

Кириченко Віктор*доктор психологічних наук, доцент,
професор (б.в.з.) кафедри соціальної та практичної психології
Житомирського державного університету імені Івана Франка*

ПСИХОЛОГІЧНА МІМІКРІЯ ВОРОГА В МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРІ

Анотація. У статті досліджується феномен психологічної мімікрії ворога як один із ключових механізмів інформаційно-психологічного впливу в умовах гібридних воєн сучасності. Розкрито сутність інформаційно-го простору як нового театру воєнних дій, у якому інформація та медіа стають ефективною зброєю впливу на масову свідомість. Акцентовано, що у XXI столітті конвенційні засоби збройної боротьби поступають-ся місцем неконвенційним методам, де головною метою є не фізичне знищення противника, а підкорення його розуму та волі. У статті обґрунтовано, що ефективність інформаційної агресії залежить від здатності агресора інтегруватися в соціокультурний контекст країни-жертви, використовуючи прийоми мовної, емоційної, поведінкової та соціальної мімікрії. Такий тип впливу дає ворогу змогу маскувати джерело дезінформації, створюючи ілюзію внутрішнього джерела суспільного невдоволення. Обґрунтовано типологію інформаційно шкідливого контенту, виокремлюючи три його форми: дезінформацію, спотворену інформацію й так звану «небезпечну правду» – достовірні відомості, які в умовах війни можуть бути використані для дестабілізації внутрішньополітичної ситуації. Розкрито механізми дії трьох рівнів інформаційних фільтрів: інституційно-правових, технологічних і соціально-психологічних, що забезпечують інформаційну безпеку держави, а також показано шляхи їх обходу через мімікрію та маніпуляцію масовою свідомістю. Особливу увагу приділено аналізу пропагандистських стратегій, які спираються на суспільно значущі, але емоційно заряджені теми: невдоволення владою, боротьбу з корупцією, захист меншин, викриття приватного життя публічних осіб. Інформаційно-психологічна мімікрія є складником сучасних неконвенційних воєн, що поєднують традиційні, інформаційні та кіберзасоби досягнення стратегічних цілей. Висунуто положення про необхідність підвищення рівня медіаграмотності, формування критичного мислення та соціальної рефлексії як головних чинників протидії інформаційним атакам. В умовах глобалізованого світу перемога у війні визначається не кількістю зброї, а здатністю суспільства протистояти маніпуляціям, зберігати єдність і критичну здатність до розпізнавання інформаційної мімікрії ворога.

Ключові слова: інформаційне суспільство, медіапростір, інформаційна безпека, інформація, гібридна війна, конвенційні засоби війни, мімікрія, соціально-психологічна мімікрія, критичність мислення, медіаграмотність, медіаосвіта, медіазрілість.

Kyrychenko Viktor*Doctor of Psychological Sciences, Associate Professor,
Professor at the Department of Social and Practical Psychology
Zhytomyr Ivan Franko State University*

PSYCHOLOGICAL MIMICRY OF THE ENEMY IN THE MEDIA SPACE

Abstract. The article examines the phenomenon of the enemy's psychological mimicry as one of the leading mechanisms of information and psychological influence in the context of modern hybrid wars. It reveals the essence of the information space as a new theater of warfare in which information, communication, and the media become effective tools for controlling mass consciousness. It is emphasized that in the twenty-first century, traditional, conventional forms of warfare are gradually losing their dominance, giving way to unconventional methods aimed not at the physical destruction of the enemy, but at subjugating their consciousness, emotions, and will. The effectiveness of information aggression is shown to depend directly on the aggressor's ability to integrate into the sociocultural context of the target state by using linguistic, emotional, behavioral, and social mimicry. This form of influence enables the aggressor to disguise the source of disinformation and create the illusion of an internal origin of public discontent. The article develops a typology of harmful informational content that includes three forms: disinformation, distorted information, and the phenomenon of the "dangerous truth", accurate facts that can be used

to destabilize a state's internal political situation. It analyzes the mechanisms of three levels of informational filtering: institutional-legal, technological, and socio-psychological which ensure the information security of the state, as well as the ways in which these filters can be bypassed through mimicry and manipulation of mass consciousness. Particular attention is paid to propaganda strategies based on socially significant but emotionally charged topics such as dissatisfaction with government, anti-corruption narratives, protection of minorities, and the exposure of private lives of public figures. The study concludes that information and psychological mimicry has become an integral component of contemporary unconventional warfare, which combines traditional, informational, and cyber means of achieving strategic objectives. The author argues for the necessity of increasing media literacy, critical thinking, and social reflection as key factors in countering informational aggression. In the globalized world, victory in war is determined not by the amount of weaponry, but by a society's ability to resist manipulation, maintain unity, and recognize the enemy's informational mimicry.

Keywords: information society, media space, information security, information, hybrid war, conventional means of warfare, mimicry, socio-psychological mimicry, critical thinking, media literacy, media education, media maturity.

Постановка проблеми та аналіз досліджень.

Війна XX ст. мала досить потужний арсенал фізичного ураження, який значно вдосконалився в часів, коли людина вперше освоїла ремесло війни з метою виживання у світі. Але поряд із фізичною зброєю розвивалися також засоби, які супутньо підтримували наступальні дії та виконували функцію морально-психологічної підтримки воїнів і дезорганізації ворога. У сучасних реаліях економічних зв'язків глобального світу XXI ст. доцільність конвенційних форм ведення війни втрачається, вони можуть або використовуватися дуже локально, або виконувати функцію психологічного тиску для деморалізації ворога та схилення його до певних поступок під час переговорного процесу, яскравим прикладом цього є демонстрація ядерного арсеналу російської федерації та США, якого достатньо для знищення всього живого на Землі. Неконвенційні форми війни є формою «м'якої», гуманної агресії, коли війна виграється (чи програється) ще до її початку. Добре підготовлена інформаційно-психологічна операція дає можливість заощадити людські ресурси на полі бою, уникнути неминучих утрат цивільного населення та руйнування соціально-економічної інфраструктури (Lt. Gen. Ken Tovo, Maj. Kyle Atwell, Anthony Marco) [1]. Такі міркування до підготовки й ведення війни є не новими у військовому мистецтві, у 5 ст. до н.е. в Китаї військовий стратег і філософ Сунь-дзи наголошував на тому, що немає жодного сенсу боротися з армією ворога, поки не одержано перемоги над його розумом. Деморалізований, зневірений і розчарований у владі воїн не буде чинити достатнього опору ворогу, навпаки, орієнтований на співпрацю, здійснюватиме сепараційні заходи всередині країни [1]. Як зазначає Пітер Дж. Шиферле, Ph.D, підполковник армії США, під час

II Світової війни армія США тільки в перші 10 днів наступальної операції в Нормандії втратила 5000 солдатів, далі втрати були приблизно 1–1,5 тисяч осіб на добу, що спричинило хаос серед військових. Саме тоді прийняли рішення про проведення комбінованих заходів ведення війни, які включали конвенційні засоби та неконвенційні підготовчі дії: співпрацю з рухом опору, ведення партизанської війни, деморалізація солдат німецької армії, які супроводжували наступальні дії основних сил армії США й, урешті, зменшили кількість жертв серед військових [3]. В аналітичному звіті «Майбутнє ведення війни у 2030 році: огляд проєкту та висновки», опублікованому групою авторів з RAND Corporation у 2020 році, передбачалося, що в майбутньому військові конфлікти в межах багатополярного світу супроводжуватимуться численним точковими інформаційними конфліктами, які виглядатимуть як акції протесту, руху захисту громадянських прав, екоактивізм, релігійні та конфесійні конфлікти, навколо яких буде формуватися пул аргументів («casus belli»), для початку конвенційних військових дій. Відмічається те, що, незважаючи на ослаблення військових позицій США на глобальній мапі протистояння, вона зберігатиме свій культурний та економічний вплив на світ, зберігаючи перевагу в проведенні неконвенційних форм військового протистояння [4]. Великі глобальні гравці можуть отримати перемогу на полі бою ще до початку збройного конфлікту, використовуючи новітні засоби інформаційно-психологічного впливу на ворога.

Виклад основного матеріалу. У сучасних неконвенційних війнах супротивник використовує комплекс традиційних, нерегулярних, інформаційних, кібер- і політичних засобів для досягнення стратегічних цілей без офіційного

оголошення війни. Е. Тофлер уважав майбутнє інформаційного суспільства найзагрозливішим періодом життя людства. Він уважав, що шок майбутнього – це хвороба часу. Вона виникає тоді, коли зміни відбуваються занадто швидко, і суспільство не встигає адаптуватися до нової реальності. Ми живемо в епосі надшвидкості: предмети, ідеї та навіть люди стають тимчасовими, до них не можна звикнути, а тому людина завжди знаходиться в процесі пошуку нових сенсів, нових вражень, нових ідей, а їх пошук стає базовою потребою на рівні з біологічними потребами. Коли кількість інформації, що надходить, перевищує нашу здатність її обробляти, ми перестаємо розуміти, що відбувається, ми стаємо дезорієнтованими та деморалізованими, і цей стан також апріорі стає нашою іманентною властивістю [5]. Сучасне інформаційне суспільство як ніяке інше має досить велику кількість ресурсів для розгортання інформаційно-психологічних військових кампаній, сама суть інформаційного середовища й те, що сучасна людина переважно живе не в реальному, фізичному світі, а у віртуальному, створює прецедент для використання цього соціального ландшафту для ідеологічного протистояння. У 2021–2022 роках українське суспільство напередодні повномасштабного вторгнення росії на територію України опинилося у вирі інформаційно-пропагандистських інтервенцій ворога, які мали підготувати підґрунтя для наступальної операції російської армії. Для цього ворогом розроблено стратегію ідеологічного впливу на населення України, в основі якої були змістові елементи апеляції до спільної історичної пам'яті українців і росіян і спільного майбутнього. Як виявили наші дослідження 2023 року, ця стратегія не мала дієвого успіху серед активної частини населення України, навпаки, інформаційні кампанії з популяризації спільного «радянського минулого» наприкінці 2021 – початку 2022 року не мали успіху, мали вказати ворогу на недоцільність початку військової операції на території України [7]. На це були певні причини, на момент 2022 року українське суспільство вже вирізнялося базовим високим рівнем медіазрілості. У більшості, що підтвердили наші порівняльні дослідження 2014 та 2018 років, соціально активна частина українського суспільства (юнаки та люди віку ранньої та середньої молодості) уже володіли соціальними навичками, які в комплексі давали змогу критично мислити в процесі інформаційної діяльності [8]. Багато спроб дезінформувати українське суспільство були ліквідовано спо-

живачами інформації, навіть пройшовши фільтри державної цензури, яка стала неодмінним атрибутом українського медіапростору після 2014 року. У 2020–2022 роках ворог почав змінювати тактику пропагандистського й ідеологічного впливу на населення України, вона полягала в поступовому проникненні ворожих ідей в українське суспільство через поширення «шкідливої правди».

У теорії інформаційно-психологічної безпеки існує розрізнення потенційно шкідливої інформації на ту яка, є спотвореною й відповідає об'єктивній дійсності, і ту, яка є об'єктивною, проте здійснює шкідливий вплив на споживача (рис. 1).

Перший тип спотворення інформації є наслідком дії «людського фактору» на рівні інформаційно-комунікаційного процесу. Природа людини, її індивідуально-психологічні особливості процесів мислення, запам'ятовування та мовленнєвого відтворення інформаційного змісту вже на етапі взаємодії з об'єктом сприйняття формують суб'єктивні враження від нього. Під час передачі змісту від реципієнта до комунікатора відбувається подальше спотворення об'єктивного змісту, оскільки він далі трансформується в процесі мисленнєвої обробки змісту. Пройшовши низку трансформацій у процесі «суб'єкт-суб'єктної» взаємодії зміст інформації може здійснити смислову інверсію, як, наприклад, у філософському трактаті Аристотеля «Про софістичні спростування», коли за допомогою слів (їх багатозначності), логічних абсурдів або емоційної риторики істина перекручується так, що очевидне добро стає злом, а біле – чорним [9]. Як би людина не хотіла точно й об'єктивно передати зміст інформації іншій людині, їй це не вдасться через її «людську природу» й іманентну властивість до суб'єктизації знань у процесі мислення. У роботі «Новий органон» Френсіс Бекон намагається пояснити причини людської неспроможності до об'єктивного сприйняття світу. Перепони на шляху об'єктивного світосприйняття він називає «ідолами» людського мислення. «Ідоли роду» не дають нам об'єктивно пізнати світ через обмеженість нашого сприйняття, «ідоли печери» – через домінуючий вплив культури, наприклад, християнських догматів, які мають універсальні пояснення принципів світобудови, проте вони дуже далекі від об'єктивної істини. «Ідоли площі» відображають багатозначність людської мови, її синонімію, текст і підтекст семантичних конструкцій. «Ідоли театру» стосуються наукових спотворень, які помилково сприймають за об'єктивну істину



Рис. 1. Диференціація типів інформації, які можуть використовуватися в процесі військових інформаційно-психологічних операцій

в силу того, що наука повинна бути об'єктивною й точною, забуваючи, що авторами науки є люди, яким властиво піддаватися омані власного розуму [10].

Будь-яка людина мусить розуміти, що вона є джерелом суб'єктивного спотворення інформації, і враховувати це, коли вона транслює зміст, що може призвести до масових заворушень, неправильного тлумачення подій, явищ або в процесі прийняття рішень. Найбільш загрозливими в цьому плані є чутки як продукт колективного, багатосуб'єктного осмислення інформації, на що вказує відсутність прямого авторства змісту інформації та її емоційна насиченість.

Другий тип спотворення інформації характеризується навмисними діями суб'єкта інформаційних відносин, які мають на меді заподіяти шкоду або маніпулятивним діями з метою отримання бажаного результату. Дезінформація – це основний вид пропагандистських інформаційних інтервенцій, який є популярним у закритих соціальних системах, коли немає об'єктивної можливості порівняти факти на основі матеріалів альтернативних джерел. Інколи, як, наприклад, у Північній Кореї, суспільство цілком усвідомлює дію агресивного змісту державної пропаганди, проте воно вибирає шлях заперечення істини та прийняття «пропагандистської правди» з метою уникнення когнітивного дисонансу, залишаючись невільним патріотом держави та її ідеологічних ідей. Розвинені країни, які перші пройшли шлях трансформації до інформаційного суспільства, давно практикують на рівні системи освіти еле-

менти медійної грамотності та вперше почали говорити про медіазрілість як один із результатів соціалізації особистості. У процесі здобуття медіаграмотності особистість навчається розрізняти шкідливу та спотворену інформацію, виробляє соціальний та інтелектуальний імунітет щодо контенту, який містить спотворення з метою заподіяння шкоди.

Створюючи ефективні процесуально-змістові механізми протидії ворожій пропаганді, ми маємо розуміти, що ворог використовує не лише прийоми спотворення інформації, а й засоби пошуку інформації, яка є об'єктивною, проте може викликати в суспільстві неоднозначне, у більшості випадків сильне емоційне, ставлення до суспільно-політичних процесів у державі. Це третій **вид психологічно небезпечної інформації, який умовно називають «небезпечною правдою»**. З нею важко боротися, їй важко опиратися, бо в усі часи й у всіх культурах існував та існує до цього непорушний культ правди, яку варто відстоювати, за яку варто боротися та помирати, яка несе якусь особливу цінність для людини й суспільства, причому часто забуваючи, що правда в кожного своя, а тому вона може бути далекою від об'єктивної істини. Це перше логічне упередження, якого припускається пересічна людина: підміна понять «правди» й «істини». Сучасні неконвекційні війни базуються на маніпулятивних асиметричних діях із правдою та істиною, які в умовах війни можуть шкодити суспільно-політичній стабільності держави [11; 12]. Максимальним завданням гібридної війни є отримання

суспільно-економічних результатів ще до початку активних бойових дій. Розмірковуючи у військовому плані про глобальні війни сучасності, часто говорять про економічні, наукові, культурні види протистоянь, які рідко завершуються збройним конфліктом. Гібридна війна завжди планується з розрахунку, що до активних бойових дій справа не дійде, цілі будуть досягнуто в інший спосіб, у більшості випадків за участі тих, проти кого ведеться протистояння.

Під час II Світової війни Й. Геббельс розробив основні принципи пропагандистської машини Третього Рейху. Розмірковуючи про те, як змусити самодостатніх і задоволених життям людей воювати, він наголосив, що якщо люди не мають бажання нападати, то вони однозначно будуть оборонятися, тому їм потрібно вказати на того, хто потенційно загрожує їхньому життєвому добробуту. Шок і правда – ось основні рушії будь-якої пропаганди, шокуюча правда набагато дієвіша в плані маніпуляції масової поведінкою, ніж витончена брехня.

Вагомим поведінковим чинником каналізації масової поведінки є встановлення суспільної справедливості. Ця категорія однокоренева до концепту «правда», який межує з ідеями суспільних цінностей, що є орієнтиром суспільної динаміки загалом. Установлення справедливості формує групову соціальну активність, опиратися чи протидіяти якій важко в силу її надлишкового ціннісного осмислення суспільством. Ворог в умовах гібридної війни використовує інформаційні ресурси держави, проти якої здійснюється агресія, з метою поширення правдивої, проте в умовах військового часу шкідливої інформації, яка дестабілізує внутрішньополітичну ситуацію в державі. Ми можемо виокремити низку суспільно-політичних трюїзмів, які завжди викликають осуд і суспільний резонанс:

1. Трюїстичне невдоволення владою. За своїм значенням «влада» завжди знаходиться в опозиції до народу. У символічно-архетипічному значенні «народ» – це свобода, а «влада» – інструмент її обмеження, яке не дає індивідуальній свободі перерости в масову сваволлю. Будь-яке суспільство переживає певний ступінь невдоволення владою, тому що за соціально-рольовим розподілом вона відповідальна за все, що відбувається в державі. Критика влади, як конструктивна, так і ворожа, засобами політичної опозиції, громадського сектору, бізнесу тощо сприймається позитивно й може транслювати ворожі наративи, що дестабілюють соціальну ситуацію.

2. Боротьба з корупцією та зловживання владою. Корупція є найбільш болючим питанням у відносинах державної влади та громадян. Основним елементом справедливості в реаліях соціально-економічних відносин є прозорий розподіл благ, які отримує кожен член суспільства, кожен уважає, що має отримувати більше, ніж заслуговує, бо його суб'єктивні враження завжди є переоціненими. Провокативними темами завжди були «зарплати чиновників і їхні реальні статки», «рівень життя», «пільги», «рівень соціального забезпечення». Ворог завжди користується приводом знайти й оприлюднити факти зловживання владою, які є правдивими, проте шкідливими в умовах військового стану.

3. Захист слабких, маніпуляції з категоріями «більшість» і «меншість». На рівні масової свідомості влада та ресурси завжди зосереджені в руках більшості, що однозначно налаштовує на захист меншості, яка, за оцінками громадськості, є слабкою та не здатною себе захистити. Це хибне судження, яке базується на уявленнях кількісної переваги: чим більше людей – тим вони сильніші, що не має нічого спільного з реаліями сьогодення, де, навпаки, меншість визначає правила гри (наприклад, 75% усього грошового капіталу людства зосереджені в руках 25% людей). Ворог може використовувати інформаційні приводи для розколу всередині країни, які пов'язані з обмеженням прав національних менших, релігійних конфесій, людей з нетрадиційною сексуальною орієнтацією, формуючи так сепаратистські рухи всередині держави щодо захисту їхніх прав.

4. Оприлюднення конфіденційної інформації приватного характеру. Цей тип інформаційного контенту є класичним у теорії та практиці проведення інформаційно-психологічних спецоперацій. За умовами соціально-рольового розподілу, який сформувався в результаті багатовікової сакралізації влади (владу отримує «помазанник Божий», «посланець Бога»), політик за своїми статусними характеристиками досить схожий на священника, тому не може вести традиційний для народу спосіб життя. У цьому полягає його святий обов'язок самопожертви та служіння народу, що також є трюїстичним упередженням, адже політик – це жива людина, яка має притаманні всім громадянам людські потреби. Матеріли з приватного життя політика завжди викликали сильний суспільний резонанс, як правило, у формі засудження, хоча, якщо порівнювати із життям пересічної більшості, вони не мають нічого понаднормового чи наднормового.

Ворог з метою посилення ефекту впливу шкідливого контенту використовує внутрішні інформаційні мережі країни, проти якої здійснюється агресія. Зовнішнє поширення, через ЗМІ ворожої країни, не має ефекту, адже в умовах суспільної сегрегації будь-який інформаційний зміст, який поширюється ворогом через ворожі інформаційні ресурси, заперечується на етапі сприймання [13]. Для цього ворогу необхідно мімікувати під типового члена суспільства, проти якого здійснюється агресія.

Психологічна мімікрія – це свідома імітація людиною виразних соціально-психологічних рис, особливостей поведінки, когнітивних процесів певної соціальної групи з метою інтеграції в неї та набуття статусу типового її представника. У попередніх дослідженнях неодноразово було доведено, що більшість групових соціально-психологічних процесів базується на феноменах групової диференціації та інтеграції, які діють паралельно, формуючи так індивідуальні моделі поведінки [14]. Щоб поширити певний інформаційний зміст у межах певної спільноти, потрібно відповідати базовим ознакам типового її представника, інакше інформація буде відсіяна зовнішніми правовими, технологічними та психологічними фільтрами. Щоб мати можливість поширювати «шкідливу правду», ворог має обійти ці фільтри.

Інституційно-правові фільтри діють на підставі законодавчих актів держави, які забороняють поширення певних типів інформації або використання певних типів джерел інформації чи забороняють інформаційну діяльність для окремих категорій осіб. Наприклад, в Україні діє законодавча заборона на використання російських інформаційних ресурсів, тому держава ініціювала правове обмеження їх використання на території України. Будь-який інформаційний зміст, який

поширюється ворожими ЗМІ чи іншими інформаційними ресурсами, одразу позначається як ворожий, тому не може забезпечити оперативно-тактичних успіхів ворога.

Технологічні фільтри забезпечують доступ людини до інформації, яка відповідає потребам держави в плані забезпечення її обороноздатності. Держава технологічно обмежує доступ до інформації для окремих категорій осіб, щоб не спровокувати масову паніку, дезорієнтацію, розчарування та зневіру. Щоб цей фільтр обійти, ворогу потрібно заразити певними нормативами осіб, які мають доступ до формування інформаційної політики держави, використовуючи їх як «розумних ідіотів» (жаргонізм, який використовується в теорії військової розвідки й позначає осіб, які несвідомо допомагають ворогу в досягненні військових результатів, уважаючи, що насправді вони допомагають у боротьбі з ним).

Соціально-психологічні фільтри базуються на колективних навичках критичного мислення населення, які в епоху інформаційного суспільства досить спростилися через велику кількість інформації, яку пересічна людина має щоденно опрацьовувати. Основним критерієм оцінювання інформаційного змісту, який використовують пересічні люди, – це ідентифікація мовця та його соціально-групових атрибутів. У процесі оцінювання інформаційного змісту, перше, що має встановити реципієнт інформаційного процесу, – «хто мовець?» і «яку соціальну позицію він займає в континуумі «ми-вони», де «вони» – це явний чи потенційний ворог. Інформаційно-психологічна мімікрія здійснюється ворогом з метою переходу із статусу «вони» в «ми». Для цього використовуються такі прийоми:

1. **Мовна мімікрія.** Інформаційний зміст подається мовою країни, проти якої здійсню-

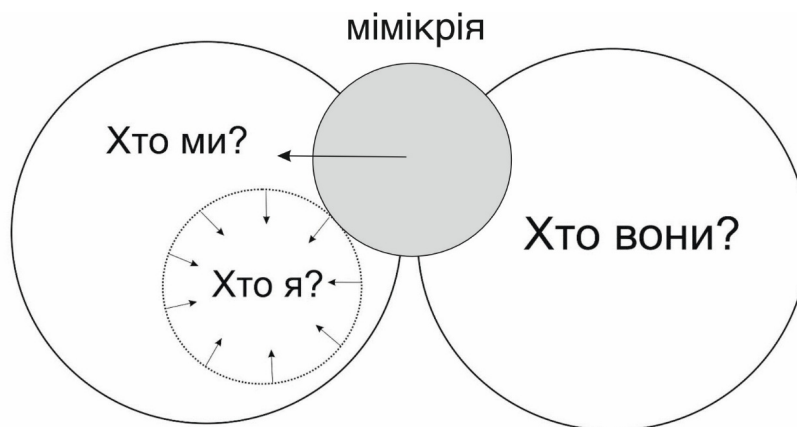


Рис. 2. Інформаційно-психологічна мімікрія ворога

ється агресія. Мова ворога за законами соціальної сегрегації в умовах гібридної (неконвенційної) війни одразу є першим ідентифікатором шкідливого контенту (навіть якщо контент нейтральний чи науково-популярний).

2. Емоційна мімікрія. Ворог вловлює суспільні настрої та намагається реагувати відповідним чином. На певних етапах він може транслювати зміст, який посилює мотиваційний потенціал спротиву населення, підтримує бойовий дух військовослужбовців, проте разом із тим поширювати наративи, які сіють сумніви та недовіру до влади чи армії загалом.

3. Зовнішня мімікрія. Досить старий і непопулярний прийом проникнення ворога в суспільство країни, проти якої здійснюється агресія, проте може використовуватися в комплексі, як, наприклад, доповнення образу. Це можуть бути елементи одягу, аксесуари (прикраси, релігійні символи), кольорова символіка одягу, стиль життя.

4. Соціальний міметизм (копіювання поведінки). Ворог синхронно здійснює певні види соціальної активності як індивідуального, так і масового характеру. Наприклад, бере участь у масових протестах, схвально чи несхвально ставиться до певного контенту в соціальних мережах, ушановує традиційні та державні свята. Це сприяє формуванню довіри до нього як джерела правдивої інформації.

Інформаційно-психологічна мімікрія стала розповсюдженим явищем українсько-російської війни та використовується двома країнами

з метою посилення ефекту використання конвенційних засобів ведення війни. Про певні успіхи з боку Збройних Сил України можна робити висновки по тому, як змінюється ставлення російського суспільства до війни в Україні й вектору політичної діяльності державної влади російської федерації. З метою посилення інформаційно-психологічної безпеки суспільства варто проводити навчально-інформаційні кампанії, які розширюватимуть пізнавальний діапазон ідентифікації та оцінювання ворожого інформаційного контенту. Як показує практика російсько-української війни, «правда» як сукупність контенту, що має суспільно важливе, проте неоднозначне значення, може призвести до дестабілізації суспільства та допомогти ворогу в досягненні тактичних і стратегічних успіхів на полі бою.

Висновки. У ХХІ ст. потенціал гібридних або неконвенційних засобів ведення війни буде розширено й у майбутньому, як це й передбачалося раніше, суспільство вийде на новий рівень ведення суспільного протистояння, який відбуватиметься в середовищі, де людина в майбутньому проводитиме найбільшу частину свого свідомого життя. Інформаційний простір стає дедалі складнішим і варіативним, з'являються нові технології маніпуляції масовою поведінкою, до яких ми не можемо швидко пристосуватися. В умовах війни інформація є зброєю, яка стає небезпечнішою за конвенційні засоби, може завдавати ураження на відстані десятки тисяч кілометрів і формувати сепаратистські рухи, які матимуть сповільнену або відкладену дію.

Список використаних джерел

1. Аристотель. Про софістичні спростування. Органон : у 2 т. Київ : Юніверс, 2002. Т. 2. С. 395–433.
2. Бекон Френсіс. *Novum Organum*. 1620. URL: https://constitution.org/2-Authors/bacon/nov_org.htm.
3. Дерев'янка І.П. Гібридна війна як різновид асиметричних дій. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2023. Вип. 11. С. 6–16.
4. Кириченко В.В. Контекстуально-семантична диференціація міжгрупових атрибутів «радянський» та «європейський» у призмі етнопсихологічного сприйняття українців. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. 2023. Вип. 1. С. 85–90.
5. Кириченко В.В. Особистість у сучасному інформаційному суспільстві. Житомир : Вид-во ЖДУ імені Івана Франка, 2020. 245 с.
6. Кириченко В.В. Особливості споживання інформації особами юнацького віку (порівняльний аналіз досліджень 2014 та 2018 років). *Теорія і практика сучасної психології*. 2018. № 5. С. 62–67.
7. Кириченко В.В. Психологічна природа міжгрупового протистояння та еволюція суспільних відносин. *Studia Politologica Ucraino-Polona*. Житомир-Київ-Краків : Вид. О.О. Євинок, 2016. Вип. 7. С. 312–323.
8. Сунь-дзи. Мистецтво війни. Київ : КДС, 2023. 128 с.
9. Узденнова Ю.М. Гібридна війна: сутність, складові та ключові поняття. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія «Публічне управління та адміністрування»*. 2024. Т. 35 (74). № 4. С. 172–179.
10. Хорошко В., Хохлачова Ю., Пірцхалава Т., Іванченко І. Інформаційна зброя як інструмент інформаційної війни. *Захист інформації*. 2022. Т. 24. № 2. С. 50–58.

11. Cohen R.S. та ін. The Future of Warfare in 2030: Project Overview and Conclusions. Santa Monica, CA : RAND Corporation, 2020. 77 p.

12. Lt. Col. Peter J. Schifferle. Bringing Order to Chaos Combined Arms Maneuver in Large-Scale Combat Operations. *Military Review (Army University Press)*. 2024. URL: <https://www.armyupress.army.mil/Portals/7/military-review/Archives/English/SO-18/Schifferle-Order-to-Chaos.pdf>.

13. Lt. Gen. Ken Tovo, Maj. Kyle Atwell, Anthony Marco. Unconventional Warfare on the Conventional Battlefield. *Military Review (Army University Press)*. 2024. URL: <https://www.armyupress.army.mil/Portals/7/military-review/Archives/English/Nov-Dec-2024/Unconventional-Warfare/Unconventional-Warfare-UA.pdf>.

14. Toffler A. Future Shock. New York : Random House, 1970. 505 p.



Дата надходження статті: 20.10.2025

Дата прийняття статті: 20.11.2025

Опубліковано: 29.12.2025