

Ірина ПАВЛЕНКО

кандидат історичних наук, старший науковий співробітник
завідувач відділу політичної системи
центру внутрішньополітичних досліджень
Національного інституту стратегічних досліджень

МОЖЛИВОСТІ ТА ОБМЕЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ІІСО ЯК ІНСТРУМЕНТУ ГІБРИДНОЇ АГРЕСІЇ, АЛЬТЕРНАТИВНИЙ ПОГЛЯД

Традиційною складовою війн є використання т. зв. гібридних методів агресії, спрямованих на підрих внутрішньої стабільності та стійкості країни-об'єкту нападу. Одним з провідних елементів такого роду агресії є проведення інформаційно-психологічних операцій (ІІСО), які набули стратегічного значення в умовах глобального протистояння у світі. Це, у свою чергу, призвело до небаченого до сьогодні масштабного використання методів ІІСО російською федерацією проти України та інших країн – як з табору союзників нашої держави, так і у державах, що залишаються на нейтральних до війни проти України позиціях (у першу чергу ідеться про країни «Глобального Півдня»).

Сучасні інформаційні технології, цифровізація медіа, майже безбар'єрний світовий інформаційний простір створили надзвичайно широке поле можливостей для задіяння ІІСО. Сфера застосування також розширилася – відтепер ІІСО є інструментом маніпуляції як в руках держави, так і приватних гравців, які можуть діяти як у власних комерційних інтересах, так і в інтересах держави, керуючись власними переконаннями та патріотизмом. Разом з цим, сучасний світ ще не виробив достатньо ефективних методів протидії цим деструктивним інформаційним впливам.

Серед методів, або складових ІІСО виділяють операції:

- інформаційно-психологічного впливу – спрямовані на масову свідомість з використанням інформаційних каналів та медіа з метою зміни сприйняття подій, спонукання людей до дій, формування потрібних замовнику суспільних поглядів та переконань;
- психогенного впливу – з продукування страхів, емоційної напруги, психологічного виснаження;
- психоаналітичного впливу – зміна базових етично-ціннісних установок в населення через приховану дію на підсвідомість, шляхом здійснення тривалого впливу через освіту, культуру, тощо;
- нейролінгвістичного програмування – вплив на підсвідомість через спеціально підібрані слова, інтонації та ритм мовлення;
- психотронного впливу – з використанням звукових (наприклад – постійне створення росією хибних приводів для оголошення тривог в Україні, що

супроводжуються сигналами оповіщення), світлових та інших засобів впливу на психічний стан людей (Лисянський, 2025, с. 7-9).

Разом з тим, аналізуючи особливості проведення ІІСО у сучасному світі, варто говорити не лише про можливості, що виникають при поєднання нових технологій із традиційними методами пропаганди. Важливою складовою досліджень проведення та протидії ІІСО має бути аналіз особливостей самого сучасного суспільства, що існує у глобалізованому інформаційному просторі, того - які можливості це створює для використання технологій ІІСО, та, заразом, - об'єктивні обмеження їх ефективності.

По-перше, ми маємо виходити з того, що будь яке суспільство складається з - назвемо їх - творців (тих хто створює) інформацію та сенси загалом, та зі споживачів інформації. Разом з тим, домінуюча за чисельністю категорія споживачів у сучасному суспільстві набула певних додаткових особливих якостей. Сьогодні дана категорія громадян вже не тільки, і не стільки споживає інформацію, але, з розвитком соціальних мереж, стала ключовим елементом у її поширенні. Важливо зазначити, що цей процес поширення відбувається через інформаційні канали які є мало, або майже не контрольовані з боку держав внаслідок об'єктивно обмеженого інструментарію такого контролю.

Друге, - розвиток комунікаційних технологій та інформаційного простору зробив країни надзвичайно вразливими до задіяння проти них ІІСО. Особливо сказане стосується відкритих, демократичних країн, де діє вкрай мало обмежень на доступ до інформації, а сам процес запровадження таких обмежень є складним та тривалим, оскільки вступає у суперечність із базовими цінностями демократії та правами людини. Навіть, якщо зовнішні інформаційні впливи, які зазнає суспільство, є ворожими і спрямованими на внутрішньополітичну дестабілізацію та підриг національної стійкості та згуртованості. Останнім часом країни розвинутої демократії роблять певні кроки на шляху до встановлення контролю за поширенням інформації. Ці кроки здійснюються як у 1) нормативно-правовому національному та наднаціональному полі – наприклад, ухвалення 13 березня 2024 року Європейським парламентом та Радою ЄС «Регламенту ЄС 2024/900 щодо прозорості та цілеспрямованості політичної реклами» (Регламент ЄС, 2024); так і 2) шляхом примусу власників соціальних мереж до співпраці (арешт Францією у серпні 2024 року Павла Дурова (співзасновника месенджера Telegram) та висування йому за дванадцятьма пунктами звинувачення, включаючи співучасть у розповсюдженні протиправної інформації. Результатом цього арешту стало досягнення угоди із Telegram щодо надання на вимогу поліції Франції даних про своїх користувачів у випадку їх протиправної діяльності).

У країнах із авторитарними режимами менше проблем із встановленням контролю за національним інформаційним простором. Цей контроль здійснюється шляхом заборон та обмежень на доступ громадян до певних джерел інформації (іноді, із повною, або частковою забороною використання технології VPN (Virtual Private Network) – як це має місце у КНР). Разом з тим, навіть у

країнах де діють такі обмеження, не можлива ситуація повної інформаційної автономії та абсолютної закритості суспільства до різноманітних зовнішніх та альтернативних владним внутрішніх інформаційних впливів.

З цього випливає третє базове зауваження, - сучасне інформаційне поле є надзвичайно конкурентним. У цьому висококонкурентному просторі громадяни вільні обирати яку саме інформацію вони споживатимуть. Тож, разом із широкими можливостями, які дає використання сучасних інформаційних технологій, природньо існують і обмеження для зовнішнього впливу, оскільки жодна ІІСО (навіть від влади в авторитарній країні) не впроваджується в умовах, які б гарантували їй монопольні позиції на ринку інформації та абсолютну відсутність альтернатив.

Тож першочерговим питанням, яке ми маємо розглянути, - чому люди роблять свій вибір на користь тієї, чи іншої інформації? У нашому випадку – чому частина українського суспільства досі (хоча вже й меншою мірою, у порівнянні з довоєнними роками) є вельми сприятливим середовищем до російських інформаційно-психологічних впливів?

Відповідь на це питання лежить у світоглядній площині. Людина із свого народження наповнюється комплексом цінностей та поглядів, притаманних її оточенню – родині, соціальному середовищу, країні. Таким чином, суспільство відтворює саме себе. Саме це відтворення і успадковування обумовлює тривалий час, який потребує українське суспільство для зміни домінуючої ціннісно-етичної та світоглядної «матриці», сформованої у радянському союзі на основі цінностей російського культурного коду та в інтересах російського імперіалізму. Разом з тим, важливою складовою цієї «світоглядної матриці» є комплекс поглядів, які українська нація виробила протягом століть, виживаючи в умовах панування російського імперіалізму. У перш чергу тут ідеться про традиційно високу недовіру українців до органів влади. Напад РФ та Україну безумовно пришвидшує процес світоглядного переформатування українців. Проте, необхідно усвідомлювати, що ці зміни відбуваються у першу чергу у тих поглядах, які пов'язані із потребою забезпечення власної безпеки (умовний перехід від багатовекторності до євроатлантичності), і значно повільніше у питаннях довіри до влади, ЗМІ та уособлення себе із державою, а не лише з родиною, місцем, регіоном проживання. Так, опитування Центру Разумкова проведене у червні 2024 року дало не дуже втішні результати: частка респондентів, які у першу чергу пов'язують (ототожнюють) себе з Україною становила лише 53%. При цьому 28% - це ті, хто найбільше пов'язує себе зі своїм містом чи селом, ще 13% ідентифікує себе з регіоном. Незначна частина респондентів вважають себе у першу чергу європейцями (3%), ще 2% ідентифікують себе з Радянським Союзом та 0,1% з Росією (Ідентичність, 2024).

Виходячи з цього комплексу цінностей і поглядів українці роблять свій вибір на користь тих чи інших інформаційних повідомлень. Алгоритми роботи

соціальних мереж сприяють «капсулізації» людей - створення ними т. зв. «комунікаційної бульбашки», де людина не лише отримує інформацію, що відповідає її поглядам, але й набуває оманливого враження, що її трактування реальності є нормою, притаманною більшості співгромадян. Це є важливим аспектом, оскільки основна маса людей прагне бути співзвучними з більшістю і мати «соціально-прийнятні» погляди. Така «капсулізація», з одного боку, є дуже сприятливим середовищем для поширення певних пропагандистських наративів. З іншого – об'єктивним обмеженням для проведення ІІСО, оскільки пробитися в «інформаційну бульбашку» з непритаманними їй поглядами, переконати у чомусь протилежному - є вкрай складно, якщо взагалі можливо.

Важливо зазначити, що пропаганда ніколи не працює з пустотою. Пропаганда завжди спирається в людях на щось (переконання, цінності, страхи), що вже існувало, гіперболізуючи потрібні погляди та нівелюючи непотрібні (наприклад – етичні обмеження). Завданням хорошого пропагандиста є, відповідно, знайти свою аудиторію і бути хорошим психологом. Проте, залишається відкритим питання – чи спроможна пропаганда повністю перевернути світогляд людей, заперечив всі їх попередні переконання та цінності? На маю суб'єктивну думку – ні. Саме цим пояснюється, чому пропаганда діє на одних членів суспільства, і не діє на інших. Аргументувати цей ефект виключно вищим інтелектуальним рівнем чи медіаграмотністю – не можна (хоча, безперечно, часто це також має значення). Дискусійним є питання, що є ефективнішим захистом від пропаганди – освіта, чи цінності та етика? Вже сьогодні, спостерігаючи за перетвореннями останніх десятиліть в російському суспільстві, впливів, які зазнають суспільства країн розвинутої демократії та українські громадяни, ми можемо зробити висновок, що запровадження в освіту уроків із медіаграмотності та поширення антифейкової інформації є правильною стратегією, проте не гарантує успішного захисту від деструктивних зовнішніх інформаційно-психологічних впливів.

Найкращим прикладом того, як реальність була переможена пропагандою (хоча тривалий час очікувався протилежний процес – «перемога холодильника та телевізором») може слугувати саме російське суспільство, в якому рівень довіри та споживання пропаганди залишається високим. За даними Mediascore 63% росіян дивляться ТБ щоденно. Щоправда – переважно розважальний контент – 59% часу. Соціально-політичні програми – 12% і новини- 11%. Час споживання ТБ-продукції в середньому становить 3 год 22 хв. Цікавіше, що інтернетом щоденно користується вже 84% росіян, в середньому протягом 4 год. 57 хв. Домінуючи позицію тут тримають соціальні мережі. 23% припадає на Telegram, в якому 67% популярності за використанням тримають новинні канали (Медиапотребление, 2024). Важливо, що в росіян досі є доступ через інтернет до чималої кількості альтернативних владним російськомовних джерел інформації. Тим не менш, вони обирають те, що відповідає їх раніше сформованим цінностям і поглядам та мало відрізняється від неоімперського світогляду, що транслюється

державним телебаченням. Натомість аудиторія закордонних опозиційних путінському режиму російських медіа помітно не зростає (навіть з урахуванням української складової переглядів).

Українське суспільство помітно відрізняється за характером споживання інформації. Проте принцип – з усього різноманіття кожен обирає те що хоче, і вірить у те – у що потребує вірити – цей принцип працює у будь якому суспільстві.

Розуміння психологічних особливостей вибору та споживання інформації кардинально змінює підходи до розробки методів протидії ІПСО. Однозначно, вони мають виходити за рамки т. зв. медіаграмотності та алгоритмів роботи таких структур, як Центр протидії дезінформації України. Зроблю припущення, що ефективнішим способом протидії ворожим ІПСО є критичний аналіз точок вразливості українського суспільства щодо можливих інформаційно-психологічних впливів та застосування власних ІПСО з упереджувальною метою.

Список використаних джерел

- Regulation (EU) 2024/900 of the European Parliament and of the Council of 13 March 2024 on the transparency and targeting of political advertising. (2024). *Official Journal of the European Union*. Retrieved from https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=OJ:L_202400900
- Ідентичність громадян України: тенденції змін (червень 2024р.). *Разумков центр*. Retrieved from <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/identychnist-gromadian-ukrainy-tendentsii-zmin-cherven-2024r>
- Лисянський, П. et al. (2025) Психологічні операції (PSYOP) як вплив на політичні процеси. *Актуальні проблеми політики*. Retrieved from http://app.nuoua.od.ua/archive/75_2025/11.pdf
- Медиапотребление (2024). Retrieved from https://mediascope.net/upload/iblock/f33/ual5i70kf7n9df7qzkq0gf238bidh3xv/Медиапотребление%202024_HAT_27.08.2024.pdf