

**Тетяна Мельник**, здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету міжнародних відносин Національного авіаційного університету. **Науковий керівник** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики **Олена Мельникова-Курганова**

## ІНСТРУМЕНТИ ІПСО В ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙНАХ

У статті розкрито особливості використання інформаційно-психологічних операцій (ІПСО) в інформаційних війнах, досліджено поняття «інформаційна війна» та особливості організації та проведення ІПСО.

**Ключові слова:** інформаційна війна, інформаційно-психологічні операції

У світі, де інформація є найціннішим ресурсом, психологічна війна стає важливим інструментом політичного впливу. Одним із ключових аспектів психологічної війни є здатність здійснювати вплив на масову свідомість та формувати громадську думку.

Взагалі поняття «інформаційна війна» охоплює величезний пласт процесів, пов'язаних з впливом на маси. Ввів його у науковий обіг американський дослідник М. Маклюен, що стверджував: «Істинно тотальна війна – це війна за допомогою інформації» [6, с.168]. Як наголошує у своїй статті Я. Малик «інформаційною війною» називається форма протистояння, де різні суб'єкти, такі як держави, неурядові та економічні структури, змагаються між собою за перевагу в інформаційній сфері [2, с.2].

На думку українського науковця Г. Почепцова, «інформаційно-психологічні операції є комунікативними технологіями, які спрямовані на внесення змін у поведінку індивіда за допомогою модифікації його моделі світу, що здійснюється шляхом внесення змін у інформаційні потоки» [5, с.168].

Інформаційно-психологічні операції (ІПСО) – це спрямовані на вплив на психологічний стан людей та груп населення дії, що виконуються з використанням інформаційних технологій та медіа. Мета ІПСО – зміна

психологічного стану цільової аудиторії з метою досягнення бажаного результату, який може бути політичним, економічним, військовим або іншим.

Дослідники Ємець В., Мороз, А. виокремлюють, що «для здійснення на противника ПІСО використовуються різноманітні засоби, а саме:

- засоби масової інформації;
- інтернет-джерела;—друковані матеріали;
- різноманітна аудіо та відеопродукція;
- спеціально підготовлені і підібрані люди, які здійснюють

інформаційно-пропагандистський вплив особисто спілкуючись з людьми. При цьому особлива увага приділяється найбільш впливовим представникам суспільства, політичним лідерам, журналістам, і особливо, військовослужбовцям всіх категорій. До особливостей організації та проведення ПІСО належать:

- раптовість;
- латентність;
- відсутність ознак агресії;
- неможливість притягнення агресора до відповідальності;
- нанесення серйозної шкоди об'єкту впливу безоголошення війни або

розірвання будь-яких дипломатичних відносин;

- значні труднощі у виявленні джерел агресії, масштабів і її цілей, методів і форм, сил і засобів проведення ПІСО»[1, с. 41].

Інформаційно-психологічні операції (ПІСО) в умовах повномасштабного російського вторгнення є одним із найефективніших засобів для досягнення політичних і воєнних цілей, при цьому основна прагматична мета – зміна старої картини світу на нову в результаті залучення когнітивних механізмів.

Дослідник Почепцов Г. зазначає, що «проведення ПІСО стає невід'ємною складовою частиною усіх воєнних дій. У сучасних умовах проведення ПІСО перед збройною боротьбою стало традиційним. У цьому змаганні використовуються різні методи, щоб завдати шкоди конкурентам та захистити свою власну інформаційну безпеку» [4, с. 3].

Дослідниця Твердохліб Ю. зазначає, що «в умовах гібридної війни ІІСО активно використовують соціальні мережі для підриву моралі та дезінформації противника, для формування образу ворога і залучення на свою сторону міжнародної спільноти. Соціальні мережі стають ефективним засобом комунікації, координації дій та самоорганізації конфліктних сторін, про що свідчать такі історично значущі події як Brexit, Арабська весна та Революція гідності» [7, с.23]. З подальшим розвитком соціальних мереж почалося використання ІІСО як засобу поширення дезінформації, дезорганізації, пропаганди та маніпуляцій. Використання фейкових новин і фейкових акаунтів у соціальних мережах як елементів інформаційно-психологічних операцій в Україні становить суттєву загрозу стабільності та безпеці країни. Ці кампанії були особливо ефективними у створенні розколу та плутанини, підриваючи довіру до влади. Українські політики та високопосадовці ефективно використовують всі можливі засоби комунікації з метою протидії поширення дезінформації, в тому числі соціальні мережі для спілкування зі світовими лідерами та поширення достовірної інформації про ситуацію в Україні [6, с. 169].

Україно-російське протистояння є своєрідним полем битви не лише на фізичному, але й на інформаційному фронті. Російська сторона використовує різноманітні методи та технології ІІСО, спрямовані на маніпуляцію думками, перекручення фактів, створення фейкових новин та поширення пропагандистської інформації з метою впливу на українське суспільство та міжнародне сприйняття конфлікту.

Дослідниця Мельникова-Курганова О. зазначила, що «такі основні засоби впливу використовували під час блокади Маріуполя у березні 2022 року. За умов відсутності електрики та мобільного зв'язку соціальні мережі, які поширювали фейковий та пропагандистський контент окупантів, не були ефективними для цільової аудиторії. Але, деякі з маріупольців за допомогою генераторів заряджали гаджети та отримували смсповідомлення від загарбників з пропозицією співробітництва проти захисників України. Крім того, діяли

агенти-диверсанти, які «працювали» в чергах, в 6.2.155 людних місцях, поширюючи одні й ті самі повідомлення. З одного боку, за радянською традицією, використовується глушіння або блокування радіо чи телесигналу, поширення власних каналів комунікації на інших частотах, установлення власного мобільного оператора зв'язку, безкоштовна роздача політичної преси, створення версій-«близнюків» місцевої преси, розклеювання листівок та оголошень щодо розбору завалів в місті. З іншого боку, «завезли» блогерів-пропагандистів, які не орієнтуються в районах Маріуполя, але викладають «шок-контент», «хайп»-контент на платформах Youtube, TikTok, Instagram. Крім того, багато каналів створено у месенджерах Viber, Telegram» [3, с.183].

На сьогоднішній день інформаційно-психологічні операції стали невід'ємною частиною воєнного мистецтва. Вони спрямовані не на фізичне знищення противника і навіть не на знищення його важливих стратегічних та економічних об'єктів, а перш за все на створення підґрунтя для подальшої реалізації своєї воєнної кампанії, але уже з використанням збройних формувань. Застосування сучасних засобів інформаційної боротьби спрямовано на деформацію ідеологічної сфери, духовних і матеріальних цінностей, зміну суспільного ладу та політичного устрою, розвалу держави та армії, виснаження економіки, руйнування освіти, загострення етнічно-конфесійних суперечностей.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Ємець, В., Мороз, А. Роль соціальних мереж у формуванні іміджу держави в умовах повномасштабної війни. Медіафорум : аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент, 2023. № 12, С.205-214
2. Малик Я. Інформаційна війна і Україна. Демократичне врядування. 2015. Вип. 15. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr\\_2015\\_15\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2015_15_3)
3. Мельникова-Курганова О. Соціальні комунікації в блокадному Маріуполі: особливості, їх види, типи комунікаторів. Інформація, комунікація, суспільство 2022. Львів, «Львівська Політехніка», 2022. С.183-184.

4. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Київ : Києво-Могилян. акад., 2015. 496 с.
5. Почепцов Г. Інформаційна політика. Київ : Знання, 2008. 663 с.
6. Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця: монографія / [А. В. Баровська та ін.] Нац. акад. Служби безпеки України. Київ : НА СБ України, 2018. 517 с.
7. Твердохліб Ю. Теоретичні підходи до дослідження інформаційно-психологічних операцій. Epistemological studies in philosophy, social and political sciences. Vol. 2, 2019. Iss. 2. С. 122–131. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/epstphsps\\_2019\\_2\\_2\\_](http://nbuv.gov.ua/UJRN/epstphsps_2019_2_2_)

**Юлія Кирієнко**, здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти факультету міжнародних відносин Національного авіаційного університету.  
**Науковий керівник** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики **Олена Мельникова-Курганова**

## МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ПІД ЧАС ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

*У статті досліджується роль медіаграмотності в умовах інформаційної війни, що ведеться проти України. Акцентується увага на небезпеці фейків та пропаганди, а також на методах їх розпізнавання. Описуються українські проекти, які допомагають людям розвивати медіаграмотні навички.*

**Ключові слова:** інформаційна війна, медіаграмотність, фейки, пропаганда, дезінформація.

В умовах інформаційної війни, що ведеться проти України, медіаграмотність стає не просто важливою компетентністю, яка дає можливість критично оцінювати інформацію, відрізнити правду від фейків та пропаганди, не піддаватися маніпуляціям та захищати себе від ворожих інформаційних атак. Близько третини українців покладаються на інтуїцію, аби розпізнати фейки, а