

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН, ІНФОРМАЦІЇ ТА  
РЕГІОНАЛЬНИХ СТУДІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувачка випускової кафедри

 Ніна РЖЕВСЬКА

« 20 » 12 2023 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

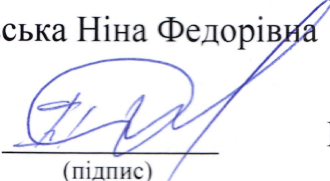
ЗДОБУВАЧКИ ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА  
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 291 «МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ,  
СУСПІЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ»  
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ  
«ЗОВНІШНЯ ПОЛІТИКА І ДИПЛОМАТІЯ»

**Тема: «ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА В ПЕРІОД РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ  
ВІЙНИ: ШЛЯХИ ТА МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ НА ГРОМАДСЬКУ СВІДОМІСТЬ»**

Виконавець: здобувачка вищої освіти 2 курсу, 207 М групи, Кравцова Віталія  
Олександрівна

Керівник: д.п.н, завідувачка кафедри міжнародних відносин, інформації та  
регіональних студій Ржевська Ніна Федорівна

Нормоконтролер

  
(підпис)

Ніна РЖЕВСЬКА

КИЇВ 2023

## ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ .....	3
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ.....	7
1.1. Інформація та оцінка її якості.....	7
1.2. Визначення інформаційної війни .....	10
1.3. Пропаганда як один з проявів інформаційної війни.....	17
РОЗДІЛ 2. СУТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ .....	22
2.1. Структура інформаційної війни.....	22
2.2. Цілі інформаційних воєн .....	23
РОЗДІЛ 3. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВОЄН.....	28
3.1. Інформаційні війни: зародження та становлення.....	28
3.2 Трансформація інформаційних воєн до стану сучасності.....	34
РОЗДІЛ 4. ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА В ПЕРІОД РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	42
4.1 Передумови та витоки інформаційної війни між РФ та Україною.....	42
4.2 Інформаційне протистояння під час повномасштабного вторгнення.....	46
4.3 Вплив інформаційної війни на громадську свідомість.....	51
ВИСНОВКИ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ .....	56
ДОДАТКИ .....	60

## ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

США – Сполучені Штати Америки.

RT – інформаційний ресурс «Russia Today».

ЗСУ – Збройні сили України.

ЗМІ – засоби масової інформації.

ІКТ – інформаційно-комунікаційні технології.

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження** зумовлена тим, що нині інформація відіграє надважливу роль у функціонуванні офіційних державних інститутів та у соціальному житті кожного громадянина. На даному етапі суспільного розвитку має силу та могутність не той, у кого «гори м'язів», а той, хто володіє інформацією. Вона є найпотужнішою зброєю ХХІ століття, і дуже важливо вміти правильно її знаходити, фільтрувати та аналізувати.

Деякі види інформації можуть бути створені чи знищені. Тому дуже важливо правильно використовувати інформацію і не допускати помилок, що можуть призвести до незворотніх втрат. Одне, сказане людиною на камеру, слово може зробити його мільярдером чи банкрутом, шляхетною людиною чи негідником. Публічним особам слід пам'ятати про це та уважно стежити за своїми виступами.

Інформація є важливою не лише для спікерів, а й для їхніх спічрайтерів, для аналітиків, дослідників, вчених та кожного індивіда окремо. В умовах війни, інформаційний фактор – надважливий. Інформація може бути використана супротивником для втілення пропагандистської політики, або для наведення збройних ударів, є інструментом, що має потенціал як створювати, так і руйнувати.

Інформаційна війна – вагомий фактор у збройному протистоянні, це – війна без фронту, і багато операцій інформаційної війни практично не проявляються і, швидше за все, залишаться анонімними, якщо такі факти будуть відзначені.

Завдяки засобам інформаційної війни можна чинити психологічний вплив на опонента, що є давнім механізмом впливу на супротивника. Після Другої світової війни почала активно розвиватися така галузь міжнародного права, як міжнародне гуманітарне право і засоби та методи ведення війни стали регламентованими. Однак, війну виграють не обов'язково на полі бою, а й психологічними та інформаційними засобами.

З розвитком інформаційних технологій та глобальних інформаційних мереж з'являється новий вид війни. Ми зараз знаходимося на історичному перехресті, де новітні технології містять як конструктивні, так і деструктивні тенденції. Індустріальна епоха висунула на перший план протиборство держав, а у ХХ ст. – ідеологічних і політичних систем. Складові перемоги стали формуватися з комплексу економічних, морально-політичних та технологічних факторів. Поява мікроелектроніки, котра відкрила можливості для масової комунікації, в поєднанні з інформаційними технологіями породили мережеві інформаційні структури, а разом з ними і концепцію інформаційно-мережових війн. Її особливість полягає не лише в тому, що вона використовує новітні засоби впливу, а й у тому, що вона активно використовує неправдиву та викривлену інформацію як засіб маніпулювання свідомістю, оскільки є некерованим ресурсом з дуже слабким регулюванням.

**Мета дослідження:** дослідити явище інформаційної війни, як одного зі способів протистояння між державами; відслідкувати трансформацію способів ведення інформаційної війни з боку Росії та виявити вплив інформаційних атак на людську свідомість.

**Завданнями** кваліфікаційної роботи є:

- встановити суть явища інформаційної війни;
- виявити методи та способи ведення інформаційної війни;
- охарактеризувати суть інформаційного протистояння між Росією та Україною;
- встановити місце та ролі інформаційної війни у протистоянні між державами, між Росією та Україною, зокрема
- **Об'єкт дослідження** є інформаційна війна.
- **Предмет** – інформаційна війна між Російською Федерацією та Україною під час російсько-української війни.

**Методи дослідження.** При написанні кваліфікаційної роботи нами було використано:

1. Контент-аналіз доктринальних документів й інших джерел, вказаних у списку використаної літератури;
2. Івент-аналіз та контент-аналіз виступів політичних діячів Італії;
3. Описовий метод, загальний опис явища інформаційної війни, опис інформаційної війни між росією та Україною;
4. Метод синтезу інформації.
5. Метод порівняння інформаційних стратегій України та росії.

**Практичне значення роботи** полягає в тому, що отримані результати дослідження можна використовувати для перебудови або створення нової інформаційної стратегії, з метою вдосконалення інформаційної політики та протидії пропаганді ворога.

**Структура кваліфікаційної роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних інформаційних джерел.

# Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

## 1.1 Інформація та оцінка її якості

Інформація – це основа інформаційного суспільства. Відображаючи реальний світ, інформація проникає в усі сфери державної, суспільної та громадської діяльності. З появою новітніх інформаційних технологій, заснованих на впровадженні комп'ютерних, телекомунікаційних систем, інформація стає постійним і невід'ємним атрибутом діяльності держави, юридичних осіб, громадських органів і громадян. Від якості, достовірності та оперативності отримання інформації залежить прийняття багатьох рішень на різних рівнях – від керівників держави до громадян.

Інформаційний вплив на держави, суспільства і громадян в сучасному світі можна вважати більш ефективним, ніж політичний, економічний і навіть військовий вплив. Інформація стає реальною, майже фізично видимою силою.

На даний момент, не існує єдиного визначення поняття «інформація», і на мою думку, його ніколи не буде. Визначення інформації залежить від того, в якій сфері вона розглядається. З латинської «інформація» означає «роз'яснення, виклад». Отож, в розумінні поняття інформації обов'язково йде мова про певні відомості та їх сукупність про якісь явища, предмети чи процеси.

Інформація виникає з подій в навколишньому світі. Для того, щоб події стали інформацією, вони мають бути якимось чином сприйняті та інтерпретовані.

Таким чином, інформація може виконувати багато функцій. Вона створюється і використовується в усіх сферах діяльності та забезпечує виконання різних функцій і завдань, що стоять перед найрізноманітнішими суб'єктами, включаючи органи державної влади, органи місцевого самоврядування, фізичних, юридичних осіб та інші соціальні групи.

Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992 р. трактує інформацію як «документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі». Але таке визначення є доволі загальним. Наприклад, у ньому згадуються лише сталі явища, а ось про процеси мова взагалі не йде. Хоча, інформація цілком може відобразити і перебіг певних тривалих процесів.

Одна з можливих характеристик інформації – це її якість. Від того, наскільки інформація якісна, буде залежати успіх її використання. Якість інформації – це набір певних властивостей, які демонструють ступінь придатності певної інформації або даних про об'єкт і їх взаємозв'язок для досягнення цілей, що стоять перед тим, хто планує використовувати дані.

Якість інформації можна визначити за наступними параметрами:

- змістовність;
- репрезентативність;
- валідність;
- достовірність;
- актуальність;
- цілісність;

Змістовність інформації – це її особлива семантична ємність, яка дорівнює відношенню кількості семантичної інформації в повідомленні до кількості даних, які його відображають.

Репрезентативність – це представлення інформації, що пов'язане з правильністю її вибору і формування для необхідного відображення заданих характеристик об'єкта чи явища.

Валідність інформації – це вимір відповідності методів та результатів збору інформації згідно до поставлених завдань.



Достовірність – це властивість інформації відображати реально існуючі об'єкти з необхідною точністю, відповідно до реальності.

Актуальність – це ознака інформації, яка визначається ступенем цінності її зберігання на момент використання.

Цілісність – це комплексний показник їхньої якості та міра кількості знань на практичному рівні.

Якість інформації пов'язана з поняттям характеристик та корисності інформації. Характеристики описують об'єктивні аспекти об'єкта без оцінки його важливості для споживачів.

Корисність – здатність інформації приносити користь і задовольняти вимоги конкретного споживача. Через те, що оцінка якості інформації може підпадати під суб'єктивну точку зору, досить важко виявити сталі критерії оцінки.

Якість інформації відіграє дуже важливу роль в ході будь-якої війни. Чим якісніша інформація, яку має командування, тим більша його перевага над супротивником.

Наприклад, у Військово-повітряних силах Сполучених Штатів Америки аналіз результатів розвідки та прогнозу погоди є основою для планування льотних завдань. Точна навігація підвищує ефективність польотів. Все це – різновиди функцій військової розвідки, які підвищують ефективність бойових дій.

Тому головна функція військової розвідки – надавати якісну інформацію, яка обов'язково вплине на хід війни. Від якості наданої інформації завжди залежатиме перебіг бойових дій на фронті та на інформаційному просторі.

На концептуальному рівні можна сказати, що держави прагнуть купувати, використовувати та захищати інформацію для втілення певних своїх цілей. Інформація відіграє надважливу роль в усіх сферах державного існування, в тому числі: в економічній, політичній та військовій сферах. Знання того, якою інформацією володіє противник, є засобом посилення власної сили, зниження або протидії силам противника, а також засобом захисту власних цінностей, у тому числі інформаційних.

## **1.2 Визначення інформаційної війни.**

З давніх-давен людство стикалося з проблемою інформаційної війни на всіх рівнях. Луки, стріли, мечі, артилерія і танки зрештою лише довершували фізичну поразку суспільства, вже переможеного в інформаційній війні. Технологічна революція породила термін «інформаційний вік», оскільки інформаційні системи стали частиною нашого життя та трансформували його. Завдяки розповсюдженню інформації, влада або керуючі особи можуть впливати на формування необхідних їм думок, поглядів чи відношення до себе. Таким чином, інформація може бути використана в будь-якій сфері суспільного життя, і з будь-якими мотивами.

Інформаційний вік також змінює характер і військових дій, поширюючи поле бою й на інформаційний простір. Командування отримує безпрецедентну кількість якісної інформації, яка може значно вплинути на перебіг війни. Командири тепер можуть спостерігати за втіленням бойових дій, аналізувати події, прогнозувати певні результати та передавати інформацію, згідно зроблених висновків.

Слід розрізняти війни інформаційної доби та інформаційні війни. Війна інформаційної епохи використовує інформаційні технології як засіб для успішного ведення бойових дій. На відміну від цього, в інформаційній війні інформація розглядається як самостійний об'єкт чи потенційна зброя. Технології інформаційного століття зробили теоретично можливим пряме маніпулювання розвідданими супротивника.

Зауважимо, що у визначенні «інформаційна війна» ніяк не фігурує розвиток технологій. Тим не менш, те, що можна зробити з інформацією та як швидко, залежить від сучасних технологій та новітніх винаходів. Тому, можна ввести поняття інформаційної функції, під якою розуміється будь-яка діяльність, що напряму пов'язана з отриманням, передачею, зберіганням і перетворенням інформації.

Тому визначимо інформаційну війну як будь-які дії, що використовують, знищують або спотворюють інформацію противника та його функції, а також захищають нашу власну інформацію від таких дій.

Ці факти лягають в основу наступних тверджень:

1. Інформаційна війна – це комбіноване застосування сил та засобів інформації в поєднанні зі збройною боротьбою.
2. Інформаційна війна – це комунікаційна техніка, спрямована на розвідувальні та інформаційні системи супротивника з метою досягнення інформаційної переваги на користь національної стратегії при одночасному захисті власних розвідувальних та інформаційних систем.

Отже, як, наприклад, бомбардування є не засобом, а метою, так і інформаційна війна є методом, а не самоціллю. Інформаційна війна може бути використана як засіб для проведення стратегічних атак та контр-атак.

Історично, термін «історична війна» виникає в 70-х рр. ХХ століття. Саме в цей період, Аллен Даллас, американський розвідник та дипломат, випускає книгу, що отримує назву «Таємна капітуляція». В цій праці, автор визначає «інформаційну війну» як один з підвидів розвідних операцій. Варто зазначити, що в цій книзі вперше зустрілося саме словосполучення «інформаційна війна», та багато дослідників й досі вважають, що воно там викорасне не в термінологічному сенсі.

Американський експерт Томас Рон вперше використав термін «інформаційна війна» у звіті, підготовленому ним для компанії Boeing у 1976 р. під назвою «Збройні системи та інформаційна війна». Т. Рон зазначив, що інформаційна інфраструктура стає дедалі важливішим, та чи не визначним, компонентом економіки США. У той же час, дослідник вважає, що інформаційна інфраструктура стає вразливішою ціллю навіть у мирний час, не кажучи про військовий.

Публікація звіту Т. Рона стала початком активної кампанії у засобах масової інформації. Сам опис проблеми становив великий інтерес для американських

військових, що за своєю суттю є «таємничим». Бійцям ця доповідь «відкрила очі» та становила початок розгляду інформації не лише, як цілі, а й як зброї.

З військової точки зору термін «інформаційна війна» узвичаївся в середині 1980-х років у зв'язку з новими завданнями збройних сил США після закінчення Холодної війни. Він став результатом роботи групи американських військових теоретиків у складі Г.Є. Екклза, Г.Г. Саммерса та інших.

Дедалі активніше термін набув використання під час операції американської операції «Буря в пустелі» 1991 року. Засоби ведення даної операції не обмежувалися лише військовими діями. Паралельно з цим, проводилася активна інформаційна компанія в ЗМІ, а самі наступи втілювалися як пропагандистські шоу, які мали задалегідь прописаний сценарій.

Вперше термін «інформаційна війна» офіційно було запроваджено у циркулярі міністра оборони США DODD 3600 від 21 грудня 1992 року.

Слід зазначити, що інформаційна війна – поняття доволі «розмите». У широкому значенні під інформаційною війною можна розуміти будь-яку інформацію, яка негативно впливає на опонента. Таким супротивником може бути, в тому числі, й держава. Такі конфлікти можуть виникати між будь-якими суб'єктами як приватними, так і державними.

Через кілька років, у лютому 1996 р., Міністерство оборони США опублікувало «Доктрину протидії системам управління та командування». У ній протидія системам управління та командування визначається як «комбіноване використання засобів забезпечення безпеки, військового обману, психологічних операцій, радіоелектронної боротьби та фізичного знищення об'єктів управління та контролю за підтримки розвідки з метою запобігання аналогічних дій противника при захисті власних та союзних сил, запобігання збору розвідданих, надання впливу та знищення здатності противника контролювати та керувати полем бою».

Найголовніше, у цій публікації було визначено концепцію ведення війни за допомогою систем управління та командування. І вперше Міністерство оборони США визначило можливості та доктрину ведення інформаційної війни.

Наприкінці 1996 р. експерт Пентагону Роберт Банкер представив на симпозиумі доповідь про нову військову доктрину для збройних сил США у XXI столітті (ініціатива "Force XXI"). У ньому весь спектр військових операцій передбачалося розділити на дві складові – традиційний простір і кіберпростір, причому останній має бути важливішим. Р. Банкер запропонував доктрину під назвою «кібероперації». Вона має стати природним доповненням до традиційних військових концепцій, спрямованих на нейтралізацію чи придушення сил противника.

Таким чином, поряд із сушею, морем, повітрям та космосом до сфери ведення війни тепер належить й інформаційна сфера. Як наголошують військові експерти, головними об'єктами поразки у новій війні стають інформаційна інфраструктура та психіка супротивника.

У жовтні 1998 року Міністерство оборони США опублікувало «Об'єднану доктрину інформаційних операцій». Спочатку ця публікація називалася "Joint Information Warfare Doctrine". Пізніше вона була перейменована на «Об'єднану доктрину інформаційних операцій». Причиною перейменування стало уточнення взаємозв'язку між концепціями інформаційних операцій та інформаційної війни. Вони були визначені так:

- інформаційні операції – дії, спрямовані на порушення збору, обробки, передачі та зберігання інформації інформаційними системами супротивника при одночасному захисті власної інформації та інформаційних систем;
- інформаційна війна – комбінований вплив (серія інформаційних операцій) на державну та військово-адміністративну системи та військово-політичне керівництво опонента, яке у мирний час призводить до прийняття рішень на

користь сторони, що ініціює інформаційний вплив, а в ході конфлікту повністю паралізує функціонування адміністративної інфраструктури противника.

Раніше подібні дії називалися пропагандою чи ідеологічною війною, але з появою Інтернету та поширенням електронних засобів комунікації різноманітність учасників, а також видів та форм такого впливу значно зростає. Така дія може бути спрямована проти оборонних систем, секретної інформації, банківських та фінансових систем, навігаційних систем, тобто об'єктів, що становлять національну безпеку держави.

Постає питання – чи є інформаційна війна збройним конфліктом, коли вона відбувається поза рамками «класичної війни», в нашому розумінні, чи це просто одна з форм збройного конфлікту, а в інших випадках – «невійськовий» ворожий акт поза рамками збройного конфлікту. Хто є сторонами таких конфліктів – традиційні для нашого сприйняття сторони чи ні?

Найбільш широке та демілітаризоване розуміння інформаційної війни пов'язане з трактуванням взаємного впливу систем за допомогою відкритої чи прихованої навмисної інформації з метою отримання певних переваг у політичній, економічній та, особливо, у ідеологічній сферах.

В межах саме такого розуміння інформаційної війни можна виділити два різних підходи:

- перший підхід трактується наступним чином: існування певних систем та їхня взаємодія між собою мають на меті одну ціль – дестабілізувати систему управління, вплинути негативним чином на збройні системи, інформаційні засоби впливу та інформаційні ресурси супротивника, і, в той же час, зміцнити захист свої системи від схожих впливів з боку опонента;
- другий підхід можна вважати більш «універсальним», тому що, він має на меті вплив не тільки на внутрішню середу управління ворожої держави, але й ставить за ціль впливати на громадянську свідомість населення держави-супротивника.

Та, на нашу думку, можна окреслити й третій підхід, коли основна ціль інформаційної війни – вплив на свідомість громадян країни. Як на мене, можна навіть сказати, що це певний початок втілення другого підходу, тобто: спочатку запровадити повільний вплив на громадську свідомість, а потім вже втілювати інформаційне протистояння безпосередньо на фронті.

Визначення інформаційної війни з технічної та технологічної точок зору дуже відрізняються. Наприклад, у коридорах Пентагону можна зустріти такі жартівливі визначення, як: «Інформаційна війна – це комп'ютерна безпека плюс гроші».

З серйозної точки зору військовий підхід до поняття інформаційної війни, сформульований у меморандумі N30 (1993) заступника міністра оборони США і начальника штабу Збройних сил США.

Під інформаційною війною там розуміються дії, спрямовані на досягнення інформаційної переваги на підтримку національної військової стратегії шляхом впливу на розвідувальні та інформаційні системи супротивника за одночасного забезпечення безпеки та захисту власних розвідувальних та інформаційних систем.

У гуманітарному сенсі під «інформаційними війнами» розуміються активні засоби перетворення інформаційного простору. У такій інформаційній війні йдеться про конкретну систему (концепцію), що нав'язує модель світу, покликану забезпечити бажаний спосіб поведінки, про атаку на структуру процесів генерації та осмислення інформації.

Хоч би який сенс вкладався в термін «інформаційна війна», він виник у військовому середовищі, де означає насамперед жорсткі, рішучі та небезпечні дії, порівняні з реальними бойовими діями. Військові фахівці, які сформулювали доктрину інформаційної війни, мають чітке уявлення про її аспекти.

Не можна ігнорувати той факт, що площа розповсюдження інформаційних бойових дій є неосяжною: від справжнього фронту до домашнього комп'ютеру, чи смартфона, що є зараз у кожного. Такий широкий розмах дає змогу охопити

найрізноманітнішу аудиторію від державного керівництва до вашого сусіда по під'їзду. Та все ж таки, найбільшого розповсюдження інформаційна війна набуває саме в органах державного управління.

Інформаційні війни можна охарактеризувати наступним чином: вони є структуровані, систематизовані, сплановані та цілеспрямовані, такі війни ніколи не починаються випадково чи через якийсь збіг обставин. Часто розповсюджені такі випадки, коли інформаційна війна відбувається, навіть, у рамках закону. Тому, на мою думку, явище інформаційної війни має все більше і більше набувати правового регулювання.

Отже, інформаційна війна – це форма конфлікту, за якої здійснюється прямий напад на інформаційні системи з метою вплинути на знання та припущення супротивника.

Окрім такої категорії, як «інформаційна війна», виділяють ще інформаційну зброю. Умовно, можна виділити три види інформаційної зброї:

- націлена на знищення чи викривлення інформації;
- націлена на викрадення інформації;
- зброя, що працює в комплексі, спочатку викрадаючи, а потім – знищуючи інформацію.

Інформаційна війна може вестися як частина більшої комплексної серії військових операцій, а також, може бути розподілена на вплив за категоріями: на населення, на органи державного управління, на органи військового командування, чи комплексно на усі перераховані категорії.

Таким чином, загроза інформаційної війни означає намір певних сил вести «безконтактну» війну з мінімальними втратами (у прямому розумінні цього слова), використовуючи неймовірні можливості, приховані в комп'ютерах та широкому кіберпросторі. Тепер завдання полягає не в тому, щоб знищити робочу силу, а в тому, щоб знищити суспільство, підірвавши національні цілі, погляди та світогляд.



Армії завжди намагалися впливати на розвідку, необхідну ефективного управління силами противника. Зазвичай це робилося за допомогою маневрів та заворушень. Ці операції опосередковано атакують розвідку противника, оскільки впливають інформацію, яку противник отримує опосередковано, через сприйняття. Іншими словами, для того, щоб операція була ефективною, противник повинен зробити три речі:

1. Спостерігати за обманними діями.
2. Сприйняти обман за правду.
3. Після впливу обману, діяти відповідно до цілей супротивника.

Однак сучасні засоби виконання розвідувальних функцій роблять їх уразливими для прямого доступу до інформації та маніпулювання нею. Сучасні технології дозволяють противникам фальсифікувати чи створювати інформацію без попереднього отримання та інтерпретації фактів. Коротко, до особливостей сучасних інформаційних систем, що обумовлюють цю вразливість, відносяться централізоване зберігання інформації, швидкість доступу, повсюдна передача інформації та здатність інформаційних систем, що зростає, виконувати свої функції автономно. Захисні механізми можуть зменшити, але не усунути цю вразливість.

### **1.3 Пропаганда як один з проявів інформаційної війни**

Згідно визначенню з Великої Української Енциклопедії, пропаганда – це поширення різних політичних, філософських, наукових, художніх, мистецьких, інших ідей з метою їхнього впровадження в свідомість суспільства та активізації масової практичної діяльності населення; систематичні спроби маніпулювання переконаннями, поглядами чи діями інших за допомогою слів, знаків, символів (прапорів, пам'ятників, музики, одягу, жестів, знаків розрізнення, зачісок, зображень на монетах і поштових марках тощо).

Основні елементи пропагандистського процесу наступні:

- суб'єкт пропаганди (певна група, інтереси котрої відображає пропагандистська діяльність);
- об'єкт пропаганди (цільова аудиторія, яка повинна піддаватися пропагандистському впливу);
- зміст пропагандистської позиції (висвітлення самих найкращих характеристик суб'єкта пропаганди. Якщо вони відсутні – їх придумування);
- форми та методи пропаганди (новинні сюжети, публікації в соціальних джерелах, підкуп засобів масової інформації, тощо);
- канали пропаганди (радіо, газети, телебачення, публічні індивіди, тощо).

Історичні витoki пропаганди з'явилися доволі давно. Дослідники сходяться на думці, що пропагандистські процеси розпочалися з початком класової диференціації суспільства. Дослідники вважають першим фіксуванням явища пропагандистської діяльності вступ до Кодексу Хаммурапі. Цар в преамбулі наголошує на тому, що ця збірка законів створена для того, щоб захищати слабших від сильних світу цього. Але, якщо детально проаналізувати зміст та посил перерахованих там норм, можна зробити висновок, що ситуація зовсім протилежна. Це було певним початком, зафіксованим історично, нав'язування своєї позиції.

З кожним віком, пропаганда лише набирала, і, нажаль, зараз тільки все більше розповсюджується. В сучасному світі, розроблені цілі системи впливу на суспільну свідомість. Вважається, що пропагандистські методи застосовуються лише в державах з авторитарним або тоталітарним устроєм. Але, наразі, ми можемо спостерігати ситуації, коли держави де-юре демократичні, але все одно вдаються до пропаганди.

За Майклом Спрулем, пропаганда – це діяльність великих організацій або груп впливових індивідів, яка має на меті вплив на людську свідомість задля досягнення власних цілей. Ця діяльність втілюється за допомогою нав'язування привабливих висновків (які є перебільшеними, або вигаданими) сформованих таким чином, щоб приховати істинну.

Ознаки пропаганди окреслив Алан Нельсон. Серед них: навмисні спроби вплинути на сприйняття, емоції, психологічний стан людини, що робляться систематично; важливість контролювання передачі односторонніх повідомлень. Це все робиться з метою коригування поведінки аудиторії, на яку націлені пропагандистські методики.

На нашу думку, головна відмінність пропаганди від просто обміну інформації полягає в тому, що основний акцент спрямований саме на маніпулювання. Суб'єкт пропаганди має чітко окреслену ціль, задля досягнення якої він відбирає окремі факти та аргументи, і, найголовніше, представляє їх у найвигідніших ракурсах. Для підсилення впливу, пропагандисти можуть навмисно оминати історичні факти, або спотворювати їх. Ще однією важливою ціллю пропаганди є відвертання уваги від інших джерел інформації, щоб обмежити шляхи для порівняння та холодного аналізу.

Деякі науковці виділяють три основні різновиди пропаганди: білу, сіру та чорну. Біла пропаганда – це пропагандистська діяльність, яка ведеться «прямо». В рамках білої пропаганди відкрито декламуються джерела інформації та її мета. Сіра пропаганда не окреслює мету так чітко, може її приховувати, так само, як і джерела; ведеться нативно. Чорна пропаганда – створює фальшиву інформацію нібито від імені супротивника. Для досягнення успіху пропагандистської кампанії необхідно влучно поєднувати усі три види пропаганди.

Можна також запропонувати інші спосіб класифікації пропаганди: за спрямованістю, за сферою поширення; залежно від етапу розвитку.

За спрямованістю пропаганда поділяється на внутрішню та зовнішню. Внутрішня пропаганда – спрямована на внутрішніх споживачів. Характерними рисами цього типу пропаганди є ексклюзивність, використання «зовнішніх ворогів», контроль над свідомістю через психологічний та емоційний вплив, залякування, нав'язування певної і єдино правильної точки зору або способу мислення (залежно від мети) та ізоляція суспільства від інших незалежних засобів масової інформації. Зовнішня пропаганда призначена для «експорту» і зазвичай є більш прихованою і поміркованою, оскільки її

одержувачі перебувають за межами «режиму». Її основна мета – створити лояльні до режиму групи за межами режиму, а також приховати або спотворити справжні цілі та дії режиму.

За сферою поширення розрізняють культурну, інформаційну, політичну та пропаганду, що поширюється в особистісній сфері. Культурна пропаганда – це розповсюдження необхідних політичних та (або) ідеологічних поглядів через твори мистецтва, культурних діячів чи інфлюенсерів сучасності (наприклад, блогери). Інформаційна має під собою поширення пропаганди способом дезінформації та створенням фейкових новин, які розповсюджують засоби масової інформації. Слід зазначити, що будь-яка пропаганда зазвичай переслідує політичні цілі, але пропаганда в політичній сфері повинна, перш за все, враховувати ідеологічні погляди, висунуті політичними партіями, передвиборчі програми окремих політиків, публічні промови тощо. Пропаганда в особистісній сфері – це поширення пропаганди в межах особистого спілкування, в тому числі в соціальних мережах.

Залежно від етапу розповсюдження розрізняють:

- Підготовчу пропаганду – створення сприятливого середовища для поширення певних ідей, дослідження та аналіз громадської думки, перевірка рівеню довіри до фейкових новин, аналіз суспільних настроїв та дестабілізування свідомості.
- Замітання слідів – замовчування, приховування або заперечення злочинів, котрі вчинив режим.
- Активна пропаганда – накопичення впливу на маси, заохочення з боку «режиму» до реалізації його планів, просування та спонування до підтримки дій, часто через залякування, погрози та примус до дій.

Ця класифікація не є кінцевою. На нашу думку, її можна розширювати, але основні постулати вона цілком висвітлює.

Пропаганда – є вагомим частиною та потужним інструментом інформаційної війни. Через те, що пропаганда, далеко не нове явище, у світі вже напрацьовані методи

та механізми протидії пропагандистській діяльності, на міжнародному та національному рівнях. Але, як показує практика, механізми протидії пропаганді застосовуються вже на тих етапах, коли ця сама пропаганда вже досягла певного успіху.

Тож, підсумуємо. Інформаційна війна – це явище доволі широке та різногалузеве, яке не має єдиного визначення. Ми пропонуємо наступну трактовку терміну: інформаційна війна – це процес, який включає в себе комплекс дій, з метою масового впливу на суспільну свідомість для досягнення певних найрізноманітніших цілей, залежно від того, в яких умовах та на кого саме направлено інформаційне протистояння. Такий спосіб ведення війни – не є новим, та, на нашу думку, ніколи не застаріє. Інформація була, є і буде вагомим інструментом впливу, який можна представити у будь-якому необхідному світлі. Через інформаційні джерела найлегше проникнути в суспільну свідомість та вплинути на неї.

Інформаційна війна – один з найуживаніших проявів гібридної війни.

## РОЗДІЛ 2. СУТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

### 2.1 Структура інформаційної війни

До компонентів інформаційної війни належать:

- 1) психологічні операції – використання інформації з метою впливу на мислення противника.
- 2) Електронна війна – перешкоджання отриманню супротивником точної інформації.
- 3) Дезінформація – надання противнику хибної інформації про наші сили та їх наміри.
- 4) Фізичне знищення – може бути частиною інформаційної війни, якщо метою є вплив на елементи інформаційної системи.
- 5) Заходи безпеки – запобігання інформування супротивника про можливості та наміри наших сил.
- 6) Пряма інформаційна атака – безпосереднє спотворення інформації без видимої зміни об'єкта, в якому знаходиться інформація.

Як мовилося раніше, існує два способу на розвідувальні можливості противника: непрямі і прямі методи.

Непряма інформаційна атака: за допомогою технічних засобів ми створюємо макет літака або фальшиву аеродромну споруду, щоб противник міг спостерігати фальшивий аеродром та прийняти його за справжній. Тільки тоді ця інформація стає тим, чим, на нашу думку, повинен мати супротивник.

Пряма інформаційна атака: якщо ми створимо інформацію про фальшивий аеродром у сховищі розвідданих противника, результат буде таким самим. Проте кошти, використовувані досягнення цього результату, різко відрізняються.

Іншим прикладом прямої інформаційної атаки є зміна інформації в базі даних противника про комунікації, доступні в ході бойових дій (шляхом вставки хибної

інформації про те, що міст зруйнований), та ізоляція певних підрозділів противника. Цього можна досягти і шляхом бомбардування мосту. В обох випадках аналітик противника ухвалить рішення на основі наявної інформації та ухвалить таке ж рішення про перекидання підрозділу з використанням інших засобів зв'язку.

Оборонні аспекти інформаційної війни – це заходи безпеки, спрямовані на захист інформації та запобігання успішним інформаційним атакам противника на інформаційні функції наших збройних сил. Сучасні заходи оборони, такі як оперативна безпека та безпека зв'язку, є типовими засобами запобігання та виявлення непрямих дій противника, спрямованих на інформаційні функції наших збройних сил. На відміну від них, такі оборонні заходи, як комп'ютерна безпека, передбачають дії щодо запобігання та виявлення прямих інформаційних дій противника та організації протидії їм.

## **2.2 Цілі інформаційних воєн**

Інформаційна війна має три основні цілі:

1. Контроль за інформаційним простором з метою його використання при захисті військової розвідки від дій противника (контррозвідка).
2. Використання контролю за інформацією для завдання інформаційних ударів по противнику.
3. Підвищення загальної ефективності Збройних Сил за рахунок широкого використання функцій військової розвідки.

Інформаційну війну слід відрізнити від комп'ютерної злочинності. Будь-який комп'ютерний злочин – це порушення закону. Воно може бути випадковим або спеціально спланованим. Воно також може бути одиничним або бути частиною масштабного плану атаки. На відміну від цього, інформаційна війна ніколи не буває випадковою чи ізольованою (і навіть може не бути порушенням закону) і передбачає узгоджені зусилля щодо використання інформації як зброя війни як на полі бою, так і в

економічній, політичній чи соціальній сфері. Інформаційна війна ведеться на різних фронтах – від секретного кабінету до домашнього комп'ютера.

Електронне поле бою представлене арсеналом електронної зброї, що постійно росте, більшість з якої засекречена. У військовому значенні вони призначені для ведення командно-адміністративної чи "штабної" війни. Двома прикладами таких бойових дій є війна в Перській затоці та вторгнення на Гаїті. У війні в Перській затоці коаліційні сили в рамках інформаційного фронту проводили різні операції – від старої доброї тактики розповсюдження пропагандистських листівок до виведення з ладу іракської військової мережі зв'язку за допомогою комп'ютерних вірусів.

Інфраструктурні атаки спрямовані на критично важливі елементи, такі як телекомунікаційні та транспортні системи. Вони здійснюються геополітичними, економічними противниками чи терористичними угрупованнями, прикладом чого може бути відключення міжміської телефонної станції компанії AT&T 1990 року. Сьогодні кожен банк, електростанція, транспортна мережа та телестудія є потенційною мішенню для атак із кіберпростору.

Промислове шпигунство та інші форми шпигунства являють собою широкий спектр таємних операцій, що проводяться компаніями та державами проти інших компаній та держав. Прикладами можуть бути збір розвідувальної інформації конкурентів, крадіжка службової інформації і навіть саботаж як спотворення і знищення даних. Ілюстрацією цієї загрози є діяльність французьких та японських агентів, задокументована у 1980-х роках.

Збір розвідданих також досягає нових висот. У лабораторії Лінкольна Массачусетського технологічного інституту розробляється влаштування повітряної розвідки розміром із сигаретну пачку. Інший інститут працює над хімічною речовиною, яка, будучи введеною в раціон противника, дозволяє датчикам відстежувати його переміщення по дихання та потовиділення. Крім того, вже знаходить практичне



застосування система супутникового стеження з роздільною здатністю в кілька сантиметрів.

Конфіденційність все більш вразлива в міру появи можливості доступу до постійно зростаючих обсягів інформації в число абонентських пунктів, що постійно зростає. Важливі персони, таким чином, можуть стати об'єктом шантажу або злобного наклепу, і ніхто не гарантований від фальшивого використання особистих ідентифікаційних номерів.

Як би там не було, термін «інформаційна війна» запозичений з військової сфери і позначає жорстокі та небезпечні дії, пов'язані з реальними, кривавими та руйнівними бойовими операціями. Військові фахівці, які сформулювали доктрину інформаційної війни, мають чітке уявлення про її аспекти.

Інформаційна війна – це всеосяжна та цілісна стратегія, покликана враховувати важливість та цінність інформації в командуванні, управлінні та виконанні збройних сил та проведенні національної політики. Інформаційна війна спрямовано як використання інформації у всіх видах конфліктів, а й у всі можливості й уразливості, які неминуче виникають зі збільшенням залежності від інформації. Вона спрямована не лише на інформаційні технології, що використовуються в системах озброєння, а й на інформаційні системи (включаючи відповідні канали передачі, центри обробки та людський фактор у цих системах). Інформаційна війна має наступальні та оборонні елементи, але починається з цілеспрямованого проектування та розвитку її архітектури командування, управління, зв'язку, комп'ютерів та розвідки, щоб забезпечити особам, які приймають рішення, відчутну інформаційну перевагу у всіх видах конфліктів.

Багато провідних стратегів вважають, що протистояння з військами, які взагалі гинуть на полі бою, скоро поступиться на звалищах історії лише шпорам та арбалетам. Найвищою формою перемоги сьогодні є перемога без кровопролиття. У той же час уявити собі відеоігровий бій без страху та болю досить складно.

Таким чином, загроза інформаційної війни означає намір певних сил вести «безконтактну» війну з мінімальними втратами (у прямому розумінні цього слова), використовуючи неймовірні можливості, приховані у величезних комп'ютерах кіберпростору. Тепер завдання полягає не в тому, щоб знищити наші війська, а в тому, щоб підірвати цілі, погляди та світогляд наших людей та зруйнувати наше суспільство”.

Ініціаторами громадянських інформаційних воєн можуть бути терористи, наркокартелі, таємні торговці зброєю масової поразки. Великомасштабні інформаційні конфлікти між соціальними групами та державами спрямовані на зміну балансу сил у суспільстві.

Такі війни пов'язані з питаннями інформації та комунікації, тому, якщо подивитися на їхнє коріння, то це війни за знання. Іншими словами, це війна за те, хто знає відповіді на питання «що, коли, де і чому» і наскільки достовірними вважає те чи інше суспільство чи армія свої знання про себе та своїх супротивників.

Будь-яка маніпулятивна чи рекламна кампанія заснована на «ефекті резонансу», коли «вкинута» інформація, спрямована на зміну поведінки суспільства, маскується знаннями та стереотипами, які вже існують у конкретній соціальній спільності, на яку спрямована рекламна кампанія.

Мета маніпуляції – десинхронізувати сприйняття цільової групи за рахунок «ефекту резонансу» та переключити її на інші моделі поведінки, орієнтовані на зовсім іншу систему цінностей.

Ефект резонансу досягається, коли певним фактам, проблемам або психологічним установкам надається штучно перебільшене значення, що дисонує і руйнує існуючі в суспільстві системи цінностей у міру їх просування в культурне ядро. Дисонанс досягається за рахунок роздування однієї з моральних норм, що вже існують.

Великомасштабні інформаційні конфлікти між соціальними групами та державами спрямовані на зміну балансу сил у суспільстві.

Як відзначають американські військові експерти, інформаційна війна складається з дій, спрямованих на досягнення інформаційної переваги на підтримку національних військових стратегій шляхом впливу на розвідку та інформаційні системи супротивника, а також зміцнення та захисту власної розвідки, інформаційних систем та інфраструктури.

Інформаційна перевага визначається як здатність безперервно збирати, обробляти і передавати інформацію про ситуацію, не дозволяючи противнику робити те саме. Воно також визначається як здатність встановлювати і підтримувати оперативний темп, що перевищує темп противника, що дозволяє домінувати в ході всієї операції, залишаючись непередбачуваним і передбачаючи дії противника у відповідь.

Інформаційна перевага забезпечує реалістичне бачення бойової обстановки та дозволяє отримати інтерактивну, високоточну картину поведінки противника та його сил у режимі реального часу. Інформаційна перевага дозволяє командуванню використовувати у вирішальних операціях широко розкидані формування різнорідних сил, вводити у бій найбільш організовані групи захисту сил і виконання завдань, забезпечувати гнучку і цілеспрямовану матеріально-технічну підтримку.

Отже, коротко підсумувати можна наступним чином: основна мета інформаційної війни – дезінформувати супротивника, примушуючи, таким чином, його слідувати твоїм цілям.

## Розділ 3. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВОЄН

### 3.1. Інформаційні війни: зародження та становлення

Вище неодноразово зазначалося, що інформаційна війна – це не щось нове та недосліджене. Інформаційні тиски та пропаганда зустрічалися в історії людства з давніх давен.

Немає потреби доводити, що інформаційна агресія стала нашим повсякденним життям і що ніхто не застрахований від неї. Тому всі громадяни держави, особливо ті, хто перебуває на «інформаційній передовій» (тобто журналісти та редактори), повинні усвідомлювати можливі ризики та вміти протистояти інформаційним загрозам і впливам. Помилково вважати, що інформаційна війна є менш руйнівною, ніж війна за допомогою танків і бомбардувань. Руйнування суспільної та індивідуальної психології, «перекроювання» інтелектуальних орієнтирів і цінностей представників держави не може бути менш руйнівним, ніж полум'я насильницького конфлікту.

Абсолютно неможливо говорити про інформаційну війну, не маючи бодай якихось знань з історії. Природу цього явища, його характер і можливі майбутні трансформації можна повною мірою зрозуміти, лише усвідомивши витоки цього феномену і фактори, що вплинули на розвиток військових інформаційних технологій.

Протягом багатьох віків політична карта світу неодноразово змінювалася, і, доволі часто, це відбувалося шляхом інформаційних конфліктів.

Більшість дослідників пов'язують розвиток небезпечних інформаційних технологій з процесом виникнення і поширення основних засобів масової інформації. Поява писемності, книгодрукування, періодичних видань, телеграфу, радіо, телебачення, Інтернету та соціальних мереж мала революційний характер і стимулювала економічний, політичний, соціальний, духовний та інтелектуальний розвиток людства.

Одним із перших згадувань та роз'яснень методів інформаційної війни, прийнято вважати тези відомого китайського стратега, який жив у 6 столітті до нашої ери, Сунь-цзи. Його рекомендації щодо психологічних та інформаційних методів завоювання фактично не втратили своєї актуальності і сьогодні. Так, наприклад, він рекомендує такі дії:

1) послабити сили противника, розповсюджуючи всередині військ хаос та недовіру до влади;

2) послабити всю постраждалу країну, дискредитуючи її традиції, віру, лідерів і позитивні процеси, розбещуючи її народ і провокуючи внутрішній конфлікт.

На думку Сунь-цзи, такого ефекту можна досягнути наступними методами: купувати інформацію та підкупати людей, які будуть діяти на вашу користь; втягувати опонентів у злочини, щоб в подальшому можна було використати шантаж та вимагання; залучати до співпраці нечесних та жадібних до грошей людей; використовувати багато дезінформації, погроз; постійно посилювати психологічний тиск, знущання та висміювання, що, в свою чергу, стане на заваді ефективній роботі ворожого уряду та може дати волю хабарництву. Самим ефективним методом такого простистояння Сунь-цзи вважав саме дезінформацію. Він писав: «Війна – це шлях омани. Якщо ти щось можеш, покажи супротивнику, що не можеш цього; якщо ти користуєшся чимось – вдавай, що не користуєшся; хоч ти далеко від нього – показуй, що близько; якщо ти близько від нього – показуй, що далеко». Найважливішою особливістю китайської традиції є надмірна увага до стратегій непрямой дії. Одна із стратегій наголошувала на тому, що сила, яка може значно вплинути на ворога, не обов'язково витікає з прямого щбройного конфлікту. Це твердження визнається як передумова для всіх видів спеціальних операцій, в тому числі інформаційних.

Використання прийомів впливу на ворога за допомогою слова було характерним явищем для Стародавньої Греції. Одним з найпопулярніших методів було поширення чуток на ворожій території про кількісну та якісну перевагу армії. Також, під час

військових конфліктів на каменях писали написи, адресовані армії супротивника. А ще збереглися свідчення того, що на супротивника чинився психологічний тиск. Коли Олександр Македонський під час свого походу на Індію (326 р. до н.е.) майже виснажив моральний дух і боєздатність своєї армії, він вигадав план. Щоб уникнути переслідування під час відступу, головнокомандувач наказав виготовити зразки зброї та амуніції, втричі більші за звичайні, і розкидати їх навколо табору на березі Інду, так, щоб було схоже, що це все військо випадково лишило. І коли розвідник, який здалеку спостерігав за македонським військом, зібрав зброю та одяг і передав їх індуському царю Таксилосу, той відмовився йти за ними, вважаючи, що всі воїни Олександра були велетнями. Олександр Македонський був не просто добре підготовленим та сильним воїном, але й прекрасним стратегом.

Стародавній Рим використовував методи впливу на виборах, у судах, при формуванні власного пантеону богів і богів підкорених народів, а також у війні для маніпулювання громадськістю. Як підкреслює Г. Почепцов, певні засоби використовувалися для підтримки бойового духу солдатів (наприклад, промова полководця перед битвою), а також була сформульована концепція «справедливої війни» (щоб бути успішною, війна повинна розглядатися як справедлива, тому що боротися за справедливість – діло честі). Крім того, великий пропагандистський вплив мали тріумфи римських імператорів, які супроводжували їхні перемоги.

Давньоримські державні діячі та полководці добре використовували риторику як техніку переконання, проти своїх опонентів. Наприклад, Сципіон Африканський, який активно підтримував війну проти Карфагена, закінчив свою промову в сенаті словами «Але Карфаген повинен бути зруйнований». Техніка повторення тієї ж самої тези знову і знову активно використовується і сьогодні.

Перші газети були створені саме в Стародавньому Римі. Це були «Senatus» та «Acta diurna populi romani». Перша газета переважно публікувала звіти про засідання сенату, а друга – чутки та плітки, розповсюджені в столиці та за її межами. Професія

«збирача інформації» набирала обертів, а ідея про те, що певна інформація може допомогти людям або завдати їм великої шкоди, набула широкого розповсюдження.

Таким чином, у Стародавньому світі чітко простежуються основні ознаки та аспекти інформаційно-психологічного впливу як засобу послаблення бойового духу противника, натхнення власних військ та формування громадської думки в позитивному руслі, як у власній країні, так і на територіях, окупованих або тих, що перебувають у володінні противника. У цей період набули поширення такі методи інформаційно-психологічного впливу, як залякування силою, використання письмових джерел, експлуатація найбільш очевидних протиріч у ворожому таборі та розкол союзників. Колишні командири почали використовувати цей слово свідомо в якості зброї. Маніпулювання інформацією з метою зниження боєздатності противника через психологічний вплив почалося на одному з ранніх етапів розвитку мистецтва ведення війни.

Деякі дослідники вважають, що історичною точкою поширення інформаційних воєн є період татаро-монгольського панування. В той час, ходили чутки про страшні страждання, яких зазнавали непокірні, під час їхніх військових походів.

Ще одним, доволі, потужним інститутом у створенні інформаційних впливів на ворога в Європі був Ватикан. Розвиток концепції «священної війни» та організація хрестових походів яскраво це підтверджують.

Друкарський верстат почали активно використовувати в Європі з 15 століття. Цю технологію, яка мала глобальний вплив на маси, вдало використав Мартін Лютер. Він боровся проти папства за допомогою загальнодоступних видань Біблії, перекладеної німецькою мовою, а також за допомогою статей і памфлетів, які друкувалися великими накладками і швидко поширювалися.

У 17 столітті Ватикан, зацікавлений дедалі більшим поширенням християнства, створив «Конгрегацію пропаганди віри» (*Sacra Congregatio de Propaganda Fide*), яка стала фактично першим історично зафіксованим центром підготовки та проведення

спеціальних заходів, інформаційного та психологічного характеру. Сюди входили підготовка і видання праць, корисних для навчання і роботи місіонерів, розробка усних і письмових методів переконання, заохочення і вербування.

Великий вклад в історію та розивток інформаційно-психологічних воєн у 17 столітті зробив Богдан Хмельницький, гетьман Війська Запорозького. В історіографії глибоко досліджено його акцент на використанні дезінформації у військових операціях. Дійсно, методи поширення чуток про чисельну перевагу козацьких полків і прибуття підкріплень, шляхом засилання козаків-смертників у лави ворога, передача заздалегідь підготовлених свідчень полонених козаків замість «чистої правди» використовувалися неодноразово, особливо перед битвами під Корсунем і Пилявцями.

Варто зазначити, що Хмельницький свідомо підкреслював у своїх наказах і зверненнях до народу, що це була психологічна війна проти українського народу в сучасному розумінні. Це відображено в «Універсалі Богдана Хмельницького з закликом до повстання» від 1648 року. Він зберігся майже повністю, його опублікував Стефан Томашівський у Записках НТШ. Прочитуємо уривок: «Доволі вже... ми не дбали, що нас обдертих... покинено на самоволлю королівських урядовців... Нас чутливих і живих уважають дикими і неспокійними, відважних і добре заслужених, назвали нас бунтівниками. Це ж відомо цілому світові, що польське військо нищить козацьке і селянське добро, неславить їх жінок і дітей. Всім накладають невольницькі послуги, тягарі, панщинні роботи проти давнього звичаю, а як хто публічно чи приватно на стільки кривд вийде зі скаргою, зустріне тільки сміх і зневагу і що найбільше – дістане наружні, безварті слова. Всі уважають лише аби знищити козацький рід. На всі ті кривди немає іншого способу, як лише зламати поляків силою і погордою смерті, тих поляків, що вже відвикли від боротьби; а як доля нас покине, то покладемо перед ними мертві тіла... Дуже було б добре, якби вже раз на поляків, не відкладаючи, сполучно одним ударом козаки й селяни ударили. Мені здається, що це чесніше, ліпше й безпечніше, коли поляки почують залізо у власній середині, коли будуть мати щоденно перед очима



ворогів, будуть бачити як здобуваються і самим пострахом займаються міста – аж тоді знелюблять війну, повернуть волю козакам, аби мати спокій...».

На нашу думку, гетьман в цьому зверненні використав декілька психологічних прийомів. Богдан Хмельницький визначив «болі» цільової аудиторії та надавав на них, щоб це торкнулося людей і щоб вони схаменулися. З іншого боку, він намагався висвітлити та підкреслити, що тиск на народ відбувається не тільки збройний, але й моральний. Відповідь була симетричною. Вона полягала не лише в тому, щоб придушити поляків силою, але й у тому, щоб «зламати» їх, налякати, посіяти паніку і страх.

Багато уваги інформаційним засобам впливу у своїх працях надавав відомий дослідник Н. Макіавеллі. Велика частина його творів, зокрема «Государя», присвячено психологічному впливу на підвладних і суперників. Макіавеллі ретельно досліджує доцільність залякування та демонстрації правителями різних чеснот і вважає цей аспект політичної діяльності одним з найважливіших для правителів. Його праці присвячені проблемі захоплення та утримання влади, і він виявляє винятковий інтерес до таких питань, як врахування внутрішніх сильних і слабких сторін ворогів і союзників та управління їхньою поведінкою.

Велике розповсюдження інформаційних технологій у 19 столітті часто асоціюється з постаттю Наполеона Бонапарта. Його страх перед силою впливу ЗМІ, переслідування ЗМІ та одночасне використання сили газет для військових операцій описані в багатьох підручниках з історії.

Наполеон мав друкарню при штабі своєї армії, яка супроводжувала його в більшості військових операцій. Такі газети, як «Італійський кур'єр», «Франція очима армії», «Бонапарт і журнал чесних людей», «Кур'єр Єгипту» випускалися для підтримки бойового духу армії і впливу на ворога різними способами. Газети дозволяли швидко і легко поширювати серед широкої читацької аудиторії прокламації, які легітимізували вторгнення і перетворювали Францію з ворога на союзника і рятівника. Зокрема, газети

інших країн використовувалися для поширення дезінформації. Наприклад, під час італо-австрійської кампанії 1804-1807 років секретні документи постійно зникали через швейцарський кордон. Дезінформація, що містилася в цих звітах, була підхоплена іноземними кореспондентами і мимоволі надала перевагу Франції.

Наполеон також усвідомлював інформаційно-комунікаційний потенціал дипломатії, друкарства, театру і того, що зараз прийнято називати іміджмейкерством.

Наприклад, під час кампанії проти Росії дипломатичними каналами поширювалися чутки, що російські генерали німецького походження Берклі де Трір, Вітгенштейн і Тотлебен брали хабарі. Напередодні війни 1812 року, щоб виправдати кампанію проти Росії, французькому історичному Лесюєру було доручено написати книгу історичної белетристики під назвою «Заповіт Петра Першого». Ця книга була, кажучи сучасною мовою, фейком.

Незважаючи на те, що преса сприяла кільком перемогам під час військової кампанії, у мирному Парижі Наполеон запровадив політику, яка завдала нищівного удару по свободі слова: відповідно до Консульського декрету про газети від 17 січня 1800 року, 60 з 73 газет були закриті. Одинадцять років потому в Парижі залишилося лише чотири щоденні газети, а «Монітор» був єдиною офіційною газетою. Що стосується цензури, то Бонапарт запровадив цілком фарисейську систему. Вона не існувала офіційно і навіть вважалася ганебною. Однак тиск на редакторів газет був настільки сильним, що самі редактори боялися сказати щось зайве або, навпаки, промовчати про важливі питання чи проблеми.

### **3.2. Трансформація інформаційних воєн до стану сучасності**

Важливими віхами розвитку використання інформаційних інструментів під час війни є Перша світова, Друга світова, а також Холодна війна.

Під час Першої світової війни, з 1914 по 1918 рік, збройні конфлікти супроводжувалися такими засобами інформаційно-психологічного тиску на супротивника:

- 1) Розповсюдження листівок. Мільйони листівок з різноманітними закликами розповсюджувалися на повітряних кулях над територією противника.
- 2) Поштова розсилка листів. У Великій Британії, наприклад, була зібрана база даних приватних листів від громадян і розіслані цілеспрямовані пропагандистські матеріали. Листи військовополонених, які утримувалися в британських таборах, з описом поводження з ними, копіювалися, розмножувалися і розсилалися поштою.
- 3) Емоційний вплив. Газети та брошури описували німецькі звірства та мужність і героїзм тих, хто чинив опір німцям.
- 4) Усна передача інформації. Наприклад, у 1917 році Американська комісія громадської інформації створила мережу ораторів, які отримували чотирихвилинні телеграми з новинами з фронту і виступали перед великими аудиторіями в лікарнях, школах і церквах.
- 5) Культурна пропаганда (пропаганда у сферах мистецтва).

Як зазначає Юрій Гольбан, у 1930-х роках після Першої світової війни інформаційна війна «перестала бути доповненням до збройної війни і стала самостійним явищем, як, наприклад, у німецько-австрійській радіо-війні 1933-34 років, коли Австрія намагалася приєднатися до Третього Рейху». Саме в цей час зародилося і популяризувалося поняття «інформаційних агресорів».

Але це була лише увертюра до найпотужнішого в історії людства поширення пропаганди під час Другої світової війни. «Пропаганда приносить нам владу, пропаганда дозволяє нам утримувати владу, пропаганда дозволяє нам завоювати світ» – це націонал-соціалістичне гасло 1935 року не було задекларованим.

Як відображає головна праця фюрера – «Майн кампф», Адольф Гітлер надавав великого значення пропаганді і пізніше сформулював основні методи пропагандистського впливу. Його ідеї сміливо і послідовно впроваджував, розвивав і допрацьовував Йозеф Геббельс, який у 1933 році очолив Міністерство пропаганди і освіти Німеччини. Хоча на початку передвиборчої кампанії Гітлера опитування громадської думки показували, що нацистів підтримували лише 10 відсотків населення, провідному ідеологу Третього Рейху вдалося створити трагічний «державний переворот» у свідомості мільйонів. Розглянемо деякі з найважливіших методів, які нацисти використовували проти власного народу та під час війни.

По-перше, виник культ Гітлера як «національного символу» та «національної надії». Молодий та енергійний лідер, який швидко пройшов шлях від капрала до фюрера, був однаково визнаний як тими, хто пам'ятав приниження Німеччини у Першій світовій війні, так і тими, хто мріяв про повернення до національної влади та помсту за неї. Його постійна присутність на масових зібраннях і мітингах, надзвичайне ораторське мистецтво, вміння коротко, чітко і ясно формулювати цілі і завдання боротьби, здатність знаходити підхід до всіх верств суспільства – фінансистів, науковців, митців, робітників – це парадоксальне поєднання. Його відвертість, позірний демократизм, рішучість і водночас схильність до авторитаризму та тиранії зробили Гітлера майже міфічною фігурою. Цей міфічний образ підживлювався чутками, демонстраціями, що «доводили» його надприродні здібності, постійними цитатами з його тез «Майн кампф» та публічними промовами.

Якщо, спробувати відокремитись від злочинів, які робив Адольф Гітлер, та застосувати «холодний розсуд», то його можна вважати генієм пропаганди. На нашу думку, історія поки що, не мала прикладів таких людей, котрі змогли самі вплинути на свідомість цілої нації та впевнити її, що всі злочини, геноцид, завоювання – це «цілі на благо». Гітлер, вправно використовував джерела, що розповсюджують інформацію. Він охопив своєю пропагандою навіть людей, які вірили в Бога та читали Біблію. Треба було

лише переписати «книгу книг» на вигідний лад, і за тобою підуть люди, вважаючи, що вони втілюють чи не святу місію.

Вищість арійського народу, його давнє походження і славне минуле, яке прагнули відродити під керівництвом Гітлера, повинні були знаходити підтвердження. І вони його знаходили в образах і сюжетах давньо скандинавської міфології та романтичної поезії. Природно, що така картина світу вимагала штучно створеного образу ворога, і він був знайдений. Образ євреїв як ганебних, неповноцінних і загрозливих істот постійно використовувався у промовах, плакатах, фільмах, газетах і навіть в академічних наукових працях.

Програми святкування «святих днів», мітинги і паради з багатогодинними гіпнотичними промовами фюрера, численні прапори, плакати і транспаранти, яскрава музика, примусова поведінка і уніформа зменшували здатність до раціонального мислення і, навпаки, стимулювали емоції, ентузіазм національної єдності, пов'язаний зі спільною метою. Все це створювало звичку думати (а не мислити критично), реагувати і діяти однаково.

Відбулося мовне програмування (наприклад, привітання «Хайль Гітлер!»). Постійно використовувалися такі слова, як «перемога», «переможець», «Велика Нова Німеччина», суспільна свідомість мас безперервно насичувалася новими гаслами («Хто не з нами, той проти нас», «З нами Бог», «Один народ, один рейх, один фюрер», «Ми, німці, не боїмося нікого, крім Бога», «Перемога або смерть», «За фюрера і батьківщину»).

Під час бойових дій пропагандистські органи Вермахту досягли значних успіхів у вербуванні солдатів з ворожої армії. Наприклад, лише у 1942 році з травня по грудень близько вісімдесяти тисяч червоноармійців добровільно вступили до лав німецької армії, а кількість добровільної здачі в полон також була значною.

Інформаційне протистояння також велося і з боку Радянського Союзу. Одного з найголовніших радіо-дикторів того часу, Юрія Левітана, прийнято вважати «ворогом

Гітлера номер 1». Деякі дослідники вважають навіть, що першою ціллю Гітлера було вбивство Левітана, а вже потім – Сталіна. Переконаний у швидкій перемозі над Радянським Союзом, Гітлер мріяв, щоб саме Левітан оголосив по радіо про падіння Москви. Чи справді голос Юрія Левітана було чути в Берліні? Історики, які вивчали його біографію, не змогли прямо підтвердити цей факт. Можливо, це красива легенда воєнного часу. Але вона також доводить, що йшла жорстока війна навіть у радіоефірах. Навіть сам факт існування такої легенди підтверджує той факт, що Радянський Союз також впроваджував в цю війну інформаційні технології, пропаганду в найтяжчих умовах. Ці всі дії мали на меті підтримку бойового духу армії й простих громадян, які також мали потребу не впадати у відчай та продовжувати вірити в перемогу.

Під час Другої світової війни інші країни також розвивали інформаційно-комунікаційні технології для наступальних і оборонних цілей. В Японії були створені ордени камікадзе для залякування ворога. У Великій Британії підрозділи, що спеціалізувалися на політичній війні, діяли з 1941 року. У Сполучених Штатах Організація військової розвідки була створена в 1942 році для роз'яснення ролі США у війні, підняття бойового духу на фронті і відображення військового героїзму.

Коли йдеться про застосування інформаційної війни під час Другої світової війни, автори зазвичай посилаються на ганебні напрацювання Третього Рейху та радянських спецслужб у цій сфері. На наш погляд, доречніше було б зосередитися на іншій сторінці історії, а саме на досвіді пропагандистських технологій, напрацьованих ОУН та УПА.

Пропагандистська діяльність УПА та ОУН відбувалася як під час війни, так і після неї: У 1945-1946 роках було організовано кілька рейдів до Чехословаччини, Польщі, Білорусі та Литви з метою активізації зусиль антирадянського підпілля, створення фронту поневолених народів та проголошення цілей боротьби на Заході. Памфлет Василя Галаси «Короткі вказівки для тих, хто йде в рейд Словаччиною» (1945) та його ж інструкція «Друже Мироне!» (1946) – ці документи чітко визначають основні напрямки інформаційної боротьби керівництва українських націоналістів. Вони

використовували чотири основні форми пропаганди: письмову, усну, демонстрацію особистої поведінки та дієві акції.

Письмова пропаганда втілювалася шляхом розповсюдження ідеї боротьби за незалежність через поширення листівок та агітаційної літератури (журналів, книг, брошур і плакатів), надсилання листів, створення гасел і графіті. Підпільні організації мали десятки добре обладнаних друкарень і сотні фахівців з видавничої справи, верстки та журналістики. Тиражі видань були надзвичайно високими, і регіональні керівники регулярно звітували в штаб про розповсюдження десятків, сотень тисяч примірників. Повстанці не роздавали відкрито велику кількість пропагандистських матеріалів, а надсилали їх поштою селянам, а переважно місцевій інтелігенції та представникам влади.

Існувало також візуальне підбурювання та пропаганда. У сучасному розумінні це було графіті, але в тогочасних реаліях це були гасла на стіні. В інструкції «Друже Мирон!» містила в собі рекомендації, як правильно робити такі написи на стінах. Прочитуємо: «Малювати гасла дьогтем на будовах (адміністративні або нежитлові, якщо заселені, то хіба б з дозволу господаря), а загалом, на кожну світлу основу. Коли б не можливо було дістати дьогтю чи чорної фарби, малювати вапном на чорну основу (плоти і темні стіни будов). На допомогу покликати словаків, щоб в написах не було помилок. На це звернути найпильнішу увагу». Варто зазначити, що в інструкції наголошено неодноразово про те, що такі дії мають бути узгоджені. У такий спосіб лідери дбали про створення та підтримку іміджу борців за незалежність України як освічених і шанованих представників свого народу.

Члени ОУН і УПА надавали великого значення пропаганді шляхом демонстрації «власних дій». Це робилося шляхом демонстрації «власної поведінки». Унікальним серед інших прикладів впливу пропаганди є те, що популяризований образ повстанців не був нереальним, штучно змодельованим (як уже згадувалося у прикладах Наполеона та Гітлера), а був чітко визначеним, який розроблявся та ретельно контролювався

протягом багатьох років. Наприклад, від солдатів очікували, що вони будуть освіченими, хоробрими, ввічливими, веселими, охайними і не матимуть шкідливих звичок.

У підпіллі всі повстанці проходили курс політичної освіти, де 20 відсотків часу відводилося на військову підготовку. Читалися лекції з історії України та ОУН, роз'яснювалися завдання національно-визвольного руху. Часто співалися патріотичні повстанські пісні.

Холодна війна розпочалася одразу після закінчення Другої світової війни між СРСР та його союзниками, з одного боку, і США та країнами Західної Європи – з іншого. Майже 50 років тяжкої боротьби ідеологій вже продемонстрували новітні методи маніпулювання інформацією.

Починаючи з 1949 року, Міністерство оборони розробило декілька документів, що визначають принципи, завдання та засоби інформаційної війни. Серед них: «Проведення операцій психологічної війни» (1949), «Психологічна війна» (1955) та «Психологічні операції» (1979).

Увагу також було приділено видам пропаганди: білу, сіру, чорну, політичну та військову. Метою психологічної війни визначено вплив на психологію та емоції противника за допомогою інформації та ідей, а конкретні завдання інформаційних операцій перераховані наступним чином: «зниження морального духу і боєздатності противника; заохочення до капітуляції; допомога в окупації населених пунктів; висування ультиматумів і передача закликів до капітуляції; аналітична робота з метою виявлення слабких місць; створення дружнього ставлення до військового керівництва і особового складу США і союзників; створення атмосфери недовіри і невпевненості серед особового складу противника; підтримка контролю і недовіри з боку командування; допомога командуванню в управлінні населенням противника в зоні бойових дій; забезпечення цивільної підтримки військових заходів США для досягнення цілей; контрпропаганда та агресивні психологічні операції; поширення ворожої дезінформації.



Холодна війна також увійшла в історію як протистояння двох режимів і двох різних світоглядів. Саме тому акцент робився на відмінностях у матеріальній культурі, побуті, мистецтві та науці між капіталістичним і соціалістичним таборами. Все це згодом стало своєрідним підґрунтям для ослаблення ідеологічного ворога в ідеологічному, економічному та військовому плані.

Війна в Перській затоці, яку пізніше назвали «повітряно-інформаційною війною», відбулася в 1990-1991 роках між Іраком і коаліцією з 28 країн на чолі зі Сполученими Штатами.

У війні в Перській затоці США зіткнулися з трьома проблемами:

- 1) вони повинні були довести необхідність американського втручання власному народу з відстані багатьох кілометрів;
- 2) вони повинні були встановити достатню легітимність в очах міжнародної спільноти;
- 3) вони повинні були деморалізувати іракську армію, змусивши її капітулювати.

У цій війні було використано багато засобів інформаційного впливу, серед яких: листівки з виправданням дій Сполучених Штатів, листівки з попередженнями про обстріли та бомбардування з метою залякування опонента; демонізація образу іракського лідера, його часто називали дияволом чи «арабомовним Гітлером»; лозунг часів Першої світової: «США захищають свободу для всього світу» трансформувався у новий ідеологічний вислів: «США захищають демократію всього світу»; активного вжитку набули розповсюдження чуток про жорстокість іракських солдатів; журналісти втілювали свою діяльність таким чином, щоб американське суспільство не бачило по телебаченню жорстокості, яка розгорталася на полі бою.

Таким чином, до кінця ХХ-го століття сформувався потужний інструментарій ведення інформаційно-психологічних операцій. Методи розробки та ведення цього типу протистояння згодом були використані у війнах в Чечні, Грузії, а тепер і в Україні.

Отже, явище інформаційної війни не з'явилося нещодавно. Методи ведення інформаційного протистояння були відомі ще від початку існування перших цивілізацій, правителі яких винаходили стратегії, де часто вдавалися до хитрощів та обдурювання, щоб досягти успіху. Протягом історії розвитку людства, методи та способи ведення інформаційної війни набували все більш нових форм.

## **РОЗДІЛ 4. ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА В ПЕРІОД РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ**

### **4.1 Передумови та витоки інформаційної війни між РФ та Україною**

Практично кожна держава в світі на певному етапі розвитку стикається з зовнішньополітичними інтересами, які збігаються з інтересами інших країн. Суть тих чи інших протиріч може варіюватися від невинного протекціонізму зовнішньоекономічної діяльності до територіальних вимог. Кожен конфлікт вирішується по-різному, і іноді

залучені країни діють не тільки як незалежні суб'єкти, а й як об'єкти міжнародного права, тому ця країна змушена покладатися не тільки на сукупну владу, а й на обговорення міжнародного права.

Сьогодні Україна відкрита, в інформаційному плані, держава, що залежить від глобальної інформаційної інфраструктури, але все це робить її вразливою для інформаційної зброї, оскільки це низькорівнева інформаційна система.

Інформаційний вплив на Україну здійснюють різні міжнародні актори, але основне місце в ній займає психологічно-інформаційна війна Російської Федерації. Російська Федерація взяла на себе роль наступниці і спадкоємиці СРСР і успадкувала від дуже невеликої частки колишньої держави пострадянське становище всередині країни.

Будь-яка інформаційна війна за своєю природою складна і багатовимірна. Напрямі і методи інформаційної війни Російської Федерації проти України все більше підривають міжнародний імідж України, маючи на меті послабити її геополітичне значення.

2014 став одним з найважчих в історії сучасної незалежної України. Цей рік став переломним для української державності. Скориставшись виснаженим психологічним станом народу після Революції Гідності, на нашу територію безцеремонно втручається сусідня країна. Це було зроблено тихо, без попереджень, як в свій час зробив очільник фашистів – Адольф Гітлер.

Україна піддається прямій агресії з боку Російської Федерації. Спочатку Автономна Республіка Крим була анексована. Після анексії Криму ще дві територіальні одиниці України, Донецька та Луганська області, опинилися під вогнем російських загарбників, через те, що значна частка населення чекала там на «руський мір».

Варто зазначити, що інформаційна війна проти України почалася задовго до того, як ситуація переросла у збройний конфлікт. Його форми, методи, технології і засоби, з

одного боку, вважаються простими і примітивними, а з іншого – ця війна давно планувалася, розроблялася і успішно велася.

На нашу думку, все почалося майже одразу після розпаду радянської системи. Хоч і Радянський Союз розвалився, але ідея «братерства» між колишніми його республіками проглядалася весь період незалежної України. Часто з телевізорів, газет, фільмів, музики лунало, що українці та росіяни – один братський народ. Ця пропагандистська ідея нав'язувалася не одному поколінню поспіль.

У ХХІ столітті Україна направила свій політичний курс на інтеграцію з європейськими країнами, тим самим поставивши під загрозу добрі відносини з Росією. Для декомунізації цієї ситуації необхідні дружні дії між двома країнами, в основному для погашення газових боргів, зняття санкцій, переговорів з врегулювання спорів та інших заходів. Однак держава – це перш за все народ, а через політичні інтриги і розділення сфер впливу страждає звичайне населення. Завдяки розвитку сильної і стабільної економіки Україна може стабілізувати внутрішню ситуацію і усунути конфлікти з торговими партнерами.

Коли курс української зовнішньої політики змістився з проросійського вектору на європейський та американський, це викликало велике обурення путіна особисто. Розпочалася інформаційна кампанія, яка почала звинувачувати Україну та український народ в надмірному зближенні з Заходом.

Зі зміною векторів зовнішньої політики України змінилися й наші національні інтереси. Тепер, заради державної безпеки, Україна почала активно співпрацювати над укріпленням партнерства з НАТО та ЄС, що дуже сильно налякало маленького диктатора. Як наслідок, українці, які за радянських часів були «братнім народом», тепер сприймаються пересічним росіянином як «бандерівці», «маріонетки США» та «вороги». Таким чином, ставлення росіян до українців повністю змінилося. Такого масованого інформаційного наступу не було ні під час газової війни, ні під час торговельної війни, ні в період погіршення відносин між Україною та Росією.

Український медіапростір став «фронтом» інформаційної війни не у 2014 році, а набагато раніше. Особливо яскраво російська пропагандистська кампанія проявилася під час Революції Гідності, коли ворог висміював нашу боротьбу за європейський вектор розвитку та намагався дискредитувати героїв, які віддали своє життя за наше вільне майбутнє. До сьогодні інформаційна війна не припинилася, а молодь залишається найбільш вразливою мішенню для терористичної держави.

Інформаційна війна насамперед спрямована на зміну свідомості та спотворення реальності, що може мати серйозні наслідки для майбутніх поколінь. Тому важливо вивчати ефективність інформаційно-просвітницьких заходів та розробляти стратегії протидії інформаційним інтервенціям. Центр економіко-правових досліджень вивчає вплив інформаційної війни на молодь та бере участь у розробці заходів для захисту нашої країни від цієї загрози.

Гібридна війна проти України охоплює не тільки вторгнення збройних формувань та окупацію території, а й активні інформаційні операції Росії та її поплічників усередині країни та за кордоном. Основними цілями цих операцій, крім перерахованих вище, є дискредитація державних інститутів і проєктування негативного образу України на міжнародній арені, а також виправдання і визнання легітимності збройної агресії Російської Федерації проти України, яка розпочалася 2014 року, і героїзація її учасників.

Одним із прикладів інформаційної війни проти України є поширення фейкових новин і пропаганди на тимчасово окупованих територіях. Це і незаконна депортація місцевих жителів, і пропаганда російського громадянства. Також давно відомо, що російські пропагандистські ресурси активно використовують інформаційні канали для поширення антиукраїнських настроїв і дискредитації українських військових.

Організаційна особливість інформаційної російсько-української війни полягає в тому, що практично весь інформаційний простір росії контролюється з центру прийняття рішень. Крім того, РФ давно готувалася до інформаційної війни і

використовує всі наявні організаційні, лобістські та фінансові ресурси для розробки та ведення інформаційної війни.

Інформаційна війна в сучасних умовах є одним з вирішальних факторів перемоги. Це особливо важливо для України, яка веде асиметричну війну проти ядерної держави з переважаючим військовим потенціалом. Від того, як події в Україні сприймаються за кордоном, залежить ступінь політичної підтримки, обсяг допомоги та санкції, накладені на агресора.

#### **4.2 Інформаційне протистояння під час повномасштабного вторгнення**

Україна продовжує перебувати у складній геополітичній ситуації, спричиненій повномасштабною агресією росії. Інформаційна війна відіграє важливу роль у цьому конфлікті та впливає на сприйняття подій у національному та міжнародному контекстах. З розвитком соціальних медіа та швидким поширенням інформації інформаційна війна набула нового масштабу та форми. Вивчення цього питання показує роль і вплив соціальних мереж, медіа-платформ і фейкових новин в поширенні пропаганди і маніпулюванні громадською думкою. Військові конфлікти інформаційного характеру включають не тільки маніпулювання інформацією, але також кібератаки і кібершпигунство. У зв'язку з цим вивчення інформаційної війни між Росією та Україною допоможе виробити ефективні заходи щодо забезпечення кібербезпеки та захисту інформаційної інфраструктури.

Перш за все, говорячи про події, які підстобнули все європейське і світове співтовариство в 2022 році, хочеться підкреслити, що відбувся повний крах архітектури глобальної безпеки. Глобальна система безпеки, після завершення Другої світової війни він певною мірою перебувала у дуже скрутному становищі. Але наймогутніші актори тодішньої міжнародної арени змогли утримати цю крихку систему безпеки «на плаву». Беззаперечно, війна між Росією і Україною відкрила «ящик Пандори» глобальної

нестабільності і справила значний вплив на міжнародну безпеку, в тому числі й на інформаційному фронті.

Як зазначає І. Патлашинська – «Війна із використанням інформації стала одним із небезпечних видів конфлікту. Вона може складатися із цілеспрямованого збору тактичного інформаційного матеріалу, поширення пропаганди із метою деморалізації держави-ворога та її населення, підриву якості інформації противника». Разом з тим можемо зазначити, що досить часто інформаційна війна організовується разом із психологічною та кібер-війнами. Проте, використання подібних методів протистояння досі не отримало належної оцінки зі сторони спеціалістів. Одна із причин такого явища – доволі інтенсивний розвиток методів та особливостей використання інформаційної війни.

Інформаційна війна може включати в себе: збір тактичної інформації, забезпечення безпеки власних інформаційних ресурсів для поширення пропаганди або дезінформації з метою деморалізації ворожих військ і населення; зниження якості ворожої інформації та запобігання можливого збору розвідданих противниками. Тобто руйнування відбувається через вплив інформації на суспільну свідомість. І, якщо кулі і снаряди відомо звідки летять, то інформаційні бомби з'являються несподівано і в невідомому місці.

До початку повномасштабного російського вторгнення в Україну, починаючи з кінця 2021 року, український та міжнародний медіа-простір було заповнено інформацією на початку 2022 року про різні напруження, пов'язані з можливістю російського вторгнення в Україну. Цей інформаційний образ, заснований на прикладі українського досвіду, може відображати загрозу реалізації намірів Російської імперії щодо інших країн. В результаті з часом на сторінках ЗМІ утворилися певні блоки щоденної інформації про нову російсько-українську війну.

Як зазначає І. Субота у своєму дослідженні – «Служба зовнішніх справ Євросоюзу в доповіді про дезінформацію та маніпуляцію фактами у світовому інформаційному

просторі 2022 року назвала Росію головним дезінформатором». Слід зазначити, що в доповіді наголошується на тому факті, що Російська Федерація активно використовує офіційні дипломатичні канали, державні ЗМІ, що впливають як на російську, так і на іноземну аудиторію, прокремлівські інтернет-канали, які приховують відносини з російським урядом, але можуть отримувати фінансування з Москви для поширення дезінформації. Наприклад, 2 найвідоміших приклади дезінформації в Європейському Союзі – це медіа-компанії Sputnik і Russia Today.

Після російського вторгнення ворожа пропаганда посилилася. Багато фейкові новини транслювалися по основних місцевих телеканалах, які як і раніше активно використовують пропагандистські матеріали для виправдання вторгнення.

Як традиційні, так і електронні засоби масової інформації в Росії продовжують поширювати інформацію про так званих «неонацистів» (або «нацистів») на Україні. Така собі спроба позбавити Україну її міжнародної значущості та суб'єктивності. Російська пропаганда підкреслює, що вся «проблема» криється в якихось «нацистах» і «бандерівцях», які нібито займаються притисканням російськомовного населення в Україні.

Як зазначає І. Субота: «Для поширення дезінформаційних повідомлень РФ вдається до будь-яких способів, серед яких вебсайти, соціальні мережі та ботоферми».

Наприклад, у серпні 2022 року News Guard виявив близько двох сотень вебсайтів, які активно розповсюджують російську дезінформацію про війну. Десятки з них з'явилися після широкомасштабного вторгнення Росії в Україну. Деякі з цих сайтів видають себе за незалежні аналітичні центри або новинні організації. Близько половини цих сайтів публікують матеріали англійською мовою, але деякі також поширюють матеріали французькою, німецькою та італійською мовами.

Багато з цих сайтів були створені задовго до початку війни і раптово почали публікувати кремлівську пропаганду без, начебто, жодного зв'язку з російським урядом. Newsguard визначає ці сайти «сплячими». Це пов'язано з тим, що вони поступово



нарощують свою аудиторію, публікуючи нейтральний контент, а потім раптово починають поширювати пропаганду та дезінформацію, коли це потрібно Кремлю. Більше того, Росія продовжувала поширювати контент RT серед європейської аудиторії навіть після запровадження санкцій і заборони транслювати новини та переглядати сайти, що належать росії в Європі.

В цей час, деякі російські ЗМІ, намагалися висвітлювати правду, ті показувати, що росія чинить на українських землях. Серед них: «Медуза», «Медиа зона», «Эхо Москвы» та багато інших. Більше трьох тисяч інтернет-джерел підпали під російське цензурування та були заблоковані. Блокування виправдовувалося тим, що ці джерела заблоковані через «публікацію недостовірної інформації про ситуацію в Україні», а також, через те, що вони мають в собі «матеріали, що закликають до масових заворушень та здійсненню екстремістської діяльності». Кремлівська влада швидко «прикрила» діяльність таких ЗМІ, а також, вирішила, що треба закрити для використання деякі соціальні мережі, першим під удар попав Інстаграм.

Інформаційна стратегія росії велику увагу приділяє соціальним мережам. На нашу думку, така зацікавленість у них через те, що в основному там молода аудиторія, якій також необхідно «промити мізки». Старше покоління піддавалося та піддається пропаганді через телебачення, а молодь та підлітки вже дуже давно не дивляться телевізор. Російська влада, в свою чергу, не може припустити того, щоб молодь критично мислила та була проти існуючого режиму влади, отже, вона не повинна бачити реальність, яка відбувається в Україні. Було прийняте рішення перегнати аудиторію з західних соцмереж до підконтрольного росії «ВКонтакте». Таке рішення не оголошувалося на офіційному рівні, але стало помітним, коли з Ютуб та Інстаграм російськи розважальні проекти масово перейшли до ВКонтакте, де контент повністю фільтрується та цензуру не проходить те, що не діє в інтересах діда-диктатора.

Водночас Україна проводить активну інформаційну політику, спрямовану на протидію російській пропаганді. Ця стратегія включає в себе програму інформування

населення про можливу дезінформацію, яку поширює ворог. Зокрема, починаючи з кінця лютого 2022 року, серед українського населення проводилася комплексна інформаційна кампанія, зокрема наголошувалося, що єдиним достовірним джерелом інформації є офіційні українські джерела. Це слугувало протидії традиційній російській тактиці, що включала поширення дезінформації та максимальне її розповсюдження в соціальних мережах та інших публічних каналах.

Також, відповідь України та спростування російської пропаганди активно висвітлювалися в соціальних мережах. Після початку повномасштабного вторгнення багато українських блогерів та інфлюенсерів. Це була спроба відкрити очі частині російської аудиторії, яка, судячи зі статистики, яку блогери виствітлювали у своїх соц. мережах, займала великий відсоток їхньої загальної аудиторії. Інфлюенсери викладали відео з вибухами, зруйнованими домівками мирних жителів, розповіді людей, які стикалися зі злочинами, що вчиняла російська армія, тощо. Під такими дописами зазвичай розпочиналася війна у коментарях. З одного боку: українці, які це все підтверджували, розповідали свої емоції та переживання; з іншого – росіяни, які запевнювали наших громадян, що це «асвабажденіє», і що «путін пришол вас спасать».

Від початку війни між Росією та Україною журналісти та українське військове командування оперативно інформували громадськість про успіхи та невдачі українських сил. Така прозорість сприяла об'єктивному сприйняттю подій, що відбувалися в той час. Такий підхід нейтралізував важливий російський «трюк», а саме здатність поширювати дезінформацію та створювати паніку в атмосфері секретності та невизначеності.

Крім того, політика прозорості джерел забезпечила об'єктивність висвітлення подій у світовому журналістському середовищі. Це унеможливило поширення дезінформації з боку російських впливових осіб (наприклад, про нібито обстріли мирних міст націоналістичними батальйонами) і сприяло більш об'єктивному підходу. Слід зазначити, що це також вплинуло на загальну політику російських державних ЗМІ. Постійний обман, відверта пропаганда, постановочні сюжети та сумнівні експертні

висновки зробили версію подій російської сторони ненадійною у світовому інформаційному просторі.

На нашу думку, було б доцільніше притримуватись і далі політики прозорості. Але зараз ми можемо відслідкувати, що стратегія ведення інформаційної війни з боку України – змінилася. Все частіше у новинах по телебаченню, чи в інтернет-джерелах ми чуємо про те, що російська армія зазнає поразок та, начебто, відходить. Також, доволі часто пишуть про те, що армія рф – слабка та незграбна, нібито вони не вміють користуватися зброєю, та улюблена «пісня» Арестовича про те, що російська армія дезорієнтована в нашій місцевості. На нашу думку, ці факти – далеко не відповідають дійсності. Про це говорив один з героїв війни, який отримав тяжкі поранення та втратив ноги. Він наголошував на тому, що стратегія приниження російської армії в своєму корінні є неправильною. В них також є зброя, вона також стріляє, їх також навчають нею користуватися, в них багато оснащення, техніки та людського ресурсу. Тому, принижуючи орків у новинах, тим самим принижують наших хлопців з ЗСУ. Бо якщо ми не можемо перемогти таку слабку й безтолкову армію, то наша армія – ще більше безтолкова. Так, взяти Київ за три дні у росії не вийшло. Але, ми також не в Криму, хоча літо 2023 року вже минуло.

Зараз волонтерська діяльність дає мені змогу спілкуватися з військовими безпосередньо. Наведу цитату одного з них: «Їх (росіян) просто як тарганів. Ти вбиваєш двох – вилазять ще п'ять. В цьому їх велика перевага, та складнощі для нас. Кількісно вони нас значно перевершують». Також, хлопці багато кажуть про те, що обурені стратегією від влади в плані ведення інформаційної війни. Вони також підтверджують, що армія рф – дійсно сильна та не треба їх знецінювати.

#### **4.3 Вплив інформаційної війни на людську свідомість**

Нами було проведено опитування, щоб дізнатися, звідки українці дізнаються новини, чи часто вони переглядають їх, чи перевіряють достовірність інформації, та наскільки вони довіряють українським ЗМІ.

Опитування показало, що 84% опитуваних дізнаються новини саме з інтернету, 26% – від родичів та знайомих, а також 15% – за допомогою телебачення (Додаток 1). А переглядають новини українці доволі часто: однаковий відсоток людей (47.4%) моніторять новини раз в декілька годин та раз в декілька днів; найменший відсоток тих, хто дивиться новини раз на декілька тижнів (Додаток 2). Цей пункт наглядно демонструє важливість в сучасному житті інтернету та новинних хронік у повсякденному житті українців. Суспільство постійно знаходиться в інтернет-просторі, тому варто основні заходи інформаційного протистояння втілювати саме через інтернет. Зараз в соціальних мережах перебувають люди різного віку, тому буде охоплюватися велика аудиторія. Але, також необхідно посилювати кібербезпеку, щоб наше суспільство було захищено від фейкових новин та пропагандистської діяльності з боку ворога. Необхідно відстежувати та блокувати різноманітні телеграм-канали, СМС-розсилки, які закликають надавати інформацію про розташування чи переміщення ЗСУ за гроші, чи розсилають спам з метою отримати доступ до акаунтів українців та розповсюджувати інформацію про те, що українці чекають «руській мір».

Опитування демонструє, що новинних джерел, якими користуються українці – доволі багато (Додаток 3). Більшість (68,4%) навіть впевнені у їх достовірності, та також доволі великий відсоток не може визначитися чи є достовірними ці інформаційні джерела, чи ні. До таких висновків люди приходять з різних причин, але основними є наступні:

1. Верифікація інформаційного джерела;
2. Порівняння інформації з різних джерел (якщо факти співпадають – інформація достовірна, якщо ж ні – то достовірність інформації викликає великі сумніви).

На запитання «Які висновки Ви можете зробити про армію супротивника, виходячи з новин чи воєнних звітів?» більшість відповіли дуже схоже. Якщо довіряти новинам, то армія РФ – слабка й незграбна. Але, як описано вище, військові так далеко не вважають. Тому, можна зробити висновок, що Україні необхідно міняти інформаційну стратегію, доки ще не пізно, доки ЗМІ повністю не втратили довіру аудиторії. В опитуванні також відображено, що ще більшість людей все ж таки довіряють українським ЗМІ в більшій мірі, та є й такі, котрі вже взагалі не довіряють (Додаток 4).

Щоб визначити вплив медіа та інформації, яка в них відображається, на свідомість суспільства було задане пряме питання «Медіа впливають на вашу політичну позицію та соціальну поведінку?». Тут результати майже 50/50, але все ж таки, більший відсоток (52,6%) вважають, що на формування їх політичних позицій та соціальної поведінки медіа не мають жодного впливу (Додаток 5). На нашу думку, це не відповідає дійсності. Ми можемо навіть не усвідомлювати того, що все, що нас оточує, все, що ми читаємо чи дивимось, формує в нас певне відношення до певних явищ або індивідів. Це все відбувається на підсвідомому рівні, тому ми навіть не в змозі це контролювати. Медіа не зможуть впливати на нас, якщо ми повністю вилучимо їх зі свого життя, але в сучасних реаліях – це просто неможливо.

Отже, інформаційна війна Росії проти України була, є і буде інтенсивною та цілеспрямованою. Як наслідок, значних людських і матеріальних втрат зазнало як цивільне населення, так і військовослужбовці. Більше того, інформаційна війна стала прикриттям і невід'ємною частиною агресії Російської Федерації проти України. Більше того, інформаційна зброя використовується для розпалювання шовінізму і тероризму та дискредитації українського уряду. Все це є не лише свідченням інформаційної війни, але й доказом її незаконності та порушення міжнародного права.

## ВИСНОВКИ

З середини 20-го століття деякі політики та історики заявляли, що війни майбутнього будуть переважно інформаційними та економічними конфліктами і що світ відійде від концепції війни (із застосуванням зброї та захопленням території) як історичної примхи. На жаль, нинішня реальність частково спростовує цю тезу. Тотальна агресія Росії проти України доводить протилежне. Значною мірою нинішня війна – це інформаційна війна, яка розпочалася задовго до широкомасштабного вторгнення Росії.

З огляду на надзвичайно високі ризики, які несуть суб'єкти інформаційних війн для всіх держав (у тому числі органів державної влади), державних структур та міжнародних організацій, необхідно створити відповідну нормативно-правову базу, яка б враховувала всі можливості сучасних ІКТ, визначити пріоритетність розвитку ІКТ у сфері державного управління та підвищити спроможність органів державної влади та органів місцевого самоврядування до використання ІКТ.

Таким чином, завдяки активному поєднанню людського і штучного інтелекту та вмілій організації можна ввести потенційних супротивників у стан інформаційного хаосу. Іншими словами, інформаційні технології є ключем до домінування над іншими технологіями у світі, що швидко розвивається. Оскільки інформаційні технології стають все більш соціалізованими, а сфери конфліктуючих людських інтересів розширюються, інформаційна війна більше не є прерогативою лише військових, які повинні бути оснащені передовими інформаційними технологіями, щоб перемагати в гібридних війнах нашого часу. Їхній огляд є променем надії на подальші дослідження в цій галузі.

Сьогодні володіння інформаційними ресурсами може визначати чиїсь інтереси в міжнародних відносинах. Перевагу має та сторона, яка вміє працювати з громадською свідомістю. Держава-агресор змушена виправдовувати свої дії як перед власним народом, так і перед сторонами, на які вона нападає. З іншого боку, сторона, на яку напали, також повинна розумно реагувати на таку неоголошену війну. Гібридна війна є

сучасним досягненням, оскільки значну частину її завдань виконує інформаційна складова. Чим більше розвинені інформаційні елементи, тим легше виконувати ці завдання.

Так, готуючись до широкомасштабної війни проти України, Росія активно використовувала пропагандистські технології, апробовані під час підготовки попередніх війн. Найважливішими з них були 1) історичні маніпуляції з метою міфологізації власної історії та конструювання концепції «руського міра» – еkleктичної суміші імперського та комуністичного російських наративів; 2) створення символів війни для мобілізації мас на героїчне насильство проти українського народу; 3) дегуманізація ворога (тобто українців) шляхом позбавлення їх права на створення власної держави, заперечення самодостатності української культури та прирівнювання наших військових, громадських і політичних діячів до «нацистів». Російська пропаганда фактично легітимізує геноцид українців та знищення української держави. Будучи сусідом такої країни, як Росія, українське суспільство має пам'ятати, що російська агресія проти українців глибоко вкорінена в його колективній пам'яті і проявляється на кожному кроці. Ті, хто її створює, можуть лише руйнувати, а не створювати нові.

Вплив інформаційної війни в конфлікті між Росією та Україною проявився у формуванні громадської думки, маніпулюванні інформацією, дестабілізації політичної ситуації та загрозі кібербезпеці. Зважаючи на стрімкий розвиток технологій та зростання впливу соціальних мереж, інформаційна війна стає дедалі складнішою та небезпечнішою. Вивчення цієї теми є важливим кроком до розуміння механізмів та наслідків інформаційної війни. Протидія пропаганді може сприяти розробці ефективних стратегій підвищення кібербезпеки та забезпечення захисту інформаційної інфраструктури. Подальше вивчення та усвідомлення цього питання сприятиме розробці відповідних політичних, правових та технічних рішень для захисту суверенітету, безпеки та стабільності країн, які стикаються з інформаційною війною.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Said-Moorhouse, L., Haq, S. N., Ravindran, J., Alfonso, F., Vera, A., Regan, H., & Lendon, B. The Latest on the Ukraine-Russia Crisis. CNN. URL: <https://cuttly/8VzpNfh>
2. Балабін В. В. Інформаційна безпека сучасного суспільства / В. В. Балабін, М. Т. Дзюба, Я. М. Жарков, М. І. Онищук. – Київ : ВІТІ, 2006. – 201 с.
3. В'ятрович В. Рейди УПА теренами Чехословаччини [Текст] : з передмовою й англomовним резюме / Володимир В'ятрович. – Торонто ; Л. : Літопис УПА, 2001. – 204 с.
4. Валюшко І. О. Еволюція інформаційних війн: історія і сучасність / І. О. Валюшко // Історико-політичні студії. Серія: Політичні науки : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана», Ін-т історії укр. суспільства ; редкол. : І. Д. Дудко (голова) [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2015. – № 2. – С. 127–134.
5. Війна у цифровому вимірі та права людини. Аналітичний звіт за листопад 2022 р. URL: <https://www.ppl.org.ua/wp-content/uploads/2022/12/Листопад-2022-.pdf>
6. Горбань О. Ю. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення / О. Ю. Горбань // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2015. – № 1. – С. 136-141.
7. Горбулін В. П., Додонов О. Г., Ланде Д. В. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання. Київ Інтертехнологія, 2009. 164 с.
8. Денисюк Ж. З. Пропаганда та контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної політики. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління URL: [http://www.pubadm.vernadskeyournals.in.ua/journals/2021/2\\_2021/10.pdf](http://www.pubadm.vernadskeyournals.in.ua/journals/2021/2_2021/10.pdf)



9. Доктрина національної безпеки України. Затверджено Указом Президента України № 47/2017 від 25 лютого 2017 року // Доктрина національної безпеки України. Затверджено Указом Президента України № 47/2017 від 25 лютого 2017 року // Офіційне інтернет-представництво Президента України : веб-сайт. – URL: <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>
10. Дубас О. Інформаційна війна: нові можливості політичного протиборства / О. П. Дубас // Освіта регіону: політологія, психологія, комунікації. – 2010. – № 1. – С. 69-73.
11. Жарков Я. М. Аналіз засобів ведення інформаційної боротьби з використанням інформаційних технологій, форм і способів їх застосування / Я. М. Жарков, М. М. Присяжнюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Сер. Військово-спеціальні науки. – 2007. – № 14-15. – Вип. 14. – С. 42-44.
12. Ільницький В., Старка В., Гаїв М. Російська пропаганда як елемент підготовки до збройної агресії проти України // Український історичний журнал. 2022. № 5. С. 43–55.
13. Калініченко Б. Визначальні напрями формування стратегії протистояння інформаційній війні. Держава і право. Серія: Політичні науки. 2019. Вип. 83. С. 61-73.
14. Костюк І. А. Інформаційні війни в контексті революційних подій в Україні. Актуальні проблеми соціальних комунікацій : матеріали студентської наукової конференції, 22 травня 2014 р. Київ, 2014. С. 57-60.
15. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі: навчальний посібник. Київ: ВІКНУ, 2016. 286 с.
16. Куса І. Військова пропаганда Німеччини у Першій світовій війні. Міжнародна зимова школа : Матеріали Міжнародної зимової школи Інституту міжнародних відносин Київського національного університету

- імені Тараса Шевченка (м. Київ, 5–7 лютого 2014 р.). К.: КНУ імені Тараса Шевченка; інститут міжнародних відносин, 2014. С. 74–77.
17. Марунченко О. П. Інформаційна війна в сучасному політичному просторі : дис... канд. політ. наук. : 23.00.02. / Південноукраїнський національний педагогічний унів. ім. К. Д. Ушинського. Одеса, 2012. 208 с.
  18. Матеюк О. А. Інформаційно-психологічна складова гібридної збройної боротьби [Електронний ресурс] / О. А. Матеюк. – Режим доступу : [http://irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/znpnapv\\_pn\\_2015\\_1\\_12.pdf](http://irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/znpnapv_pn_2015_1_12.pdf).
  19. Меренюк С., Меренюк Х. Україно-російська гібридна війна. Україна в умовах трансформації міжнародної системи. Львів, 2019. С. 47-51.
  20. Парфенюк І. Інструментарій інформаційних війн: традиційні та новітні засоби. Вісник Книжкової палати. 2019. № 1. С. 7-10.
  21. Патлашинська І. В. Сучасна російсько-українська інформаційна війна: завдання, методи та особливості використання. Регіональні студії. 2022. № 28. С. 84-87
  22. Попович К. Гібридна війна як сучасний спосіб велення війни: історичний та сучасний виміри. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Історія». 2016. Вип. 2 (35). С. 75–79.
  23. Прозоров А. Ю. Особливості інформаційно-психологічного протиборства стародавніх часів. Інформаційна безпека людини, суспільства, держави. 2017. № 2 (22). С. 52–59.
  24. Сазонова К. В. Громадський супротив інформаційній війні під час збройної російської агресії. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/11/213.pdf>

25. Саприкін О. Інформаційна експансія, інформаційна війна та інформаційна атака у засобах масової інформації на прикладі Євро-2012. Вісник Книжкової палати. 2013. № 1. С. 40-43.
26. Синчак Б. Прямоефірна інформаційна війна та російсько-українська війна 2022-гона медійному плацдармі. Теорія і практика журналістики. 2022. № 10. С. 85-97
27. Субота І. Інформаційна світова війна: як РФ втручається в інформаційний простір і підриває кібербезпеку. URL: [https://lb.ua/news/2023/03/16/549053\\_informatsiyna\\_svitova\\_viyna\\_yak\\_rf.htm](https://lb.ua/news/2023/03/16/549053_informatsiyna_svitova_viyna_yak_rf.htm)  
1
28. Шевців М. Б., Гончарук К. А. Пропаганда як соціально-правове явище: проблеми розуміння. Актуальні проблеми історико-правової та міжнародно-правової науки. Південноукраїнський часопис. Випуск 1. 2019 С. 119-122
29. Шевчук П. Інформаційно-психологічна війна Росії проти України : як їй протидіяти. Демократичне врядування. 2014. Вип. 13. URL: <http://lvivacademy.com/visnik13/zmist.htm>
30. Шпиґа П. С., Рудник Р. М. Основні технології та закономірності інформаційної війни. Проблеми міжнародних відносин. 2014. Вип. 8. С. 326-339.

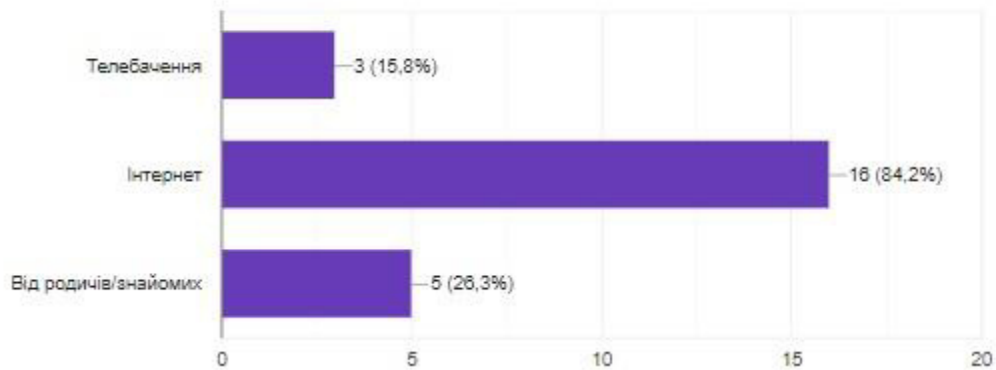
## ДОДАТКИ

### Додаток 1.

Звідки Ви дізнаєтеся новини?

 Копіювати

19 відповідей



### Додаток 2.

Як часто ви моніторите новини?



### Додаток 3.

Перерахуйте 2-3 джерела новин, які ви використовуєте (назви телеканалів, телеграм каналів, аккаунтів в соцмережах, тощо)

Телеграм канали, тік ток відео, stories в Інстаграм

Times of Ukraine, Ukraine NOW

Лачен, ТСН

ЗеРада, MilitaryInfo, Крокодил.

Не можу

1) Київ Інфо (телеграм канал) 2) Телеграмна служба новин (телеграм канал) 3) ЗеРада (Телеграм канал) 4) Крокодил (телеграм канал)

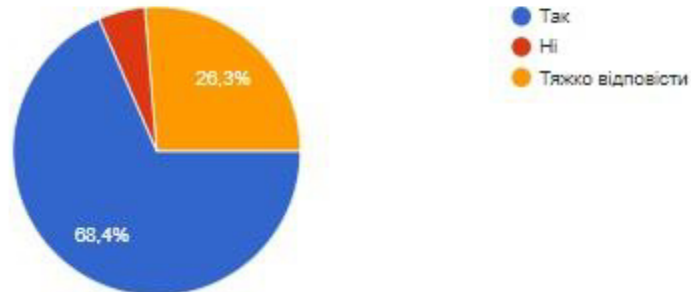
Телеграм

Скадовський захисник, Київ інфо, Херсон інфо

Реальный Киев . ТСН

#### Додаток 4.

Чи є ці джерела достовірними на Ваш розсуд?



#### Додаток 5.

Медіа впливають на вашу політичну позицію та соціальну поведінку?

