужним інструментом для досягнення стратегічних цілей на рівні держав або організацій, оскільки дозволяє маніпулювати масовою свідомістю, змінювати суспільні норми та створювати потрібні настрої у певних групах населення.

Психологічний вплив – це процес, за допомогою якого здійснюється вплив на індивідів та групи з метою зміни їхніх ідеологічних і психологічних структур. Цей вплив спрямований на трансформацію свідомості і підсвідомості, зміни емоційних станів та стимулювання певних типів поведінки. Через цей механізм можна формувати нові переконання, змінювати ставлення до певних подій або осіб, а також сприяти розвитку певних соціальних норм і моделей поведінки. Метою такого впливу є зміна ідеологічних і психологічних структур свідомості, трансформація емоційних реакцій, стимулювання певних типів поведінки та налаштування на конкретні дії чи ставлення [2].

Психологічний вплив може бути спрямований на різні аспекти психіки людини, як на індивідуальному, так і на груповому рівні. Зокрема, він охоплює:

1. споживацько-мотиваційну сферу – це зміна знань, переконань, ціннісних орієнтацій, бажань та прагнень, що впливає на спрямованість і силу спонукань людей. Завдяки цьому змінюється мотивація поведінки, що веде до зміни її орієнтації чи інтенсивності;
2. інтелектуально-пізнавальну сферу – вплив на сприйняття, пам'ять, уявлення та мислення, що змінює «картину світу» людини. Це дозволяє формувати або коригувати її погляди на навколишній світ і внутрішнє середовище, трансформуючи сприйняття реальності;
3. емоційно-вольову сферу – зміна емоцій, почуттів, настроїв і вольових процесів. Результати цього впливу відображаються на внутрішніх переживаннях особистості, а також на її міжособистісних відносинах, сприяючи виникненню нових емоційних реакцій та поведінкових моделей;

4. комунікативно-поведінкову сферу – вплив на стиль спілкування, взаємодію в соціальних групах та міжособистісне сприйняття. Зміни в цій сфері можуть вплинути на відчуття соціального комфорту чи дискомфорту, що може коригувати поведінкові моделі в контексті групових або індивідуальних відносин [18].

ІПСО мають значний вплив на індивідуальну свідомість, спрямовуючись на переконання, ставлення, емоції та сприйняття. Ці компоненти відіграють важливу роль у формуванні людської поведінки та прийнятті рішень. Вони можуть змінювати або закріплювати переконання індивідів через тривалі кампанії, що використовують повторюваність і послідовну подачу інформації. Така інформація може включати аргументи, статистичні дані, експертні висновки та інші матеріали, які підтверджують визначену точку зору. Подібні кампанії спрямовані на поступову зміну світоглядних позицій або їх укріплення, викликаючи довіру до джерела інформації та прийняття нав'язаних ідей.

Одним із ключових напрямків ІПСО є вплив на ставлення людей, що досягається через модифікацію їхніх емоційних реакцій на певні об'єкти або ідеї. Це часто реалізується шляхом створення позитивного або негативного образу конкретних осіб, країн, політичних діячів, ідеологій чи соціальних рухів. Використання таких прийомів дозволяє змінювати ставлення аудиторії до об'єкта впливу залежно від поставлених цілей [36].

Психологічний вплив під час інформаційно-психологічних операцій має за мету змінити масову свідомість, маніпулюючи емоціями, переконаннями та поведінкою великих груп людей. Для досягнення цієї мети використовуються різноманітні методи, які включають пропаганду, дезінформацію, використання страху та погроз, а також формування або змінювання соціальних норм.

Деморалізація української армії та цивільного населення реалізовувалася через комплексний вплив, що поєднує кібератаки, інформаційну кампанію та психологічний тиск. Кібератаки, спрямовані на інформаційні системи державних установ та медіа, забезпечують доступ до поширення російської пропаганди. З використанням пошкоджених каналів зв'язку поширюються меседжі, спрямовані

на дискредитацію української влади, підрив довіри до її дій та заохочення військових до капітуляції.

Цивільне населення ставало об'єктом маніпуляцій через засоби масової інформації та соціальні мережі, у яких активно діяли контрольовані інтернет-тролі та боти. Їх діяльність була орієнтована на дискредитацію українського уряду, зменшення довіри до його здатності ефективно протистояти агресії, а також стимулювання внутрішніх конфліктів.

Важливим елементом цієї стратегії був систематичний психологічний тиск, який сприяв поширенню страху, почуття безнадії та прагнення до припинення війни за будь-яких умов. До прикладів такого впливу належать бомбардування театру в Маріуполі, залізничного вокзалу в Краматорську, а також обстріли колонії в Оленівці, житлових будинків і пошкодження критичної інфраструктури. Ці акти терору не лише завдавали фізичних руйнувань, а й створювали психологічний ефект, спрямований на масову дестабілізацію, зниження суспільної стійкості та підірвання віри у спроможність держави забезпечити перемогу [69].

Загроза застосування ядерної зброї є одним із найпотужніших інструментів маніпуляції. Цей метод спрямований на формування страху, паніки та відчуття безвиході серед цільової аудиторії, викликаючи масову дестабілізацію як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях.

Росія неодноразово заявляла про можливість застосування ядерної зброї, зокрема, у зверненнях Володимира Путіна у вересні 2022 року [5].

Основний акцент у статті робиться на ядерному шантажі, маніпуляції фактами, залякуванні міжнародної спільноти та мобілізації внутрішньої підтримки російського суспільства.

По-перше, ядерний шантаж виступає як ключовий елемент цієї риторики, де акцентується на готовності Росії застосувати «всі доступні засоби», включно з ядерною зброєю, для захисту так званої територіальної цілісності, до якої вони включили анексовані території України. Цей наратив має на меті деморалізацію українського населення, стримування західних партнерів від надання військової

підтримки Україні та ескалацію глобальної напруги. Разом з тим, такі заяви сприяють мобілізації російського суспільства навколо ідеї зовнішньої загрози, створюючи образ «ворожого» Заходу.

По-друге, маніпуляція фактами є невіддільною складовою цих інформаційних кампаній. Путін звинувачує Захід у провокуванні ескалації та нібито «ядерному шантажі», водночас ігноруючи агресивні дії Росії та обстріли цивільної інфраструктури України. Висвітлення західної допомоги Україні, включаючи постачання зброї та розвідувальної інформації, використовується як аргумент для виправдання подальшої агресії.

По-третє, одночасно з ядерною риторикою Путін оголошує про часткову мобілізацію, яка демонструє труднощі у досягненні військових цілей звичайними засобами. Мобілізація також використовується для створення додаткового тиску як на внутрішню аудиторію, так і на міжнародну спільноту.

Путін неодноразово вдавався до погроз ядерною зброєю у відповідь на розвиток подій, що суперечили інтересам Росії, особливо на тлі контрнаступальних дій Збройних сил України, які поставили під загрозу контроль Росії над окупованими територіями, та на фоні збільшення військової допомоги Україні, що включала постачання сучасного озброєння, такого як системи HIMARS і засоби протиповітряної оборони. Крім того, посилення міжнародних санкцій, що завдавали значної шкоди російській економіці та спричиняли дипломатичну ізоляцію країни, також супроводжувалося погрозами застосування ядерної зброї. Ці заяви мали на меті створення атмосфери страху серед міжнародної спільноти, послаблення рішучості західних держав у підтримці України, а також деморалізацію українського суспільства.

Отже, психологічні аспекти інформаційно-психологічних операцій є важливим інструментом в умовах глобалізованого інформаційного середовища. Вони включають методи пропаганди, дезінформації, використання страху та маніпуляції фактами, метою яких є зміна свідомості та поведінки населення.

Ядерний шантаж є одним із найбільш небезпечних інструментів впливу, адже він спрямований на створення атмосфери страху та безвиході, змушуючи

міднародну спільноту та опонентів уникати конфронтації. Росія активно використовує цей метод у війні проти України, погрожуючи застосуванням ядерної зброї для утримання анексованих територій. Окрім того, ядерний шантаж мобілізує російське населення, підтримуючи ідею захисту від зовнішніх загроз та зміцнення агресивної політики.

РОЗДІЛ 2. ІСТОРИЧНИЙ ТА СУЧАСНИЙ ВИМІРИ ІПСО В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

2.1 Історичний досвід застосування інформаційно-психологічних операцій у міжнародних відносинах

Інформаційно-психологічні операції належать до одного з найдавніших інструментів впливу в арсеналі людства. Історичний досвід свідчить, що використання психологічного впливу було майже рівнозначним до застосування фізичних засобів ведення війни. Водночас потенціал використання

психологічних операцій як потужного інструменту досягнення національних цілей із мінімізацією матеріальних руйнувань і людських втрат усвідомлювався лише найбільш далекоглядними військовими лідерами.

Ще з античних часів люди розуміли значущість впливу на психологічний стан військових. Для послаблення морального духу противника використовувалися демонстративні дії, спрямовані на створення загрозливого враження про власну бойову спроможність. Такі методи, зокрема, передбачали підсилення візуальних ефектів, що мали на меті дезорієнтацію ворога, підрив його впевненості у власних силах і деморалізацію.

Один із найвидатніших військових тактиків усіх часів Сунь-Цзи в кінці VI – початку V століття до н. е. писав, що: «Захопити все військо ворога краще, ніж знищити його; краще взяти цілими полк, роту чи загін, ніж знищити їх. Бо здобути сто перемог у ста битвах – це не вершина майстерності. Підкорити ворога без бою – найвища досконалість» [69].

Одним із прикладів ефективного застосування методів психологічної війни є стратегія Олександра Македонського під час його походів. Усвідомивши, що розтягнутість армії створює ризики, Олександр використав дезінформацію для стримування противника. Він наказав виготовити надзвичайно великі обладунки, що за розміром могли належати лише «велетням», і залишати їх на шляху відступу. Знайдені противником обладунки, у поєднанні з чутками про непереможність армії Македонського, породжували страх і уявлення про надприродну силу ворога. Це змушувало супротивників уникати переслідування, дозволяючи Олександрові зберігати стратегічну перевагу [62].

У 195 році генерал Цао Цао, маючи менше тисячі воїнів для захисту свого форту проти 10-тисячної армії Люй Бу, використав стратегію демонстрації оборонної готовності. Він наказав своїм військам створити ілюзію добре укріпленого гарнізону. Люй Бу, запідозривши засідку, вирішив не атакувати та відклав наступ. Ця затримка дала Цао Цао час на концентрацію військових сил, що дозволило йому організувати реальну засідку та здобути перемогу над супротивником [46].

Проте в 219 році подібна стратегія була застосована проти самого Цао Цао. Під час переслідування військ генерала Чжао Юня, які відступали після невдалої спроби захопити зернові запаси, армія Цао Цао зіткнулася з несподіваним маневром. Чжао Юнь наказав своїм людям сховатися у форті, залишивши ворота відкритими, створюючи враження беззахисності. Підозрюючи засідку, армія Цао Цао вирішила відступити. У цей момент Чжао Юнь віддав наказ своїм лучникам і арбалетникам відкрити вогонь, а барабанщикам бити в бойові барабани, імітуючи підготовку до атаки. Це спричинило хаос і паніку серед переслідувачів, що дозволило Чжао Юню здобути тактичну перевагу та перемогу [46].

Візантійська імперія вживала різних заходів, щоб показати свою могутність. Наприклад, імператор урочисто вступав на трон, в той час опудала левів, які служили підлокітниками трону, вибухали вогнем і димом, видаючи жахливі ревіння, під час того, як посланці іноземних земель вклонялися перед ним [50].

Психологічна війна має давню історію, зокрема в контексті ісламських країн. Яскравим прикладом її застосування є події битви при Ухуді (625 р. н.е.), коли плем'я курайшитів, яке раніше домінувало в Медині, виступило проти мусульманського війська під керівництвом пророка Мухаммеда.

У вирішальний момент бою курайшити вдалися до психологічного маневру, поширивши неправдиву інформацію про загибель пророка. Ця дезінформація спричинила деморалізацію значної частини мусульманських воїнів, що вплинуло на їхню боєздатність і бойовий дух. Незважаючи на те, що пророк Мухаммед був лише поранений, а не вбитий, поширення неправдивої інформації стало одним із ключових факторів, що призвели до поразки мусульманських сил у цій битві [72].

Психологічна війна відіграла ключову роль у хрестових походах, впливаючи на суспільні уявлення та обґрунтовуючи військові дії релігійними переконаннями. Організатори хрестових походів, включно з феодалними правителями Європи та Папою Римським, ефективно використовували ідеологічні та релігійні наративи для маскування політичних і територіальних

амбіцій. Висування на перший план таких цілей, як «звільнення гробу Господнього» в Єрусалимі, сприяло мобілізації широких верств населення, залученню союзників і легітимізації агресивних дій, що мали переважно завойовницький характер.

Особливу роль у цьому процесі відіграв Орден єзуїтів, відомий своєю майстерністю у використанні психологічних методів впливу. Єзуїти були фахівцями з організованого морального тиску, створюючи та поширюючи пропагандистські матеріали, спрямовані на підсилення власної позиції та дискредитацію противників. Крім того, вони розробили систематичні підходи до підготовки своїх членів, орієнтуючи їх на інформаційно-психологічну боротьбу як у воєнних, так і в мирних умовах [36].

Початкові форми психологічного протиборства, зокрема військові хитрощі, з часом стали складовою частиною військової стратегії і знайшли відображення в теоретичних розробках. У середньовіччі ці форми і методи отримали подальший розвиток, зокрема через вплив арабських теорій та традицій монгольської військової практики, які засвоїли античну спадщину та елементи китайської теорії війни.

Перша загальноєвропейська війна, відома як Тридцятирічна війна (1618–1648), відіграла значну роль у розвитку пропаганди серед її учасників. Сторони конфлікту, які представляли габсбурзький блок під католицьким прапором та антигабсбурзьку коаліцію, що підтримувала протестантизм, активно використовували різні методи для досягнення своїх цілей.

Граверне мистецтво зробило можливим широке застосування ілюстрованих листівок, які виготовлялися в значних кількостях для того періоду. Ці листівки слугували засобом інформування аудиторії про поточні події, а також мали вплив на психологію військових і цивільного населення, що контролювалося сторонами конфлікту. З допомогою друку з'явилися перші інформаційні листівки, які широко розповсюджувалися та мали значний вплив на переконання людей.

Таким чином, Тридцятирічна війна стала важливим етапом у розвитку пропагандистських технік, які використовувалися військовими і політичними силами для маніпулювання громадською думкою та досягнення своїх цілей [41].

Відповідно до технічних можливостей в стародавні часи, пропаганда серед населення та військ противника була обмежена. Зазвичай це включало написи на каменях, деревах, будівлях та поширення чуток. Пізніше з'явилися «підкидні листи». З розвитком видавничої справи почали використовуватися друкарські засоби пропаганди.

Церковний реформатор Мартін Лютер скористався перевагами друкарства. Його виступ проти католицької церкви зробив його відомим, що стимулювало видавничу індустрію, а його твори притягували все більшу кількість зацікавлених осіб. У своїй новій книзі «Бренд Лютер» Ендрю Петтегрі підкреслив, що між 1517 і 1546 роками друкарі з Віттенберга видали щонайменше 2721 примірників, що склало в середньому 108 на рік. Цей величезний розквіт нової галузі став можливим завдяки Мартіну Лютеру [77].

Під час Американської революції повстанці розповсюджували пропагандистські листівки, в яких був заклик до дезертирства. Листівка містила два коротких, протилежних списки: негативні сторони життя в британській армії та переваги дезертирства та постійного поселення в Америці.

Менталітет окупаційних військ, класові відмінності між офіцерами та рядовими, а також національні відмінності між британцями та їхніми найманцями спровокувало те, що тисячі військових прислухалися до заклику і більше не повернулися до Європи. У той же час внутрішня лоялістська опозиція була приглушена антибританською пропагандою в газетах тринадцяти колоній [60].

Історія інформаційно-психологічних операцій відображає їх значущість у різні історичні етапи та культурні контексти. Від античності до сучасних етапів розвитку, психологічна війна залишалася важливим інструментом стратегічного впливу, здатним забезпечити перевагу. Через застосування методів, таких як

хитрощі, залякування, дезінформація та пропаганда, досягалися як військові, так і політичні цілі.

ІІСО еволюціонували від примітивних форм психологічного впливу до складних багаторівневих стратегій, які стали частиною національних військових доктрин. Важливими складовими цієї еволюції стали адаптація до змінюваних технологічних умов та вдосконалення технік маніпулювання масовою свідомістю.

Отже, з розвитком медіа і цифрових технологій, ІІСО набули нового виміру, ставши важливим елементом у конфліктах і міжнародних відносинах, де інформація використовується як зброя для впливу на масову свідомість, формування громадської думки та досягнення геополітичних цілей.

На прикладах можна побачити, як за допомогою хитрощів, залякування, дезінформації та пропаганди досягалися військові й політичні цілі. ІІСО еволюціонували від базових форм психологічного впливу до багаторівневих стратегій, інтегрованих у національні військові доктрини.

2.2 Трансформація інформаційно-психологічних операцій у ХХ столітті

Якісні зміни в інформаційно-психологічних операціях відбулися в ХХ столітті, коли комунікація стала набагато швидшою та ефективнішою завдяки медіа. Преса, радіо та кіно вперше дозволили націям ставати об'єктами масових психологічних операцій. Ці медіа-канали забезпечували прямий і надійний спосіб передачі пропагандистських повідомлень, які могли досягати широкої аудиторії в будь-якому куточку світу.

Нові медіа були вперше широко використані під час Першої світової війни; англійці використовували їх для поширення чуток про німецькі звірства, зокрема канібалізм [44].

Під час Першої світової війни інформаційні та психологічні операції, були критично важливими інструментами, які використовували як союзники, так і центральні держави для впливу на громадську думку, підтримки морального духу та демонізації ворога.

Під час Першої світової війни, намагаючись вплинути на міжнародну громадську думку, німці розпочали активну пропагандистську кампанію, поширюючи плакати, листівки, щоб обґрунтувати вступ Німеччини у війну та дискредитувати союзників.

США, в свою чергу, організували свою першу систематичну військову пропагандистську кампанію, створивши два спеціальні агентства. Вступивши в Першу світову війну в квітні 1917 року, Військове відомство США не мало можливості проводити психологічні операції у звичайному вигляді. Однак 23 січня 1918 року майор Чарльз Х. Мейсон, керівник MI-2 в відділі військової розвідки Міністерства оборони, доручив капітану Геберу Бланкенгорну створити та очолити психологічний підрозділ для реалізації психологічного чинника у бою. Команда, що налічувала не більше тридцяти осіб, почала діяти в серпні 1918 року як Секція пропаганди G-2, GHQ. Зокрема, між 28 серпня та 11 листопада 1918 року секція надрукувала близько 5,1 мільйона листівок з 18 різними дизайнами, організувавши розповсюдження понад 3 мільйони з них. Допити німецьких військовополонених та свідчення ключових лідерів Німеччини після війни довели, що ПІСО США та союзників сприяли падінню морального духу та згуртованості німецьких підрозділів у останні місяці війни [49].

Допити німецьких військовополонених і заяви ключових лідерів Німеччини після війни дали переконливий доказ того, що ПІСО США та союзників сприяли швидкому падінню морального духу та згуртованості підрозділів в останні місяці війни.

Застосування ПІСО в ХХ столітті значно розширилося завдяки сильним ідеологіям та системам масових комунікацій, які почали підтримувати їх ще з часів Першої світової війни. З 1930-х років зв'язок ПІСО з ідеологією та масовими комунікаціями став постійним елементом міжнародної політики.

Комуністичні та фашистські режими використовували нові методи ПСО, що часто ставали об'єктом критики через свою неетичність, змушуючи країни, які протистояли цим ідеологіям, переглянути власні стратегії протидії ПСО. Поняття «дезінформація» та «активні заходи» стали невід'ємною частиною міжнародної політики [75].

Психологічні операції під час Другої світової війни відіграли ключову роль у формуванні результатів конфлікту. Ці операції були не просто тактикою ведення війни, вони включали складні стратегії, спрямовані на маніпулювання сприйняттям і вплив на поведінку ворожих сил та цивільного населення.

Адольф Гітлер активно використовував пропаганду, пропагуючи нацистську ідеологію, намагаючись вселити страх в опонентів. Це не лише зміцнило внутрішню підтримку Німеччини, але й було націлене на маніпулювання сприйняттям на окупованих територіях, демонструючи масштаб психологічної війни під час конфлікту [77].

Проте, операція союзників Fortitude мала на меті змусити командування нацистської Німеччини повірити, що основне вторгнення союзників в 1944 році відбудеться не в Нормандії, а в Па-де-Кале. Для цього союзники використовували фальшиві армії, надувні танки, літаки та сфальсифікували радіозв'язок, щоб створити враження значної військової присутності в регіоні. Такий обман призвів до того, що Німеччина не була готова до висадки противників у Нормандії, що стало важливим фактором у її успіху [63].

Під час Холодної війни інформаційно-психологічне протиборство між США та СРСР набуло більший масштабів. Обидві країни активно використовували ПСО для досягнення своїх стратегічних цілей, використовуючи різноманітні методи й техніки для впливу на громадську думку та рішення урядів одна одної. На відміну від пропаганди часів війни, ПСО Холодної війни мали довгострокові цілі, прагнучи вплинути на політичні, економічні та соціальні настрої в різних регіонах.

США активно застосовували ПСО для просування своїх інтересів та ідеології, боротьби з радянським впливом і популяризації демократії на міжнародній арені.

Радіостанції «Вільна Європа» та «Голос Америки» мали на меті протистояти радянській пропаганді та поширювати демократичні цінності в комуністичних країнах. Вони вели трансляції, які висвітлювали події в Західному світі, підтримували опозиційні рухи та сприяли політичній мобілізації в Центрально-Східній Європі [73].

Уряд США використовував культурні обміни як метод просування американської культури, технологій та демократичних цінностей через публічні виставки та культурні заходи. Одним із найбільш відомих прикладів є Американська національна виставка в Москві 1959 року, де віце-президент США Річард Ніксон брав участь у «кухонних дебатах» з Микитою Хрущовим [26]. Ці культурні ініціативи, які включали виставки мистецтва, джазові концерти, демонстрацію технологічних інновацій, мали на меті створити позитивний образ США в очах іноземного населення. Основною метою було продемонструвати перевагу американського способу життя над радянським комунізмом, що було важливим елементом Холодної війни та боротьби за світове лідерство.

У Сполучених Штатах такі фільми, як «Доктор Стрейнджлав» і «День, коли Земля зупинилася», відображали тривогу суспільства щодо ядерної війни та уявної загрози Радянського Союзу. Ці фільми сприяли культурному середовищу страху та пильності, зміцнюючи уявлення про комунізм як про страшного ворога. Одним з прикладом інформаційної боротьби є розповідь про «імперію зла», що виникла на початку 1980-х років як ключовий аспект пропаганди Холодної війни, головним чином сформульований президентом США Рональдом Рейганом. Ця характеристика представила Радянський Союз як загрозу свободі та демократії, висвітливши його як зловмисну силу на світовій арені [76].

Цей наратив сприяв активізації громадської думки на користь збільшення військових витрат і інтервенціоністської політики. Зображуючи Радянський

Союз як «імперію зла», уряд США намагався об'єднати своїх союзників і сприяти появі невідкладності щодо уявної комуністичної загрози.

Напротивагу США, радянська теорія психологічних операцій ґрунтувалася на вченнях Леніна. Центральне поняття, яке різко відрізняє радянський підхід від підходу Сполучених Штатів, полягає в тому, що Радянський Союз перебуває у стані неоголошеної війни з капіталістичним світом – війни, яка не закінчиться, доки не буде досягнуто світового комуністичного панування. Зважаючи на величину цієї мети, моральні обмеження мали значно менший вплив на радянські психологічні операції, ніж на ті, що проводилися Сполученими Штатами та іншими країнами

Улюбленими таємними методами радянських активних заходів є підроблені документи та підкинуті матеріали в ЗМІ. Часто використовуються підроблені документи Сполучених Штатів та НАТО, щоб показати, що Захід має намір розв'язати агресію в Європі або країнах третього світу. Активні заходи мають на меті розколоти цільову групу, посилюючи приховані ворожнечі в її межах.

Наприклад, у 1979 році радіо «Ба І» почало трансляцію в Китай із радянського Далекого Сходу. Станція поширювала позиції, спрямовані на дискредитацію Дена Сяопіна, якого відкрито критикували. Радянський Союз не визнавав своєї причетності до трансляцій, хоча ефір підтримував усі радянські позиції та закликав до тісніших китайсько-радянських відносин, проте згодом станцію закрили [58].

У 1983 році, після того як радянські війська збили корейський цивільний авіалайнер, у світі почалося громадське обурення. Радянська влада намагалася змінити громадську думку, стверджуючи, що США спровокували інцидент, проте ці заяви були погано скоординовані, суперечливі й не змогли переконати світову спільноту. Очевидні фабрикації й плутанина в лінії пропаганди порушили основний принцип – інформація, використана в ПІСО, має бути правдоподібною для цільової аудиторії [59].

У 1980-х роках під час кампанії КДБ, за підтримки Радянського інформаційного агентства «Новості» та союзних спецслужб країн соціалістичного блоку, поширили тезу про те, що вірус імунодефіциту людини (ВІЛ), який спричиняє синдром набутого імунодефіциту (СНІД), був генетично створений у Пентагоні в рамках досліджень у галузі біологічної зброї в Інституті медичних досліджень армії США (USAMRIID) у Форт-Детріку, штат Меріленд [63].

Спрямована на поширення теорій про штучне походження ВІЛ, кампанія активно підтримувалася радянськими спецслужбами. Це призвело до того, що німецький ічений Якоб Сігал підтвердив цю теорію.

В 1986 році, колишній біофізик зі Східної Німеччини Якоб Сігал знайшов непрямі докази щодо цієї теорії. Він стверджував, що вірус є генетичним гібридом двох природних вірусів, синтезованих у Форт-Детріку у Меріленді, які згодом були поширені американськими агентами серед геїв у Нью-Йорку і Сан-Франциско [63].

В наслідок кампанії, у 1992 році 15% випадково обраних американців вважали, що вірус СНІДу був створений навмисно в урядовій лабораторії правильним або ймовірно правильним. Афроамериканці особливо схильні вірити в теорію змови щодо СНІДу. Опитування 1997 року показало, що 29% афроамериканців вважали, що СНІД був навмисно створений у лабораторії для зараження чорних людей істинним або ймовірно істинним. А дослідження 2005 року, проведене Research and Development (RAND) Corporation та Остронським університетом штату Орегон, показало, що майже 50% афроамериканців вважали СНІД штучним, при цьому більше чверті вважали, що СНІД є продуктом урядової лабораторії. 12% вірило, що він був створений і поширений ЦРУ, а 15% вважали СНІД формою геноциду проти чорних людей [53].

Наприкінці ХХ століття термін ІПСО неодноразово використовувався, але вважався негативним терміном. Фред В. Вокер написав одну з глав під тією ж назвою у книзі Маклорена про військову пропаганду. У ній він також зазначив:

«Занадто часто психологічні аспекти операцій залишаються на задньому плані і повністю ігноруються. Командири та офіцери штабу зазвичай не враховують ці аспекти, оскільки термін неправильно розуміється. Багато хто не усвідомлює справжньої природи ІПСО, а невловимість ускладнює кількісне визначення або оцінку їхньої ефективності» [78].

Отже, ХХ століття стало часом значних змін в інформаційно-психологічних операціях, коли преса, радіо та кіно дозволили ефективно впливати на громадську думку. ІПСО під час Першої світової війни використовувалися для підтримки морального духу та дискредитації ворога. У Другій світовій війні ці операції набули більш складних форм, зокрема через пропаганду ідеологій та маніпуляцій з боку союзників. Холодна війна стала періодом інтенсивної боротьби між США та СРСР, де ІПСО використовувалися для підтримки та просування ідеологій та стратегічних цілей. Ці операції показали важливість інформації як інструменту геополітичної боротьби. Таким чином, ІПСО стали невід'ємною частиною міжнародної політики, змінюючи механізми впливу на нації та глобальні процеси.

2. 3 Тенденції та інноваційні підходи в інформаційно-психологічних операціях

У сучасному світі розвиток цифрових технологій, соціальних мереж та штучного інтелекту трансформували підходи до інформаційно-психологічних операцій. Якщо раніше такі операції здійснювались переважно через традиційні медіа й обмежувались регіональним впливом, то сьогодні вони мають глобальний масштаб і здатні миттєво охоплювати різні цільові аудиторії по всьому світу. Інформація поширюється швидше й точніше, а нові технології дозволяють створювати цілеспрямовані стратегії, що впливають на масову свідомість більш гнучко й ефективно, ніж будь-коли раніше.

Медіа-кампанії можуть впливати на поведінку людей, акцентуючи увагу на певних діях і реакціях, які вони хочуть викликати у своїй аудиторії. Наприклад, під час Холодної війни обидві сторони застосовували пропагандистські фільми та інші медіа-ресурси для формування бажаних моделей поведінки. Кампанії акцентували увагу на героїчних образах лідерів або важливих постатей для підвищення патріотизму та національної гордості. У сучасному світі соціальні мережі та онлайн-медіа пропонують нові способи впливу на поведінку за допомогою візуального контенту, відеоблогів та інтерактивних платформ [36].

Соціальні мережі стали важливим інструментом для психологічних операцій, завдяки своїм характеристикам, що відрізняються від традиційних медіа. Однією з основних переваг є доступ до великих обсягів даних про поведінку користувачів, що дозволяє проводити детальний аналіз цільової аудиторії без необхідності відправляти агентів за кордон. Це дає змогу формувати уявлення про ситуацію в реальному часі та коригувати стратегію операцій.

Ще однією перевагою є забезпечення швидкого поширення контенту. Якщо для поширення чуток про операцію «Інфекція», дезінформаційну кампанію, яка була запущена в 1980-х роках із метою поширення інформації, що ВІЛ/СНІД був розроблений американськими військовими лабораторіями як біологічна зброя знадобилося два роки, то сьогодні, через соціальні мережі, новини може охопити кілька мільйонів людей за декілька хвилин.

Анонімність, яку надають соціальні мережі, дозволяє маніпулювати інформацією без відкритого прояву особистості. Користувачі можуть створювати псевдо-акаунти для поширення контенту або маніпулювання ним без ідентифікації. Крім того, можливість маніпулювання алгоритмами, що визначають популярність контенту, дозволяє створювати бот-мережі для автоматизації поширення повідомлень. Незважаючи на зусилля по боротьбі з ботами, ця проблема все ще залишається актуальною. Соціальні мережі також обходять територіальні обмеження, дозволяючи інформації миттєво

поширюватися по всьому світу, що дає змогу здійснювати психологічні операції на міжнародному рівні, незважаючи на національні кордони [72].

Росія активно використовує соціальні мережі для проведення психологічних операцій в Україні, застосовуючи різні стратегії для впливу на суспільну думку. Використовуючи тролів, ботів і пропагандистський контент, ці операції спрямовані на посилення політичної поляризації та дискредитацію державних інститутів.

Під час протестів Євромайдану одна частина українців підтримувала підписання угоди про асоціацію з ЄС і відмову від тіснішої співпраці з Росією та Євразійським економічним союзом, а інша виступала проти цього. І саме в цей момент в гру вступили російські тролі, намагаючись загострити конфлікти та посилити соціальну напруженість.

Дослідження групи RAND у 2016 році підтверджує наявність координованої мережі тролів з Росії, які активно працюють не лише з Україною, а й з іншими Балтійськими країнами [54].

Однак це не єдиний приклад використання Росією соціальних мереж для проведення психологічних операцій проти України. Росія також активно розповсюджує «білі» психологічні операції, зокрема представляючи Крим як райський куточок, де життя покращилось після анексії в 2014 році. Наприклад:

1. переслідування російськомовних в Україні. Це наратив, який активно поширюється через соціальні мережі з метою посилення напруженості серед російськомовних громадян України. Через це створюється відчуття солідарності та підтримки серед цієї групи, а також залучення симпатій з боку інших спільнот. Частина цього контенту поширюється перевіреними акаунтами, але набуває більшого розголосу завдяки троям [62];

2. частини України, анексовані Росією, стали кращими. Ця тема психологічно орієнтована як на жителів інших частин України, так і на міжнародну спільноту. Росія створює образ Криму як місця, де люди «здобули своє право на самовизначення» і тепер живуть у процвітанні, на відміну від інших українських територій [58];

3. використання історії для формування наративу. Росія використовує історичні аргументи, щоб вплинути на українців, зокрема стверджуючи, що Крим історично є частиною Росії, а не України.

Ці та інші «білі» психо-операції здійснюються через офіційні канали, і за ними стоять не лише державні ресурси, а й боти, тролі, які активно взаємодіють з користувачами соціальних мереж, збільшуючи масштаб впливу та поширення контенту. Боти часто мають неповні або підозрілі профілі, використовують неоригінальні фото, а також демонструють високу активність у певні години доби [59].

Соціальні мережі створюють умови для швидкого і ефективного поширення будь-якої інформації, незалежно від її достовірності. Алгоритми спрямовані на максимізацію залучення користувачів, що підсилюють ефект, показуючи популярні новини та пости частіше за інші.

Наприклад, після прийняття законопроекту про мобілізацію, у соцмережі Тік-ток з'явився новий тренд – «будні ухиянта». Чоловіки, які не вступили до лав армії запустили тренд «я – ухиянт», де показували відпочинок з-за кордону і називали себе ухиянтами [29].

Подібний контент сколихнув громадськість, люди масово почали залишати коментарі, тим самим, просуваючи відео в тренди.

Як зазначають в офіційному телеграм каналі головної розвідки України, синхронність появи цього тренду, просування контенту ботами свідчить про цілеспрямовану пропагандистську кампанію. Згодом у ворожому телеграм каналі «Цифровая армия России», росіяни прозвітували про успішно виконану «тік-ток операцію». У пості автор закликав розповсюдити тренд у провідні телеграм канали українців.

За даними Центру протидії дезінформації дана операція готувалася ще до початку голосування законопроекту. Вона була націлена на підрив процесу мобілізації [38].

Під час активних дій російської дезінформаційної кампанії в українських соцмережах, «Детектор медіа» виявив зростання кількості телеграм-каналів, що

поширюють російську пропаганду та загалом просувають кремлівський порядок серед української аудиторії. Використовуючи штучний інтелект дослідники виокремили основні наративи та меседжі російської пропаганди.

Найпопулярніші з них:

- Україна – маріонетка в руках союзників;
- Україна програє економічно і військово у прямому конфлікті з Росією;
- українці радо зустрічають російську армію;
- владу в Україні захопили нацисти і корупціонери;
- сусідні країни невдовзі загарбають західні області України;
- злочини росіян у Бучі (та інших раніше окупованих населених пунктах) – постановка;
- Україна застосовує зброю проти цивільних росіян на прикордонних російських територіях;
- українці крадуть і продають на чорному ринку зброю, яку дає Захід [47].

Штучний інтелект є потужним інструментом, що змінює багато аспектів сучасного життя, зокрема в сфері інформаційних технологій та маніпуляцій з медіа. Одним з найбільш значущих напрямів використання ШІ є його застосування в інформаційно-психологічних операціях, де він може стати як інструментом впливу на масову свідомість, так і засобом боротьби за політичні, економічні або соціальні цілі. Розвиток технологій ШІ відкриває нові можливості для організації таких операцій, а також призводить до виникнення нових ризиків і загроз для суспільства.

Штучний інтелект для створення фотографій неіснуючих подій став новим інструментом пропаганди та інформаційно-психологічних операцій. Завдяки розвитку таких технологій генерація зображень стала доступною широкому колу користувачів. Для пропагандистських цілей можна створювати спеціалізовані моделі, які генерують зображення за конкретними напрямками, наприклад, зображення мирних жертв. Це особливо актуально для довгострокових операцій

чи затяжних конфліктів, де маніпуляція зображеннями може мати великий вплив [19].

Водночас інновації, такі як deepfake, автоматизовані боти та синтезований медіаконтент, розширюють можливості для маніпуляцій та дезінформації, значно ускладнюючи процес ідентифікації фейкових новин та інших форм пропаганди.

Deepfake – це технологія, яка використовує штучний інтелект і глибоке навчання для створення фальшивих відео, зображень, аудіо чи іншого цифрового контенту з реальними людьми [43]. Такі матеріали можуть виглядати дуже реалістично і іноді важко відрізнити їх від справжніх. Діпфейки дозволяють маніпулювати медіа, створюючи перекручену або повністю вигадану інформацію, що може мати серйозні наслідки в контексті дезінформації.

Одним із прикладів використання діпфейків для дезінформаційних цілей є поширення відео в російських телеграм-каналах, де нібито ТСН публікує звернення Президента України Володимира Зеленського. У відео президент наказує українським військовим залишити Авдіївку, пояснюючи це тим, що бійці ЗСУ знаходяться в оточенні і загинуть, якщо не залишать місто [5].

Це відео є діпфейком, оскільки ТСН не публікували такого звернення. За даними Voxcheck, для створення фальшивого запису було використано оригінальне звернення Володимира Зеленського від 30 жовтня 2023 року та інструмент штучного інтелекту, який дозволяє маніпулювати медіа контентом [6].

Зворотний пошук і аналіз підтвердили, що для створення фальшивого відео було використано інше звернення Зеленського від 31 жовтня 2023 року, в якому він коментував міжнародні успіхи України, зазначаючи, що багато країн спочатку очікували поразки України, але тепер сприймають її успіхи. Оригінальне відео також містить подяку військовим та всім, хто підтримує Україну.

Такі випадки демонструють ризики використання deepfake у дезінформаційних кампаніях. Їхня реалістичність здатна впливати на громадську

думку, створювати хаос і підірвати довіру до офіційних джерел інформації. Це підкреслює важливість удосконалення методів виявлення deepfake, а також розробки заходів із підвищення медіаграмотності населення, щоб протидіяти маніпуляціям і захищати інформаційний простір.

Отже, розвиток цифрових технологій, соціальних мереж та ШІ значно змінив ландшафт сучасних інформаційно-психологічних операцій. Ці нові інструменти дозволяють проводити операції на глобальному рівні, маніпулюючи інформацією та впливаючи на масову свідомість. Важливу роль відіграють соціальні мережі, які дають змогу створювати цілеспрямовані стратегії впливу, використовуючи ботів, тролів та алгоритми для поширення контенту. Такі технології як deepfake, штучний інтелект дозволяють маніпулювати відео, аудіо та текстовими матеріалами, створюючи фальшиві реалії, які можуть бути сприйняті як достовірна інформація.

РОЗДІЛ 3. ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОПЕРАЦІЇ В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

3.1 Інформаційно-психологічні операції Російської Федерації проти України: стратегії, інструменти та наслідки

Інформаційно-психологічні операції, спрямовані на досягнення геополітичних амбіцій Росії, розпочалися ще у 90-х роках. Вже тоді Росія систематично працювала над створенням вигідного інформаційного середовища. Метою цих операцій було не лише формування проросійських настроїв, але й ослаблення державних інститутів сусідніх країн, зокрема України, через маніпуляції, поширення дезінформації та фальшивих наративів.

У Криму Кремль ще в середині 90-х розпочав організацію мітингів із закликами до проведення референдуму про приєднання півострова до Росії. Ці

заходи супроводжувалися масштабною інформаційною кампанією, спрямованою на переконання місцевих жителів, що майбутнє Криму з Росією буде кращим, а незалежність України є помилкою. Одночасно Росія активно залучала медіа як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях для просування нарративу про «єдність» Криму з Росією [32].

Після Помаранчевої революції 2004 року Росія продовжувала активні інформаційно-психологічні операції, спрямовані на утвердження ідеї «русского мира» та формування уявлення про Україну як про меншовартісну державу, неспроможну забезпечити стабільність і процвітання. Ці дії були частиною довгострокової стратегії, яка включала не лише інформаційний тиск, а й посилення культурних, економічних та політичних зв'язків із проросійськими силами в Україні.

Історія перестала бути лише темою наукових досліджень і стала потужним інструментом впливу. Основною метою історичної політики Росії є заперечення суб'єктності України, поширення ідеї, що український народ завжди був не суб'єктом, а об'єктом історичного процесу. Україна подається як результат розпаду СРСР, позбавлена своєї власної історії, державної спадкоємності та традицій, являючи собою лише частину інших народів і їхніх історій [58].

Українцям весь час доводили про відсутність такого поняття як «українська нація» та «українська мова». Все це замінювалося великоімперським нарративом про те, що українці лише частина якогось народу, а українська мова ніщо інше як діалект. Теза російського президента про те, що «Україна – це не держава» [34], ширилася мережею ще з 2008 року. Відколи інформаційна агресія Кремля стала невіддільною складовою російських збройних атак, дезінформаційні ворожі кампанії стали предметом численних українських досліджень.

Інформаційна війна набрала особливої гостроти під час Революції Гідності. Російська пропаганда активно формувала образ українців як ворогів, вперше наголошуючи на тому, що вони є «бандерівцями, які зрадили слов'янство і православ'я». 17 червня 2014 року Верховна Рада України звернулася до

Міжнародної федерації журналістів, Європейської федерації журналістів, Асоціації європейських журналістів, міжнародної організації «Репортери без кордонів» та Міжнародного олімпійського комітету із закликом звернути увагу на інформаційно-психологічну агресію, яку Російська Федерація здійснює через свої медіа-пропагандистські канали проти України [23].

У документі зазначено, що Російська Федерація здійснює організовану та цілеспрямовану інформаційно-психологічну агресію, використовуючи медіа для маніпулювання громадською думкою як в Україні, так і за її межами. Це включає розповсюдження дезінформації, пропаганди, наклепів і створення фальшивих наративів, що спрямовані на підрив довіри до українських державних інститутів, дискредитацію національних цінностей та провокування внутрішньополітичних конфліктів.

З серпня 2021 року Росія активізувала інформаційну кампанію, яка охопила як внутрішній, так і міжнародний медіапростір. Однією з основних тем стало формування образу зовнішньої загрози для Росії, метою якого була підготовка населення до мобілізації.

В рамках цієї кампанії Росія активно поширювала наративи, що мали на меті виправдання її дій. Зокрема, озвучувалися меседжі про те, що Росія є мирною державою, яка не становить загрози, а Україна є агресором, який начебто планує військове повернення окупованих територій Донбасу. Інші наративи зображували США як агресора, що використовує Україну для ескалації конфлікту на Донбасі, а також стверджували, що країни НАТО фактично окупували Україну, де розміщено тисячі американських військових, а також побудовано їхні військові об'єкти й інфраструктуру. Пропагандисти також акцентували увагу на тому, що Україна блокує мирний процес, порушуючи Мінські угоди, а українські військові нібито обстрілюють мирних жителів і цивільну інфраструктуру на окупованих територіях, навіть вдаючись до геноциду [8].

Дезінформація, яка супроводжувала масштабне вторгнення Росії в Україну в лютому 2022 року, стала значним етапом ескалації інформаційних операцій

Росії проти України та західних демократій. На фоні посилення репресій проти політичної опозиції в Росії, ці кампанії трансформувалися від традиційної пропаганди та історичних маніпуляцій, зокрема щодо анексії Криму, який Москва проголосила «завжди російським» після 2014 року, до створення фальшивих наративів про нацистське проникнення в українське керівництво та теорій змови, пов'язаних з американськими біолабораторіями в Україні [61].

З початку війни зусилля Росії в області дезінформації зосереджуються на розхитуванні внутрішньої єдності України, пошуку або ж створенні розколів. Аналіз матеріалів російських державних та підтримуваних Кремлем ЗМІ під час війни вказує на кілька основних наративів, які постійно просуваються. Серед них – теорії змови щодо українських та американських досліджень біологічної зброї, а також так звані «операції під чужим прапором», де Росія намагається перекласти відповідальність за свої дії на Україну, заявляючи, що це нібито Україна вчиняє агресивні акти, щоб відвернути увагу від реальних виконавців.

У липні 2022 року, після того як США підписали пакет військової допомоги для України, в який увійшли РСЗВ HIMARS, Росія розгортає потужну дезінформаційну кампанію й запускає наратив про те, що «зброя, якою Захід накачує Україну, потрапляє на чорний ринок». Автори цієї ІПСО переслідували одразу кілька цілей: зірвати постачання західної зброї і змінити ситуацію на фронті на свою користь.

У серпні у британському виданні Financial Times з'явилась стаття на підігривання роспропаганді. Її заголовок звучав так: «НАТО і ЄС б'ють на сполох через контрабанду зброї Україною».

У ній з посиланням на «західних чиновників» йшлося, що країни НАТО та ЄС нібито наполягають на кращому відстежуванні зброї, яка надходить в Україну, бо «злочинні групи контрабандою вивозять її з країни на чорний ринок Європи».

Після шквалу критики і спростування Україною дезінформації видання виправило заголовок: «НАТО і ЄС б'ють на сполох через ризик контрабанди зброї Україною» [51].

The Washington Post із посиланням на європейські спецслужби писало, що з січня 2023 року російські фабрики тролів створили тисячі коментарів і сфабрикованих постів в українському сегменті соціальних мереж для дестабілізації ситуації в Україні.

Отримані журналістами документи свідчать, що в січні 2023 року перший заступник глави адміністрації Кремля Сергій Кирієнко доручив групі російських чиновників і політтехнологів створити присутність в українських соцмережах для поширення дезінформації.

Кирієнко виклав чотири ключові завдання української пропагандистської групи:

1. дискредитація військово-політичного керівництва;
2. розкол української еліти;
3. деморалізація українських військових;
4. дезорієнтація українського населення.

Проводилися регулярні зустрічі для обговорення планів і результатів. У документах йдеться про те, що ключовим критерієм для вимірювання успіху було зниження довіри українського суспільства до ключових військових і політичних лідерів.

У квітневому звіті росіян, який потрапив у розпорядження журналістів, йдеться про те, що пропагандисти змушені «входити в український медіаландшафт практично з нуля, оскільки проросійський сегмент повністю вичищений із ЗМІ та соціальних мереж». Для цього росіяни почали використовувати як анонімні канали Telegram, так і Facebook, Instagram і X.

Серед поширених росіянами матеріалів був пост у Facebook про те, що родина загиблого українського військового не отримувала жодної допомоги від держави. Видання пише, що цей пост набрав понад 2 мільйони переглядів. Ще один приклад – фейкове відео в Telegram про те, що головна мета української влади у війні – «воювати до останнього українця» [14].

Автори російської стратегії свідомо уникали відвертої проросійської пропаганди, щоб створити довіру аудиторії.

Стратегічно розроблені та ретельно поширені дезінформаційні кампанії можуть не лише порушити спокій громадськості, але й спричинити серйозні наслідки. Один із найяскравіших прикладів такого впливу – це події, пов’язані з терактом у торговому центрі «Крокус Сіті Хол».

Наприклад, фейкова інформація, що экс-секретар РНБО Данілов підтвердив причетність України до теракту у Підмосков’ї. Російські ЗМІ почали розповсюджувати цитату, приписану екссекретареві Ради нацбезпеки та оборони України Олексію Данілову, який нібито заявив, коментуючи теракт, що треба «частіше ходити один до одного в гості» і що в Москві «зараз весело». Такі коментарі, на думку агітпропу, можна розцінювати як «широсердне зізнання» української сторони.

Насправді, росіяни використали частину кадрів з телемарафону за 16 березня та замінили гостя – начальника ГУР МОУ Буданова – на підробне відео з Даніловим [42].

Ще один «аргумент», яким оперує агітпроп, щоб довести причетність України – виявлення в крові терористів психотропних речовин, які «вимикають страх». Докази пропагандистів прості: раз такі препарати «використовують в Україні», то їх заодно запропонували вжити й терористам, адже у терористів і тих, хто їх штовхнув на цей жахливий злочин, вибір був великий.

Проте, немає жодних доказів причетності України до організації теракту. Українські військовослужбовці не використовують психотропні засоби, цей фейк російська сторона поширює з початку повномасштабного вторгнення.

Наступний фейк був пов’язаний з посольством України в Таджикистані. За даними російських ЗМІ посольство України вербувало терористів для теракту.

Ця інформація мала на меті спотворити образ іноземців, які виявляли бажання боротися за Україну, як «найманців». StopFake вже раніше спростував ці маніпуляції, вказавши на те, що особи, що приєднуються до Збройних Сил України або добровольчих батальйонів, не є найманцями. Контактні дані, наведені в оголошенні, є неправдивими, а на офіційних ресурсах посольства України немає жодної інформації [36].

Про відсутність будь-яких доказів зв'язку Києва з терористичним актом у Підмосков'ї одразу повідомили не тільки в ГУР МОУ, а і у Вашингтоні, Лондоні та Парижі. Однак ці заяви жодним чином не вплинули на позицію Москви. Навпаки, російський агітпроп продовжує вперто використовувати будь-які можливості, щоб просувати версію про «український слід» та нібито вербування терористів через посольство України в Таджикистані, хоча досі і не навів якихось доказів на користь цього.

Після теракту в «Крокус Сіті Хол» російський бізнес, який співпрацює з вихідцями з Центральної Азії, почав стикатися з масовими перевірками з боку міграційних служб по всій країні. В основному це представники компаній роздрібної торгівлі та будівельної індустрії. Ретельним перевіркам піддаються склади маркетплейсу Wildberries. Виявляють десятки мігрантів, які порушили законодавство. Перевіряють співробітники та військові квитки. Мігранти в Росії стикаються із систематичними порушеннями своїх прав, причиною яких є дії представників державних структур, зокрема поліції і держслужбовців. Проте посилення антимигрантських настроїв серед російського населення та суперечки довкола методів боротьби з тероризмом призводять до розхитування соціальної структури в РФ. Як наслідок, це може призвести ескалації насилля всередині Росії. Тому російська влада буде намагатись спрямувати соціальну агресію, спровоковану терактом, на своїх геополітичних ворогів – Україну і країни Заходу, замовчуючи при цьому роль справжніх виконавців та замовників – радикальних ісламістів [7].

Фейкова інформація та пропагандистські зусилля вже суттєво вплинули на громадську думку і ставлення до війни. У результаті цього виникло обурення та відчуття помсти, що призвело до негативних наслідків. Солдати путінської армії почали малювати фрази «За Крокус» на своїх ракетах та авіабомбах, які вони запускали у мирні українські міста.

4 квітня Росія завдала удару по Харківщині на одному з дронів був надпис «За Крокус Сіті Хол». Внаслідок атаки загинуло 4 людей, а ще 12 поранено [26].

Російська влада веде проти України геноцидну війну, використовуючи весь арсенал, окрім зброї масового ураження. Знищують критичні об'єкти цивільної інфраструктури, енергетику, об'єкти культури, соціальну сферу, медицину. У той же час путінська пропаганда використовуватиме цей теракт для збільшення кількості мобілізованих росіян та спроби змінити свій образ із агресора на образ жертви.

Отже, інформаційно-психологічні операції Росії проти України стали суттєвим елементом її зовнішньої політики, спрямованим на дестабілізацію внутрішньої ситуації в Україні та послаблення довіри до її уряду і військових лідерів. Ці операції не обмежуються лише територією України, а охоплюють і міжнародний простір, де Росія використовує різноманітні стратегії, зокрема дезінформацію, фальшиві наративи, теорії змови.

Теракт у «Крокус Сіті Хол» став однією з резонансних подій у Росії, яка стала об'єктом маніпуляцій і дезінформаційних кампаній, зокрема з боку Росії, спрямованих на дискредитацію України. Навіть після офіційних спростувань з боку українських та міжнародних джерел, російська пропаганда продовжує активно поширювати фейкову інформацію з метою дискредитації України. Використання дезінформації, фальшивих наративів та маніпуляцій через медіа та соціальні мережі дає Росії можливість не тільки впливати на громадську думку в Україні, але й маніпулювати міжнародним суспільством, створюючи уявлення про «український слід» у різноманітних терористичних актах.

3.2 Українські стратегії та заходи протидії інформаційно-психологічним операціям

Боротьба з ПСО є важливою проблемою для кожної держави. Однак складність протидії полягає в фактичній відсутності можливості притягнути до відповідальності об'єкт інформаційно-психологічних операцій, оскільки характерними рисами інформаційно-психологічного впливу є його латентність і відсутність прямих доказів агресії при одночасному завданні значної шкоди

цільовому об'єкту без оголошення війни чи розірвання дипломатичних відносин.

Суттєву роль у забезпеченні інформаційної безпеки відіграє Рада національної безпеки і оборони України (РНБО). Організація займається моніторингом та аналізом загроз, пов'язаних з інформаційною безпекою держави. Починаючи з лютого 2022 року, з моменту розгортання повномасштабних воєнних дій, РНБО активно працює над перевіркою фактів, спростуванням фейкової інформації та виявленням ІІСО у Telegram і X.

Український уряд почав вживати заходів для протидії інформаційним загрозам ще до початку повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року. Одним із таких кроків стало створення у травні 2021 року Центру протидії дезінформації (ЦПД), який відіграє ключову роль у боротьбі з інформаційними викликами. Основною функцією ЦПД є надання офіційних експертних оцінок у протидії російським інформаційним атакам, дезінформаційним кампаніям та інформаційно-психологічним операціям. Його діяльність регламентується Указом Президента №106/2021 від 11 березня 2021 року, що затвердив відповідне рішення РНБО про створення Центру [38].

Головними завданнями ЦПД є реалізація положень Стратегії національної безпеки України, протидія актуальним і прогнозованим загрозам національним інтересам у сфері інформації, забезпечення інформаційної безпеки держави, а також ефективне реагування на пропаганду, деструктивні дезінформаційні впливи та спроби маніпулювання громадською думкою.

На сьогодні комунікаційна стратегія ЦПД зосереджується на таких напрямках: викриття прикладів маніпуляційного чи неправдивого контенту, надання актуальної інформації про хід бойових дій, а також розвиток медіа та інформаційної грамотності. Центр активно пояснює принципи розробки інформаційно-психологічних операцій, сприяючи підвищенню рівня обізнаності суспільства.

Для закріплення інституту медіаграмотності в Україні було засновано Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки Міністерством

культури та інформаційної політики України [38]. Ця ініціатива спрямована на боротьбу з дезінформацією, і її основною метою є забезпечення сталого механізму державної комунікації у протидії інформаційним загрозам, а також зміцнення стійкості українського суспільства до впливу дезінформаційних кампаній. В рамках цієї діяльності особлива увага приділяється співпраці з громадським сектором, виключенню політичного тиску та забезпеченню прозорості в організації комунікаційних процесів.

Основні напрямки роботи Центру включають:

- розробку стратегічних наративів для зміцнення позицій України щодо основних цілей агресора, а також створення узгодженої державної комунікації, яка об'єднує зусилля держави та громадянського суспільства в боротьбі з інформаційно-психологічними операціями;
- створення онлайн-ресурсу, що забезпечує ефективне реагування на інформаційні загрози, надаючи доступ до інструментів для підвищення стійкості та підтримки українських наративів;
- проведення інформаційних кампаній та розробку проактивних наративів, що сприятимуть посиленню державних комунікаційних зусиль;
- підвищення обізнаності щодо гібридних загроз за допомогою проведення тренінгів та впровадження системи інформування про державні заходи протидії дезінформації.

Система протидії інформаційно-психологічним операціям Росії є багаторівневою структурою заходів, яка має на меті виявлення, перевірку, реагування та попередження деструктивного впливу на цільові аудиторії. Вона орієнтована на захист інформаційного простору України та її партнерів, зокрема, від пропаганди, фейків та маніпуляцій. Таку систему слід будувати на трьох основних рівнях: міжнародному, внутрішньодержавному та громадському [3].

На міжнародному рівні важливим є налагодження координації з союзниками для обміну інформацією, спільних навчань та створення ефективних механізмів реагування.

Внутрішньодержавний рівень передбачає організацію національної стратегії інформаційної безпеки, удосконалення законодавства та засобів боротьби з дезінформацією через інформаційні платформи та медіа.

Громадський рівень включає активне залучення громадян до освітніх програм, розвитку критичного мислення та протидії впливу маніпулятивних технік, особливо через соціальні мережі та інші цифрові канали.

Поширення достовірної інформації серед внутрішньої та міжнародної аудиторії є одним із ключових елементів системи протидії інформаційно-психологічним операціям. Важливою складовою цього процесу є не лише спростування фальшивих інформаційних наративів, які поширює противник, а й активне надання альтернативної, правдивої інформації, яке водночас сприяє збільшенню довіри до уряду.

Потрібно також враховувати, що дезінформація часто призначена для маніпуляції емоціями та перекручування фактів, а тому надання ясної, перевіреної інформації, яка базується на доказах та фактах, є надзвичайно важливим для зменшення ефекту маніпуляцій. Своєчасна та адекватна реакція на інформаційні атаки допомагає не тільки нейтралізувати загрози, а й зміцнює імідж держави на міжнародній арені, особливо коли це стосується питання безпеки та оборони.

Впровадження контрзаходів проти інформаційно-психологічного впливу на державному рівні може здійснюватися шляхом реалізації контроперацій, спрямованих проти опонентів, або впровадженням спеціально розробленої державної політики безпеки. Негативний вплив можна нейтралізувати через проведення інформаційно-роз'яснювальних кампаній для населення, використовуючи всі доступні канали поширення інформації; надання правдивої інформації громадянам і міжнародному співтовариству про дії політичних лідерів країни та її військових структур; моніторинг інформаційного простору та негайне реагування на виявлених активних і потенційних суб'єктів впливу; об'єднання суспільства навколо національних цінностей та інтеграція громадян

для спільної боротьби з зовнішніми загрозами; формування позитивного іміджу держави та її політичних органів влади тощо

Для протидії російським психологічним операціям були розроблені кілька основних стратегій, які базуються на досвіді, отриманому під час російського вторгнення в Україну. Наприклад:

1. резилієнтність та кібербезпека: способи ефективної протидії російським ІІСО значною мірою визначалися довготривалою підготовкою України до кібер- та інформаційних війн. Досвід, набутий з 2014 року, зробив країну більш стійкою, що дозволило їй витримувати інформаційні атаки Росії та надавати сильну відповідь завдяки суттєвій допомозі західних технологічних компаній. Проактивний підхід до виявлення загроз і забезпечення інформаційних каналів став ключовим для мінімізації впливу [52];

2. стратегічні комунікації: ефективна стратегія комунікації є критично важливою. Україна активно використовує соціальні медіа, новинні агентства та незалежні репортажі для боротьби з російською дезінформацією. Завдяки прозорості та демонстрації реальних подій, вона зменшує ефективність спроб Росії спотворити наративи [67];

3. міжнародне співробітництво: підтримка міжнародних партнерів, зокрема технологічних компаній, також відіграє важливу роль. Західні технологічні фірми підтримують Україну в боротьбі з кібернападами та кампаніями з дезінформації. Колективна відповідь на дезінформацію допомагає стримати поширення хибних наративів [68].

Протидія ІІСО полягає не лише у виявленні фейків, а й у їх активному спростуванні. Завдяки відкритим джерелам, громадськість має можливість об'єднувати зусилля для документування дезінформації та поширення правдивої інформації, що сприяє ефективному протистоянню інформаційним атакам як на полі бою, так і в інформаційному просторі.

З метою формування здатності протистояти інформаційно-психологічним впливамнеобхідно реалізувати такі ініціативи:

- проведення масштабних освітніх кампаній з медіаграмотності, орієнтованих на виявлення дезінформації та розуміння основ пропаганди;
- впровадження навчальних програм у шкільну та університетську освіту для формування критичного мислення серед молоді;
- організація тренінгів для різних груп населення з розпізнавання маніпуляцій у медіа;
- підтримка незалежних медіа, які сприяють поширенню об'єктивної інформації та протидіють дезінформації;
- співпраця з платформами (Meta, Twitter, YouTube) для швидкого видалення дезінформаційного контенту та обмеження його поширення;
- використання штучного інтелекту для аналізу великих обсягів даних та ідентифікації пропагандистських наративів;
- розвиток регіональних мереж громадських організацій, які допомагають у викритті дезінформації;
- залучення лідерів думок, громадських діячів та митців до створення контенту, що протистоїть пропагандистським меседжам;
- використання культурних та історичних цінностей для формування національної ідентичності, що знижує вразливість до зовнішнього впливу;
- участь у спільних проєктах НАТО, ЄС та інших організацій, спрямованих на зміцнення інформаційної безпеки;
- забезпечення доступу до науково обґрунтованої інформації, що пояснює механізми пропаганди.

Отже, ці кроки дозволять створити комплексну систему захисту від ІІСО, спрямовану на зміцнення інформаційної безпеки, розвиток критичного мислення та формування стійкого суспільства, адже протидія ІІСО має бути комплексною, охоплюючи всі аспекти інформаційної безпеки та залучаючи різні інструменти, технології та учасників. Ефективна боротьба вимагає поєднання державних ініціатив, громадянської активності, технічних рішень і міжнародної співпраці. Лише комплексний підхід, що враховує освітній, правовий, технологічний і

соціальний виміри, здатен забезпечити стійкість суспільства до дезінформаційного впливу та маніпуляцій.

3.3 Роль засобів масової інформації та громадянського суспільства у протидії інформаційно-психологічним операціям з боку Російської Федерації

Інформаційно-психологічні операції – центральний елемент сучасних гібридних воєн, які активно використовуються державами для досягнення геополітичних цілей. Російська Федерація стала одним із найбільш помітних акторів, що систематично застосовує ІІСО для маніпулювання суспільною думкою, підриву довіри до державних інституцій, ослаблення національної єдності та дискредитації демократичних цінностей. У цьому контексті засоби масової інформації та громадянське суспільство відіграють ключову роль у забезпеченні інформаційної безпеки, формуванні контрнарративів та підвищенні стійкості суспільства до дезінформації.

Починаючи з 2014 року, громадянське суспільство в Україні відіграло ключову роль у боротьбі з російською дезінформацією та пропагандою. У той час як державні інституції потребували значного часу для усвідомлення проблеми та розробки нормативної бази для її вирішення.

У 2014 році після анексії Криму була створена волонтерська ініціатива StopFake. Головним завданням спільноти було виявлення та спростування спотвореної інформації й пропаганди щодо подій в Україні. Згодом проєкт трансформувався в інформаційний хаб, що здійснює всебічний аналіз явища кремлівської пропаганди, охоплюючи її різноманітні аспекти та форми прояву [27].

У 2016 році організація «Детектор медіа» (тоді відома як «Телекритика») представила один із перших звітів, присвячених аналізу пропагандистських нарративів, супроводжений практичними рекомендаціями для стейкхолдерів. Організація активно аналізує та архівує історію українських медіа, фіксуючи всі

важливі події, тенденції й зміни з 2001 року. Через постійний моніторинг телевізійних новин, ток-шоу та журналістських розслідувань вона забезпечує контроль за якістю контенту, виявляючи маніпуляції й порушення професійних стандартів. Важливим напрямом є підтримка реформи суспільного мовлення, зокрема розробка концепцій, законодавчих ініціатив та рішень для вирішення проблем фінансування Національної суспільної телерадіокомпанії України. «Детектор медіа» також викриває російську пропаганду, використовуючи розроблений індекс інформаційного впливу Кремля, та здійснює моніторинг маніпуляцій у національних і міжнародних медіа, включаючи розвінчання фейків.

Організація приділяє значну увагу освітнім ініціативам, створюючи онлайн-курси для журналістів і громадськості, а також проводить дослідження споживання медіа в суспільстві та якості журналістської освіти у вищих навчальних закладах України. Вона бере участь у просуванні реформ у медійній сфері, зокрема роздержавлення друкованих медіа, запровадження прозорості медіавласності та вдосконалення мовної політики на телебаченні й радіо [12].

Важливу роль у цьому процесі також відіграли такі організації, як «Інститут масової інформації» (ІМІ), «Центр протидії дезінформації» при РНБО України та волонтерська ініціатива «ІнформНапалм», яка спеціалізується на розслідуванні гібридних загроз. Крім того, на міжнародному рівні підтримку в аналізі та протидії інформаційним операціям забезпечують структури, такі як East StratCom Task Force при ЄС, що координує роботу платформи EUvsDisinfo, та НАТО StratCom COE, який займається дослідженням стратегічних комунікацій.

На початку повномасштабного вторгнення Росії у 2022 році в Україні було організовано єдиний національний телемарафон «Єдині новини», який об'єднав провідні українські телеканали для спільного висвітлення подій. Телемарафон відіграв важливу роль у протидії паніці, створенні єдиного інформаційного простору та боротьбі з дезінформацією.

Телемарафон відіграв ключову роль у підтримці української державності у лютому-березні 2022 року, коли загроза суверенітету країни була максимальною, а інтенсивність інформаційних атак на Україну – найвищою. Його значущість та ефективність у перші місяці повномасштабної війни не викликали сумнівів. Об'єднання комерційних, державних та суспільних телеканалів для спільної роботи стало унікальним прикладом координації у кризових умовах.

Однак, телемарафон почав викликати менше підтримки та все більше зауважень. Це спричинило занепокоєння, що тимчасовий, екстрений формат організації інформаційного простору України може стати постійним, що, своєю чергою, призведе до втрати різноманіття, яке раніше було характерною рисою українського телебачення.

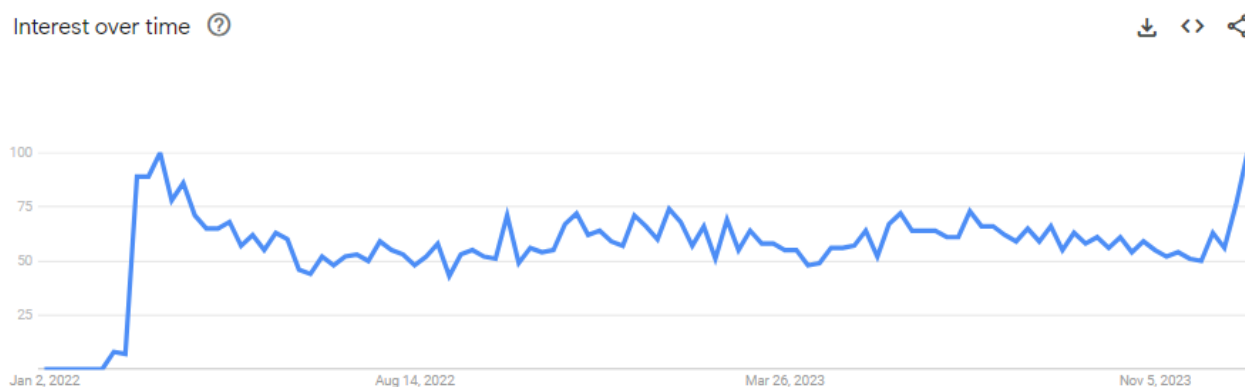


Рисунок 3.1. Динаміка зацікавленості за період із січня 2022 року по грудень 2023 року [54]

На рис. 3.1 зображений графік із Google Trends, що демонструє зміну інтересу до пошукового запиту «телемарафон» серед користувачів в Україні протягом 2022-2023 років.

На початку повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну, телемарафон став ключовим інструментом для оперативного інформування населення, координації суспільних дій, забезпечення єдності інформаційного простору та протидії дезінформації.

Після досягнення пікового значення інтерес поступово зменшився, що свідчить про адаптацію суспільства до нових інформаційних реалій, коли

потреба в постійному доступі до новин через телемарафони стала менш нагальною.

Листопад і грудень 2023 року стали періодом помітного загострення у війні в Україні. Росія вперше застосувала новий тип безпілотників, відомих як «чорний Гірун» або «Фірун». Вони мали покриття, що поглинає радіолокаційні сигнали, значно ускладнюючи їх виявлення українськими системами ППО. Ці дрони були задіяні під час масованої атаки на Київ, що стало суттєвим викликом для оборони [57].

У грудні Україна пережила масштабну кібератаку, яка паралізувала роботу одного з найбільших мобільних операторів «Київстар» та фінансової установи «Монобанк». Мільйони людей залишилися без доступу до мобільного зв'язку та банківських послуг. Відповідальність за атаку взяла на себе хакерська група «Солнцепек», яку українська сторона пов'язує з російською військовою розвідкою [15].

На міжнародній арені ключовою подією стала зустріч президента США Джо Байдена з Володимиром Зеленським, під час якої було оголошено про новий пакет допомоги Україні на 200 мільйонів доларів. Ця підтримка ще раз підкреслила солідарність міжнародної спільноти з Україною у протистоянні російській агресії [1].



Рисунок 3.2. Динаміка зацікавленості за період із грудня 2023 року по жовтень 2024 року [54]

На рис. 3.2 можемо побачити, що за період з 31 грудня 2023 року до 26 жовтня 2024 року простежується поступове зниження інтересу до запиту. Після пікового значення у грудні 2023 року, рівень зацікавленості почав зменшуватися. Незважаючи на окремі незначні підйоми, загальна тенденція залишалася низхідною, що свідчить про поступове зниження уваги аудиторії до теми.

Як повідомляє «Детектор Медіа» у третьому кварталі 2024 року загальна кількість порушень журналістських стандартів в ефірі каналів телемарафону значно зросла.

Якщо раніше фіксувалося 73–74 порушення на годину, то за останні три місяці цей показник зріс до 95,4. Переважна більшість стандартів демонструє зростання кількості порушень, за винятком стандартів балансу думок та оперативності.

Найбільшу частку порушень зафіксовано на каналах «1+1» (24%) та ICTV/СТБ (23%), найменшу — на каналі «Рада» (14%). За частотою порушень канали розподіляються наступним чином: «1+1» та ICTV/СТБ здійснюють майже два порушення за хвилину, «Інтер» і «Ми — Україна» — понад півтора, а «Рада» — понад одне порушення за хвилину. Кожен із каналів мав специфічні тенденції до порушень. Наприклад, стандарт відокремлення фактів від думок найбільше порушували ICTV та СТБ (72,3 порушення на годину при середньому рівні 55,7). Канал «1+1» лідирував за порушенням стандарту достовірності (32,9 порушення на годину при середньому рівні 24,4). Канали «Ми — Україна» (7,7 порушення на годину) та «Рада» (6,9 порушення на годину) найбільше порушували стандарт повноти інформації, перевищуючи середній показник у 4,2 [9].

За даними Київського міжнародного інституту соціології, ідея телемарафону «Єдині новини» отримала значну підтримку в 2022 році, однак починаючи з 2023 року спостерігається стійке зниження рівня довіри до цього медіа-проєкту. Станом на лютий 2024 року вперше зафіксовано негативний баланс довіри та недовіри, що свідчить про перевищення кількості осіб, які не довіряють телемарафону, над тими, хто висловлює довіру.

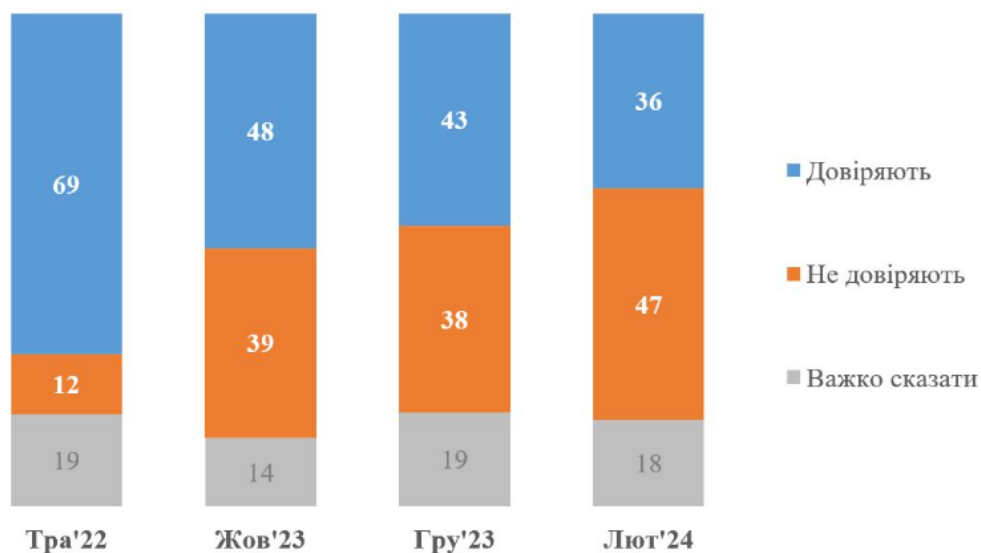


Рис. 3.3. Довіра до телемарафону [22]

На рис. 3. 3 можемо побачити, що в грудні 2023 року 43% опитаних висловлювали довіру до телемарафону, тоді як 38% були налаштовані скептично. На початок лютого 2024 року частка довіряючих знизилася до 36%, в той час як кількість осіб, які не довіряють, зросла до 47% [22].

Зниження довіри до телемарафону «Єдині новини» є важливим сигналом для аналізу ефективності інформаційних стратегій в умовах війни та інформаційної боротьби. Це також відображає складнощі, з якими стикаються медіа у контексті гібридних війн, де маніпуляції, фальсифікації та швидка зміна наративів можуть призвести до втрати довіри навіть до офіційних і загальнодоступних каналів інформації. Різне збільшення кількості порушень журналістських стандартів в ефірі телемарафону, яке спостерігається в останні місяці, додає нові виклики для медіа-спільноти та потребує глибшого осмислення шляхів збереження професійної етики та якості журналістики.

Крім того, зниження підтримки телемарафону може бути пов'язано з втомою аудиторії від одноманітності та тривалого фокусування на єдиному джерелі інформації. Порушення стандартів, недостатній баланс думок і інформації, а також зростаюча частка маніпуляцій можуть підірвати довіру до

проєкту, що спочатку мав на меті консолідацію українського суспільства навколо національних цінностей і боротьби з російською агресією.

Отже, на основі досліджень важливим завданням є відновлення довіри до медіа та формування нових інформаційних стратегій, які дозволяють ефективно боротися з дезінформацією, при цьому зберігаючи стандарти об'єктивності, достовірності та балансу. Враховуючи складність та динамічність ситуації, медіа повинні адаптувати свої стратегії до нових умов і забезпечити велику різноманітність джерел інформації, щоб уникнути концентрації надмірної влади в руках одного медіа-гравця. Це дозволить не лише підвищити рівень інформаційної безпеки, але й зміцнити соціальну стійкість та консолідацію суспільства в умовах війни.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання дослідження були досягнуті завдання, що дозволили всебічно охопити питання інформаційно-психологічних операцій як інструменту впливу в сучасній системі міжнародних відносинах та розробити ефективні механізми їх протидії.

У ході нашого дослідження, були виконані всі поставлені завдання:

1. Ми розглянули еволюцію поняття інформаційно-психологічних операцій та технік впливу на масову свідомість. Встановили, що основними методами впливу є фейки, маніпуляції, пропаганда, кібератаки, які реалізуються через неформальні комунікаційні канали, зокрема месенджери. ППСО спрямовані на формування бажаних переконань у цільовій аудиторії та досягнення політичних і соціальних цілей через психологічний тиск і маніпуляцію інформацією.

Особливе значення мають психологічні аспекти ППСО, зокрема методи дезінформації та використання страху, наприклад, як ядерний шантаж, що створює атмосферу страху та безвиході. Це сприяє мобілізації внутрішньої підтримки та уникнення міжнародної конфронтації.

2. Здійснили огляд трансформації ППСО від античності до сучасних тенденцій та інновацій. Вияснили, що з розвитком медіа та цифрових технологій ці операції стали ключовим інструментом у міжнародних відносинах, оскільки, історично ППСО еволюціонували від простих впливів до складних стратегій. У ХХ столітті медіа стали основним засобом формування громадської думки, а в умовах воєн та Холодної війни ППСО стали невід'ємною частиною боротьби між державами.

У сучасних умовах цифрові технології, соціальні мережі та штучний інтелект видозмінили застосування ППСО, дозволяючи здійснювати операції на глобальному рівні. Сучасні технології, боти, тролі та deepfake, створюють фальшиві реалії, що можуть бути сприйняті як достовірна інформація, що

підкреслює необхідність розробки ефективних стратегій протидії в умовах інформаційної війни.

3. Проаналізували інформаційно-психологічні операції Російської Федерації проти України та оцінили роль медіа й громадського суспільства у їх протидії. З'ясували, що інформаційно-психологічні операції Росії спрямовані на дестабілізацію внутрішньої ситуації в Україні та підрив репутації на міжнародній арені. Теракт у «Крокус Сіті Хол» став прикладом маніпуляцій спрямованих на дискредитацію України, попри спростування з боку міжнародних та українських джерел. Росія активно використовує соціальні мережі та медіа для маніпулювання громадськістю та створення «українського сліду».

З огляду на це, важливим завданням є протидія російським кампаніям, зокрема, через відновлення довіри до медіа та розробка нових інформаційних стратегій, що дозволять ефективно боротися з дезінформацією. Медіа мають адаптувати свої стратегії, забезпечивши різноманітність джерел інформації, що сприятиме підвищенню рівня інформаційної безпеки.

4. Розробили рекомендації щодо вдосконалення протидії ІІСО. Встановили, що протидія передбачає комплексний підхід. Для підвищення здатності суспільства протистояти ІІСО необхідно реалізувати освітні кампанії з медіаграмотності, впроваджувати програми критичного мислення в освіті та проводити тренінги для розпізнавання маніпуляцій у медіа. Підтримка незалежних медіа та співпраця з платформами соціальних мереж для оперативного видалення дезінформації є важливими складовими. Використання штучного інтелекту для аналізу даних дозволяє ефективно виявляти пропагандистські наративи.

Ключовими є також регіональні мережі громадських організацій, залучення лідерів думок до створення контенту, що протистоїть пропаганді, а також використання культурних ідентичностей для зміцнення національної стійкості. Участь у міжнародних проєктах, спрямованих на зміцнення інформаційної безпеки, та забезпечення доступу до науково обґрунтованої інформації є необхідними для ефективної боротьби з ІІСО.

Таким чином, вивчення та аналіз інформаційно-психологічних операцій є ключовим для розуміння сучасних загроз та викликів у сфері міжнародних відносин. Це дозволяє не тільки ідентифікувати методи і тактики противника, але й розробляти ефективні стратегії захисту, що сприяють підвищенню стійкості держави до інформаційного впливу. Дослідження механізмів ІІСО та засобів їхньої протидії мають не лише наукове, але й практичне значення для зміцнення безпеки та захисту суверенітету в умовах сучасних гібридних загроз.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байден зустрівся із Зеленським і оголосив про новий пакет допомоги Україні на \$200 млн. *Цензор.Нет*. URL: https://censor.net/ua/news/3461182/bayiden_zustrivsvya_iz_zelenskym_i_ogolosyv_pro_novuui_paket_dopomogy_ukrayini_na_200_mln.
2. Богуславська О. Г. Психологічний вплив та засоби протидії небажаному впливу : практичні аспекти. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. № 67. С.12-19.
3. Бучин М., Курус Ю. Інформаційна війна Росії проти України : особливості та механізми протидії. *Гуманітарні візії*. 2018. Вип. 4. № 1. С. 56–62.
4. Веденєєв Д. В., Семенюк О. Г. Організаційно-управлінський механізм розбудов та діяльності структур інформаційно-психологічного протидієвства Збройних Сил України (2007–2021 рр.). *Право та державне управління*. 2022. № 3. С.147– 152.
5. Відеофейк : Зеленський наказав військовим залишити Авдіївку. *Укрінформ - актуальні новини України та світу*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-factcheck/3787632-videofejk-zelenskiy-nakazav-vijskovim-zalisiti-avdiivku.html>.
6. Відеофейк : Зеленський наказав покинути Авдіївку. *VoxUkraine*. URL: <https://voxukraine.org/videofejk-zelenskiy-nakazav-pokynuty-avdiivku>
7. Війна звинувачень : наслідки теракту в Crocus City Hall. UACRISIS.ORG. URL: <https://uacrisis.org/uk/vijna-zvynuvachen-naslidky-teraktu-v-crocus-city-hall>.
8. Влітку перед повномасштабним вторгненням Росія запустила низку ІПСО – очільник ЦПД. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/news/vlitku-pered-povnomasshtabnym-vtorgnennyam-rosiya-zapustyla-nyzku-ipsa-ochilnyk-tspd-i57853>.
9. Головатий Д. Кількість порушень стандартів на каналах марафону та Суспільному значно зросла, – моніторинг. *detector.media*. URL:

<https://detector.media/infospace/article/232991/2024-10-03-kilkist-porushen-standartiv-na-kanalakh-marafonu-ta-suspilnomu-znachno-zrosla-monitoryng/>.

10. Горбулін В. П. Інформаційні операції та безпека суспільства : загрози, протидія, моделювання *Інтертехнологія*. 2009. 164 с.

11. Демедюк С., Марков В. Кіберполіція України. *Наше право*. 2015. № 6. С. 87–93.

12. Детектор медіа. ГО «Детектор медіа». URL: <https://go.detector.media/about/>.

13. Інформаційно-психологічні операції як сучасний інструмент геополітики. Глобальна організація союзницького лідерства. URL: <https://goal-int.org/informacijno-psichologichni-operacii-yak-suchasnij-instrument-geopolitiki>.

14. «Кремлівська гідра»: 300 телеграм-каналів, які отруюють український інфопростір. *Detector.media*. URL: <https://detector.media/monitorynh-internetu/article/205954/2022-12-14-kremlivska-gidra-300-telegram-kanaliv-yaki-otruuyut-ukrainskyu-infoprostir/>.

15. Кузьменко Ю. Атака на «Київстар» : російські хакери «Солнцепека» взяли відповідальність за злам. *Суспільне новини*. URL: <https://suspilne.media/638370-ataka-na-kiiivstar-rosijski-hakeri-solncepeka-vzali-vidpovidalnist-za-zlam/>.

16. Медіаспоживання українців : другий рік повномасштабної війни. Опитування ОПОРИ. *ОПОРА*. URL: https://www.oporaua.org/polit_ad/mediaspozivannia-ukrayintsiv-drugii-rik-povnomasshtabnoyi-viini-24796.

17. Медіаспоживання українців : другий рік повномасштабної війни. Опитування ОПОРИ. *ОПОРА*. URL: https://www.oporaua.org/polit_ad/media/spozhivannia-ukrayintsiv-drugii-rik-povnomasshtabnoyi-viini-24796.

18. Ніколаєнко С., Ніколаєнко В. Категорія психологічного впливу психології. *Світгляд – Філософія – Релігія*. 2011. № 1 (1). С. 76–85. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/39499/>.

19. Остроухов В. В., Петрик В. М., Присяжнюк М. М. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти) : підруч.; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. Київ :

КНТ, 2010. 776 с. URL: <http://westudents.com.ua/knigi/364-nformatsyna-bezpeka-ostrouhov-vv.html>.

20. Петрик В. Сутність і особливості проведення спеціальних інформаційних операцій та акцій інформаційного впливу. *Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони*. 2009. № 3(6). С. 71–75.

21. Політика історичної пам'яті в контексті національної безпеки України : аналіт. доповідь / Яблонський В. М., Лозовий В. С., Валевський О. Л., Здіорук С. І., Зубченко С. О. та ін.; за заг. ред. В. М. Яблонського. Київ : НІСД, 2019. С. 144

22. Прес-релізи та звіти – Довіра телемарафону «Єдині новини». *Домашня сторінка КМІС*. URL: <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1369&page=1>.

23. Про Звернення Верховної Ради України до Міжнародної Федерації Журналістів, Європейської Федерації Журналістів, Асоціації Європейських Журналістів, міжнародної організації «Репортери без кордонів», Міжнародного олімпійського комітету щодо інформаційно-психологічної агресії, що здійснюється засобами масової інформації Російської Федерації про ти України : Постанова ВРУ URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1332-18>.

24. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року «Про Стратегію інформаційної безпеки»!. Указ президента України № 685/2021 від 28 грудня 2021 року URL: <https://www.president.gov.ua/documents/6852021-41069>.

25. Путін розширює умови, за яких Росія може застосувати ядерну зброю. *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2024/09/25/7476775/>.

26. Слово і Діло. Атака на Харків : на дроні був напис «За Крокус Сіті Холл». *Слово і Діло*. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2024/04/04/novyna/suspilstvo/ataka-xarkiv-droni-buv-napys-krokus-siti-holl>.

27. СтопФейк. URL: <https://www.stopfake.org/uk/pro-nas/>.

28. Табур А. Маленький переворот у великому уявленні : як адміністрація Річарда Ніксона змінила світову історію. *DeepState UA*. URL: <https://deepstateua.com/malienkii-pierievorot-u-vielikomu-uiavlienni-ia-administratsiia-richarda-niksona-zminila-svitovu-istoriiu/>.

29. Телемарафон : як він змінює українське суспільство та медіаринок – BBC News Україна. *BBC News Україна*. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-64112594>. Тік-ток тренд «Я ухилянт» – чергове російське ІПСО. До такого висновку дійшли у Головному Управлінні Розвідки *Межа. Новини України*. URL: <https://mezha.net/ua/mysli/tik-tok-trend-ia-ukhyliant-cherhove-rosiiske-ipso-do-takoho-vysnovku-diishly-u-holovnomu-upravlinni-rozvidky/>.

30. ТОП соціальних мереж. *Wizeclub Education*. URL: <https://wizeclub.education/blog/top-sotsialnih-merezh/#:~:text=Але%20лідерами%20у%20світовому%20рейтингу,залишаються%20Facebook%2C%20Youtube%20i%20Whatsapp.&text=У%20десятку%20найліпших%20також%20ввійшли,%2C%20Telegram%2C%20Snapchat%20та%20Douyin>.

31. Туранський М. О. Інформаційно-психологічні операції в гібридній війні : історіографічний аспект. *Вісник Черкаського університету*. 2018. С. 111–121.

32. У 1994 році росія вже намагалася захопити Крим – через сепаратиста Юрія Мешкова. Усе змінила одна спецоперація СБУ на півострові. Переказуємо документалку «Суспільного» про ці події. *Бабель. Розповідаємо про політику, культуру і суспільство в Україні. Останні новини детально і неупереджено*. URL: <https://babel.ua/texts/95715-u-1994-roci-rosiya-vzhe-namagalasya-zahopiti-krim-cherez-separatista-yuriya-myeshkova-use-zminila-odna-specoperaciya-sbu-na-pivostrovi-perekazuemo-dokumentalku-suspilnogo-pro-ci-podiji>.

33. Указ Президента України №106/2021 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 11 березня 2021 року «Про створення Центру 63

протидії дезінформації». 2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1062021-37421>.

34. Українська правда. Путін – Бушу: «Україна – це не держава». *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/news/2008/04/7/4437118/>.

35. Федонюк. С. В. Інформаційно-психологічні операції на геополітичній арені [Текст]: навч. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2024. 1 електрон. опт. диск (CD-ROM).

36. Фейк : Іноземці, що воюють за Україну, - найманці. *StopFake*. URL: <https://www.stopfake.org/ru/fejk-voyuuyushhie-za-ukrainu-inostrantsy-naemniki/>.

37. Фокус Р. Від СНІДу до COVID-19 : як спадщина СРСР досі продовжує жити та сіяти хаос і дезінформацію. *ФОКУС*. URL: <https://focus.ua/uk/technologies/565950-vid-snidu-do-covid-19-yak-spadshchina-srsr-dosi-prodovzhuye-zhiti-ta-siyati-haos-i-dezinformaciyu>.

38. Центр протидії дезінформації при РНБО України. Центр протидії дезінформації. URL: <https://cpd.gov.ua>.

39. Центр протидії дезінформації. URL: <https://cpd.gov.ua/>

40. Центр стратегічних комунікацій. URL: <https://spravdi.gov.ua/pro-nas/>.

41. Циватий В. Європейська система міжнародних відносин і дипломатична практика в період Тридцятилітньої війни (1618-1648 рр.) : інституціональний та конгруентний дискурси. *Наукові праці Кам"янець-Подільського національного університету. Історичні науки*. 2020. Т. 30. С. 39–49.

42. Чередниченко О. Російський канал НТВ показав фейкове відео, де секретар РНБО України начебто «підтвердив причетність київського режиму» до теракту в «Крокус Сіті Холі». *Detector.media*. URL: <https://detector.media/infospace/article/224548/2024-03-23-rosiyskyu-kanal-ntv-pokazav-feykove-video-de-sekretar-rnbo-ukrainy-nachebto-pidтверdyv-prychetnist-kyivskogo-rezhymu-do-teraktu-v-krokus-siti-kholi-dopovнено//>

43. Що таке дипфейк і як його розпізнати. *Hive Mind*. URL: <https://ua.hive-mind.community/blog/383,shho-take-dipfeik-i-yak-iogo-rozpiznati>.
44. Belton C. Kremlin runs disinformation campaign to undermine Zelensky, documents show. URL: <https://www.washingtonpost.com/world/2024/02/16/russian-disinformation-zelensky-zaluzhny/>.
45. Chen Shou. Records of Three Kingdoms. *Bibliographies. A biographical dictionary of later han to the three kingdoms (23-220 AD)*. 2007. P. 1242–1266. URL: <https://doi.org/10.1163/ej.9789004156050.i-1311.19>.
46. Department of the Army. Psychological Operations Tactics, Techniques, and Procedures. *Independent Publishing Platform*. 2003. 439 p.
47. Dr Jared M. Tracy PhD. 100 years of subterfuge: the history of Army psychological operations. URL: https://www.army.mil/article/199431/a_centennial_of_subterfuge_the_history_of_army_psychological_operations.
48. Farwell J. The Rise of Atrocity Propaganda: Reflections on a Changing World. *Defence Strategic Communications*. 2020. Vol. 9, no. 1. P. 187–220.
49. Foy H., Olearchyk R., Fleming S. Nato and EU sound alarm over risk of Ukraine weapons smuggling. *Financial Times*. URL: <https://www.ft.com/content/bce78c78-b899-4dd2-b3a0-69d789b8aee8>.
50. Giles K. Russian cyber and information warfare in practice. *Chatham house*. URL: <https://www.chathamhouse.org/2023/12/russian-cyber-and-information-warfare-practice/06-policy-recommendations>.
51. Global Social Media Statistics. *DataReportal – Global Digital Insights*. URL: <https://datareportal.com/social-media-users>.
52. Goertzel T. The Conspiracy Theory Pyramid Scheme. *Conspiracy Theories and the People Who Believe Them*. 2018. P. 226–242.
53. Google Trends. URL: <https://trends.google.com.ua/trends/>.
54. Helmus T. Russian social media influence : understanding russian propaganda in eastern europe. RAND Corporation, 2018.
55. Hertzberg D. Soviet-Sponsored clandestine broadcasting. *Psychological operations*. 2019. P. 60–76.

56. Institute for the study of war. URL: <https://www.understandingwar.org/backgrounder/russian-offensive-campaign-assessment-november-25-2023>.
57. Kenez P. The lesson of 007. *Psychological operations*. 2019. P. 77–88.
58. Kofman M, Lessons from Russia's Operations in Crimea and Eastern Ukraine. Santa Monica: RAND Corporation, 2017, 5-70 p.
59. Larson D., Renshon S. The political psychology of the gulf war : leaders, publics, and the process of conflict. *Political psychology*. 1995. Vol. 16, no. 2. P. 429.
60. Moscow's proxy «republics» announce that Donbas is and always was «Russian». *Human Rights in Ukraine*. URL: <https://khp.org/en/1608808705>
61. Munez E., Luebering J. E. Operation fortitude world war II, ghost army, summary, & facts. *Britannica. Encyclopedia Britannica*. URL: <https://www.britannica.com/event/Operation-Fortitude>
62. Nichiporuk B. Lessons from Russia's operations in Crimea and Eastern Ukraine RAND Corporation, 2017. 128 p.
63. Operation Denver : KGB and stasi disinformation regarding AIDS. *Wilson Center*. URL: <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/operation-denver-kgb-and-stasi-disinformation-regarding-aids>.
64. Polko P., Polko R., Bezpiecznie już było. Jak żyć w świecie sieci, terrorystów i ciągłej niepewności. Helion, Gliwice 2018, 184 p.
65. Psyops are Russia's way to save on conventional weapons – DI. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/en/news/psyops-are-russia-s-way-to-save-on-conventional-weapons-di-i50384>.
66. Russia's Psychological Warfare Against Ukraine. *The Atlantic*. URL: <https://www.theatlantic.com/podcasts/archive/2024/05/russias-psychological-warfare-against-ukraine/678459/>.
67. Russian cyber and information warfare in practice. *Chatham house*. URL: <https://www.chathamhouse.org/2023/12/russian-cyber-and-information-warfare-practice/06-policy-recommendations>.

68. Russian Social Media Influence: Understanding Russian Propaganda in Eastern Europe URL: https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR2237.html.
69. Sunzi. Art of war. Independently Published, 2020. 82 p.
70. Taylor O. Disruptive Power : The Crisis of the State in the Digital Age. *Oxford University Press*, Incorporated, 2015.
71. The Editors of Encyclopaedia Britannica. Voice of america (VOA). Britannica. *Encyclopedia Britannica*. URL: <https://www.britannica.com/topic/Voice-of-America>.
72. The New Cambridge history of Islam. *Choice Reviews Online*. 2011. Vol. 49, no. 04. P. 49–221.
73. The role of printing in medieval and reformation europe after 500 years : the protestant reformation special collections online exhibits. *Online Exhibits Special Collections Online Exhibits*. URL: <https://exhibits.lib.arizona.edu/exhibits/show/reformation/role-of-printing>.
74. Understanding cold war propaganda : influence and impact – military saga. *The Insurance Universe*. URL: https://militarysaga.com/cold-war-propaganda/#United_States
75. United States. Joint Chiefs of Staff. Dictionary of military and associated terms. Washington : GOP, 1992. 350 p.
76. Unveiling strategies of world war II psychological warfare – military knowledge base. *The Insurance Universe*. URL: https://militaryknowledgebase.com/world-war-ii-psychological-warfare/#Psychological_Impact_on_Troops_and_Civilians.
77. Walker, Fred W., PSYOPs is a Nasty Term-Too Bad. In Ron D. Mclaurin, no. 2, 259 p.
78. Wellington house and british propaganda during the first world war. The historical journal. *Cambridge Core*. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/historical-journal/article/abs/wellington-house-and-british-propaganda-during-the-first-world-war1/0E3BEB8F4CC3EAD3D1B415D4E6A832F4>.

