

---

---

## Розділ 3

### ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ, ТЕХНОЛОГІЧНИЙ І СИЛОВИЙ ВИМІРИ ГІБРИДНИХ ЕКСПАНСІЙ

#### § 9. Інформаційно-психологічні операції: поняття, види, способи використання в умовах гібридної війни

Інформаційні впливи на суспільство сьогодні набувають якісно нових форм: проводяться акції з використанням дезінформації, зливу компроматів, із замовчуванням та перекручуванням фактів.

Ці питання вже протягом багатьох років є предметом аналізу таких науковців, як Ю. Бабенко, Г. Грачов, В. Гусаров, Н. Зражевська, С. Кара-Мурза, Л. Компанцева, В. Петрик, Б. Потятиник, Г. Почепцов, М. Присяжнюк, А. Цуладзе та інші. У фокусі їхньої уваги ціла низка проблем, а саме: нормативно-правове регулювання інформаційної безпеки України, загрози інформаційній безпеці в нашій державі та в світі, технічні, психологічні, лінгвістичні інструменти й засоби маніпулювання, способи захисту від негативних впливів на свідомість мас.

Заслуговує на увагу монографія В. Горбуліна «Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання», що присвячена питанням аналізу інформаційних операцій як компонента інформаційних протистоянь. Також концептуальною є монографія

---

---

О. Литвиненка «Інформаційні впливи та операції», де проаналізовані системи здійснення інформаційних операцій у провідних країнах світу та підходи до захисту від спеціальних інформаційних операцій.

Опис методик індивідуального і колективного захисту від інформаційних загроз, формування звички чинити опір тим, хто вводить в оману, використовує технології навіювання, латерального програмування – такі завдання нині ставлять перед собою і науковці, і журналісти. Потужна база відкритих наукових досліджень інформаційно-психологічних операцій уже вчить населення протидіяти пропаганді й довіряти інформаційним каналам, що мають медійний авторитет, бути свідомими у відборі інформації. Такі сайти, як [detector.media](http://detector.media) та [mediasapiens.ua](http://mediasapiens.ua), постійно надають слово науковцям, експертам, журналістам, які розповідають про досвід, традиції та тенденції ведення інформаційної війни проти агресора.

Наше завдання зараз – з'ясувати сутність понять «інформаційно-психологічна операція» та «інформаційна операція».

У широкому сенсі під **інформаційно-психологічною операцією** розуміють сплановане використання засобів, форм і методів поширення інформації задля впливу на свідомість і поведінку людини.

Інформаційна війна, власне, складається з комплексу інформаційно-психологічних операцій. Одні сплановані агресором, який за допомогою дезінформації, зміщення чи заміщення акцентів у актуальних дискусіях, залякування, шокування намагається досягти своєї переваги в тих чи інших політичних, фінансово-економічних, соціальних питаннях. Інші ж розробляються як відповідь на деструктивний вплив. На неправдиву інформацію з боку нападника можна зреагувати якісним інформаційним продуктом, який здатний подолати інформаційний голод чи, навпаки, прибрати надлишок інформації.

У вужчому значенні інформаційно-психологічні операції розглядаються як інструмент, «зброя», технологія, що лише супроводжує бойові дії, гарячі фази збройних конфліктів або передуює їм. У цьому сенсі вони застосовуються переважно для деморалізації і

---

---

дезорієнтації противника чи, навпаки, зміцнення морального духу населення.

Таким чином, інформаційно-психологічні операції – обов’язкова складова війни. Однак пам’ятаймо, що вони цілком можуть розроблятися й проводитися і в мирний час. Такі операції складаються з політичних, військових та ідеологічних заходів, мета яких – зміна поведінкових і емоційних установок певних груп людей та окремих осіб з тих чи тих питань у бажаному напрямку. Інформаційні операції використовуються як один із напрямів політики національної безпеки провідних країн світу.

На думку В. Горбуліна, термін «“інформаційні операції”» дає змогу точніше, ніж традиційний термін “інформаційні війни”, дослідити місце та роль інформаційного протиборства як компонента глобальних протистоянь. <Його зміст> охоплює та розкриває інформаційний вплив на масову свідомість (як на ворожу, так і на дружню), вплив на інформацію, доступну супротивникові та необхідну йому для прийняття рішень, а також на інформаційно-аналітичні системи супротивника. Загалом інформаційні операції охоплюють також дії, спрямовані на фізичне ураження (знищення) автоматизованих систем, виведення з ладу засобів комп’ютерно-телекомунікаційної інфраструктури тощо» [4].

Також інформаційно-психологічну операцію можна розглядати як багаторівневу багат шарову мережеву агресивну структуру, «динаміку перехрещення централізації, децентралізації і транснаціоналізації» [2], яка якісно різноманітна за засобами і змістом.

В. М. Петрик у статті «Інформаційні операції в системі стратегічних комунікацій» пропонує розрізняти два поняття – акція інформаційного впливу і спеціальна інформаційна операція.

Акція інформаційного впливу – це поширення неповної, неточної, упередженої, недостовірної інформації, яке здійснюється одноразово і в дуже стислі терміни (1-3 дні). Спеціальна інформаційна операція, на думку науковця, має такі особливості: спланованість, скерованість на чітко визначену аудиторію, більша, порівняно з акцією, тривалість (від одного тижня і понад місяць);

---

---

лавиноподібний характер зростання повідомлень на певну тему; сенсаційний, тенденційний і емоційний способи їх обговорення. У межах інформаційно-психологічної операції може бути проведено кілька акцій інформаційного впливу.

Отже, інформаційно-психологічна операція – це розробка і реалізація за продуманим планом інформаційно-психологічних впливів на життєві установки та поведінку людей для досягнення заздалегідь визначених цілей, зазвичай – прийняття якихось управлінських рішень.

**Основне завдання інформаційних операцій** (за В. Горбуліним) полягає в маніпулюванні масовою свідомістю з такими цілями, як, наприклад: внесення в суспільну свідомість і свідомість окремих людей визначених ідей і поглядів; дезорієнтація людей та їхня дезінформація; ослаблення усталених переконань людей, основ суспільства; залякування мас.

Ведучи мову про завдання інформаційних операцій слід зазначити: їхня реалізація не завжди може приводити до прогнозованих наслідків. Така природа віртуальних впливів.

По-перше, нереально врахувати всі соціальні, політичні, релігійні, історичні, економічні, психологічні, ментальні, культурні чинники, а також особливості сприймання інформації різними за національною належністю, віком, соціальним становищем та іншими характеристиками аудиторіями. Таким чином, неможливо точно передбачити ефект впливу, оскільки він залежить від безлічі не лише об'єктивних, а й суб'єктивних факторів, а також швидко змінюваної політичної кон'юнктури [20].

По-друге, потрібно враховувати і такий фактор, як наявність «іммунітету» до певних інформаційних впливів у певному соціальному середовищі. У Білій книзі 2007 написано, що «інформаційні операції здійснюються в деякому ідеологічно спрямованому соціальному середовищі, тому, відповідно, для успішного їхнього проведення необхідно адаптуватися до цього середовища, перебороти певний бар'єр... до інформаційного впливу. Цей бар'єр виникає завдяки так званій імунній системі середовища, що може не пропустити інформаційні впливи, якщо вона досить потужна та / або вже

---

---

навчилася захищатися від подібних впливів. До підготовчих дій для здійснення інформаційних операцій може відноситися створення “імунодефіциту” соціального середовища шляхом впливу через інформаційний простір, наприклад, за допомогою матеріалів у ЗМІ. Дуже часто інформаційні впливи використовують механізми “вірусного маркетингу”, наприклад, у вигляді чуток, коли сенсаційно подана дезінформація поширюється з величезною швидкістю. Саме імунна система протидіє подібним інформаційним операціям. Дуже часто з імунною системою суспільства ототожнюють державу, яка покликана <дбати про> безпеку всього суспільства» [1].

Таким чином, ефект від виконання запланованих завдань у межах інформаційних операцій часто буває негативним, непередбачуваним, непомітним до певного часу, таким, що потребує оперативного коригування.

**Канали** впливу, використовувані від найдавніших часів і дотепер для реалізації інформаційних операцій дуже різноманітні: від оприлюднення і поширення листівок, плакатів до трансляції на багатомільйонну аудиторію промов політиків і лідерів думок, коментарів експертів, новин через програми телерадіомовлення та інтернет-ресурси, соціальні мережі.

До основних **видів** інформаційно-психологічних операцій відносять *наступальні* та *оборонні*. Хоча, як зазначає В. Горбулін, «на практиці більшість інформаційних операцій є змішаними» [4, с. 19]. За метою і спрямованістю розрізняють також інформаційно-психологічні операції, які націлені 1) на *прийняття потрібних агресорові управлінських рішень*; 2) на *компрокат*; 3) на *пошкодження, виведення з ладу*; 4) на *дестабілізацію* політичної чи економічної ситуації [18, с. 73]. За часом проведення зазвичай йдеться про короткострокові (1-2 тижні), середньострокові (2-4 тижні) і довгострокові (понад місяць) [18, с. 71].

Оскільки однією з найважливіших ознак інформаційно-психологічних операцій є їхня спланованість і продуманість у межах заздалегідь створеного плану, важливо усвідомлювати, якими є основні **етапи їхнього розгортання**, інакше кажучи – яким є сам

---

---

план. У науці сьогодні немає одностайності в цьому питанні, тому для порівняння наведемо кілька запропонованих дослідниками схем.

В. Горбулін описує два алгоритми проведення інформаційно-психологічних операцій – для наступальних і оборонних.

***Порівняння етапів інформаційно-психологічних операцій  
наступу і оборони за В. Горбуліним [4, с. 20]***

<b><i>ІПО наступу</i></b>	<b><i>ІПО оборони</i></b>
<b><i>Оцінка необхідності проведення операції</i></b>	
1. Визначення мети, прогноз досяжності, ступеня впливу. 2. Збір інформації.	1. Аналіз можливих вразливостей (цілей). 2. Збір інформації про можливі операції. 3. Визначення можливих «замовників» інформаційних впливів: а) визначення сфер спільного інтересу об'єкта і потенційних «замовників»; б) ранжирування потенційних замовників за їхніми інтересами.
<b><i>Планування</i></b>	
1. Стратегічне планування оборонної операції (явне або неявне): а) визначення критеріїв інформаційних впливів; б) моделювання інформаційних впливів з урахуванням зв'язків об'єкта; динаміки впливу; «особливих» (критичних) точок впливу; в) прогнозування наступних кроків; г) розрахунок наслідків.	1. Стратегічне планування оборонної операції (явне або неявне): а) визначення критеріїв інформаційних впливів; б) моделювання інформаційних впливів з урахуванням зв'язків об'єкта; динаміки впливу; «особливих» (критичних) точок впливу; в) прогнозування наступних кроків; г) розрахунок наслідків. 2. Тактичне планування контроперацій.
<b><i>Виконання</i></b>	
1. Знаходження або створення інформаційного приводу. 2. Розкручування інформаційного приводу (пропаганда). 3. Оперативна розвідка. 4. Оцінка впливу. 5. Перешкода інформаційній протидії. 6. Коригування інформаційного впливу.	1. Виявлення та «згладжування» інформаційного приводу. 2. Контрпропаганда. 3. Оперативна розвідка. 4. Оцінка інформаційного середовища. 5. Коригування інформаційної протидії.

<i>ІПО наступу</i>	<i>ІПО оборони</i>
<i>Завершальна фаза</i>	
1. Аналіз ефективності. 2. Використання позитивних результатів інформаційного впливу. 3. Протидія негативним результатам.	

Інший підхід до фіксації етапів проведення інформаційно-психологічних операцій пов'язаний із урахуванням не лише наступального чи оборонного характеру останніх, а ще й із тими засобами, які в межах запланованих акцій використовуються. Причому тут наступ і оборона розглядаються як компоненти однієї й тієї самої операції.

Перша фаза – «експансія» (наступ) з метою забезпечення власної переваги на всіх фазах військової спецоперації через вплив на інформаційні процеси противника. Тут використовуються такі спеціальні засоби:

1) технічні (максимальний захист власної інформації щодо плану, характеру і шляхів здійснення операції; радіоелектронна боротьба, атаки комп'ютерних мереж);

2) психологічні (засоби введення в оману противника про хід операції; схиляння населення й перетворення поведінки особового складу ворога на вигідну для себе);

3) публічні (інформування (без дезінформації!) громадськості про свої цілі й дружні війська; налагодження зв'язків з командуванням на території противника з метою створення сприятливих умов для проведення операції).

Друга фаза – власне «оборонна інформаційна операція». Це, на думку С. Жука, В. Чмельова, Т. Дзюби, сукупність взаємозалежних заходів щодо захисту інформаційного середовища, розкриття ознак нападу, відновлення боєздатності й організації відповідних протидій з нейтралізації нападу. Тут використовуються всі ті засоби, що й під час інформаційного наступу, а також додаються протипропаганда, контррозвідка, фізичний захист інформаційної інфраструктури [6].

Оборона має забезпечувати адекватну відсіч загрозам, включно із загрозами терористичного та асиметричного характеру. Для

прикладу, в протитерористичних спеціальних операціях переможний результат, що очевидно, може бути досягнутий не застосуванням новітніх високотехнологічних озброєнь, а шляхом інформаційної експансії. «Війни на випередження» відбуваються завдяки активізації інформаційно-психологічного протиборства й диверсійно-розвідувальної діяльності держави [19].

В. М. Петрик подає в своєму дослідженні схему інформаційно-психологічної операції з огляду на ознаки, які помітні в інформаційному просторі під час її проведення. Зокрема, науковець стверджує: «Спеціальні інформаційні операції здійснюються за приблизно однаковою схемою: 1. Створення передумов (інформаційний етап) передбачає створення інформаційного приводу – конкретної або вигаданої події, яка використовується для спеціальної інформаційної операції. 2. «Розкрутка» інформаційного приводу передбачає поступове зростання напруги (кількості повідомлень та їх сенсаційності, тенденційності, емоційності і, як правило, недостовірності). 3. Загострення напруги... 4. Вихід із операції» [18, с. 72].

У своїй книзі «Війна та антивійна» Е. Тоффлер [27] наводить приклади прийомів, які найчастіше використовується для впливу на інших: звинувачення в звір'ячості; гіперболізація ставок; демонізація та дегуманізація опонента; поляризація; «божественні санкції»; метапропаганда, яка дискредитує пропаганду іншої сторони.

Сьогодні найпопулярнішими **методами**, які застосовуються в межах інформаційно-психологічних операцій, є дезінформація, психологічний тиск, розповсюдження чуток, диверсифікація громадської думки. Зазвичай вони є надійною «зброєю» пропаганди, інформаційної агресії, маніпулювання, інформаційного тероризму.

*Пропаганда* в межах інформаційно-психологічних операцій застосовується як спеціальний метод впливу на думки, емоції, настанови чи поведінку будь-якої окремої групи людей з метою набуття переваг, прямих чи непрямих. Яскравим прикладом ведення пропагандистських кампаній вважають діяльність Йозефа Геббельса, який проголосив такі принципи пропаганди: 1) пропаганда має бути спланована і вестися з однієї інстанції; 2) тільки авторитет може



---

---

визначити, має бути результатом пропаганди істинним чи фальшивим; 3) чорна пропаганда використовується, коли біла неможлива або вона не має належного ефекту; 4) пропаганда має характеризувати події та людей влучними фразами чи гаслами; 5) для кращого сприйняття пропаганда має викликати інтерес в аудиторії і передаватися через привабливе увазі середовище комунікацій [7].

*Прояви інформаційної агресії* в інформаційно-психологічних операціях зазвичай такі: 1) виключення із засобів інформаційної дії найнебезпечніших видів – інформаційної зброї; 2) обмеження розмірів простору, об'єктів інформаційної інфраструктури та соціальних груп, що піддаються ураженню інформаційною дією (агресія зачіпає інформаційний простір держави-жертви не цілком, а тільки його частину); 3) обмеження за метою (переслідує локальну, приватну мету) і часом (як правило, агресія припиняється після повного досягнення агресором усієї поставленої конкретної мети й рідко набуває затяжного характеру), а також за силами і засобами [3].

*Маніпулювання* – спосіб психологічного впливу, спрямований на зміну напрямку активності інших людей, здійснюваний настільки мистецьки, що залишається непомічений ними [14].

*Інформаційний тероризм* – небезпечні дії інформаційного впливу на соціальні групи осіб, державні органи влади й управління, пов'язані з поширенням інформації, яка містить погрози переслідування, розправи, вбивства, а також спотворення об'єктивної інформації, що викликає виникнення кризових ситуацій у державі, нагнітання страху й напруги в суспільстві [11].

Інформаційний терор у чистому вигляді передбачає реалізацію «теракту» вже не в реальності, а в головах, у свідомості. Власне, робота великих медіаорганізацій провадиться саме в такий спосіб, щоб тероризувати тих, кому визначено невдячну роль споживача інформації; такий споживач перебуває у свідомо пасивному статусі, радикальний контрзахід, що він може його почати – натиснути кнопку вимикання на дистанційному пульті. Тим часом методики і технології інформаційного впливу на нього вдосконалюються з небувалою швидкістю. Жах і заціпеніння змінюються керованою апатією.

---

---

Розглянемо кожен із методів на прикладах сучасних інформаційно-психологічних операцій.

**Дезінформація** – це «метод, який передбачає введення об'єкта впливу в оману щодо справжності намірів для спонукання його до запрограмованих дій» [18, с. 73]. Розрізняють такі види дезінформації, як *тенденційне викладення фактів* (упереджене висвітлення інформації щодо подій за допомогою спеціально підібраних правдивих даних); *дезінформування «від зворотного»* (надання правдивих відомостей у перекоханому вигляді чи в такій ситуації, коли вони сприймаються об'єктом спрямувань як неправдиві); *термінологічне «мінування»* (викривлення первинної правильної суті принципово важливих, базових термінів і тлумачень загальносвітоглядного та оперативного-прикладного характеру); *«сіре» дезінформування* (використання синтезу правдивої інформації з дезінформацією); *«чорне» дезінформування* (передбачає використання переважно неправдивої інформації) [17].

Продемонструємо використання дезінформації на прикладі. Загалом, щоб детально описати будь-яку інформаційно-психологічну операцію, потрібно провести ґрунтовну інформаційно-аналітичну роботу, вивчити офіційні та медіаматеріали за певний проміжок часу, дослідити завдання та цільову аудиторію, концепт пропагандистських матеріалів і засобів впливу, оцінку інформаційних операцій супротивника та способів протидії. У межах цього параграфа схематично окреслимо основні фази деяких операцій, свідомо опустивши великий перелік офіційних заяв і публікацій у засобах масової інформації.

**НАЗВА:** «Заблокований транзит» (2016). Операція цілком ефективна для агресора (за матеріалами [pidubny.com](http://pidubny.com)).

**ФАКТ:** Росія заборонила транзит польських вантажівок.

**ДЕЗІНФОРМАЦІЯ:** Польща і Туреччина заборонили транзит російських вантажівок (пряме спотворення факту).

**КАНАЛ:** новину запустили російські засоби масової інформації, українські згодом її, не перевірявши, поширили.

**МАНІПУЛЯТИВНИЙ ПРОГНОЗ:** українська сторона підтримає Польщу і Туреччину.

---

---

**РОЗГОРТАННЯ ПОДІЙ:** українські активісти справді почали блокувати російські вантажівки «як у Польщі», а уряд під їхнім тиском узагалі заборонив в'їзд російських фур.

**РЕЗУЛЬТАТ:** Україна втратила ринок перевезень і багатомільярдні доходи. Згодом Росія і Польща домовилися про транзит.

**Психологічний тиск** – цілеспрямований вплив на психіку людини шляхом залякування, погроз із метою схилення до певної запланованої моделі поведінки [11]. До форм психологічного тиску відносять: доведення до об'єкта відомостей про реальні чи неіснуючі загрози та небезпеки; прогнози щодо репресій, переслідувань, убивств тощо; шантажування; здійснення вибухів, підпалів, масових отруєнь, захоплення заручників, інші терористичні акції [3].

**НАЗВА:** «Ядерний шантаж» (2018). Операція має здебільшого негативні наслідки для самого агресора (за матеріалами ukr.segodnya.ua).

**ФАКТ:** у березні 2018 року російський президент продемонстрував усьому світові ракету «Сатана» 2007 року.

**ПСИХОЛОГІЧНИЙ ТИСК ЧЕРЕЗ ДЕЗІНФОРМАЦІЮ:** ракету було «представлено» як абсолютно новий зразок зброї – ракету «Сармат» (gslvsyf afrne).

**КАНАЛ:** публічну заяву оприлюднили всі світові провідні засоби масової інформації.

**МАНІПУЛЯТИВНИЙ ПРОГНОЗ:** посилення позицій Росії на міжнародній арені; демонстрування того, що вона активно розвиває свій збройний потенціал і у випадку застосування проти неї та її союзників (яких не було уточнено) такого виду зброї, дасть відсіч.

**РЕЗУЛЬТАТ:** США зреагували на таку інформаційно-психологічну агресію асиметрично. Наступного дня Дональд Трамп продовжив санкції проти Росії.

**НАСЛІДКИ:** негативна реакція міжнародної спільноти на «ядерний шантаж»; актуалізація тези «в ядерній війні переможців не може бути».

**Поширення чуток** – діяльність із поширення різноманітної інформації (найчастіше неправдивої) серед широких мас населення

---

---

переважно за допомогою неофіційних каналів із метою дезорганізації громадськості та держави або їх окремих закладів чи організацій [11].

Класифікація чуток здійснюється за різноманітними критеріями. Так, «за експресивною характеристикою визначають чутки-бажання, чутки залякування й роз'єднувальні агресивні чутки. 1. Чутки-бажання. Інформація поширюється з метою викликати розчарування з приводу нездійснених очікувань і деморалізацію об'єкта впливу. 2. Чутки-залякування. При їх поширенні в особи ініціюється стан тривоги, непевності. Це можуть бути чутки про смертельну суперзброю, якою володіє противник (сторона, що поширює чутки), про нестачу продовольства, зараження місцевості, питної води тощо. 3. Роз'єднувальні агресивні чутки. Поширювана інформація має на меті внести розлад у суспільство, порушити соціальні зв'язки. За інформаційною характеристикою чутки поділяються на абсолютно недостовірні, недостовірні, недостовірні з елементами правдоподібності та правдоподібні» [10, с. 25].

У сучасних умовах чутки поширюються переважно через соціальні мережі й мають такі наслідки: поширення паніки, емоційна пригніченість, прийняття неправильних рішень.

При розробці операцій і контроперацій із використанням чуток надзвичайно важливим є прорахунок часу. В. Д. Тогобицька зазначає: «Ті, хто займається управлінням громадської думки, знають “правило 45 хвилин – 6 годин – 3 дні – 2 тижні”. Власне, це періоди поширення чуток, знаючи які, можна керувати чутками і зменшувати значення негативної і почасти правдивої інформації. Якщо пропущений один період, то запобігти подальшому поширенню інформації до наступного періоду стає набагато складніше» [22, с. 399].

*НАЗВА:* «Спекуляція на темі об'єднання церков» (2014). Операція стала ефективною для агресора і мала негативні наслідки для України перед окупацією Криму (за матеріалами [gisu.org.ua](http://gisu.org.ua)).

*ФАКТ:* 22 лютого 2014 року після трагічних подій на Майдані Синод УПЦ КП прийняв два звернення про необхідність невідкладного подолання розділення Православної Церкви в Україні.

*ЧУТКИ:* увечері Майданом почали поширюватися чутки про те, що з Києво-Печерської лаври виносять цінності й хочуть вивезти їх до Росії. Частина людей рушила до лаври захищати святині.

---

---

Самооборона кілька разів зупиняла підбурений провокаторами натовп.

*КАНАЛ*: провокатори в натовпі під час масових акцій протесту.

*МАНИПУЛЯТИВНИЙ ПРОГНОЗ*: «картинка» для засобів масової інформації РФ і Сходу України про очевидне, мовляв, для всіх посилення безладу в Києві й пограння святинь.

*РЕЗУЛЬТАТ*: 24 лютого Патріарх Московський Кирил закликав вірян в Україні, які перебувають у розколі, повернутися до Церкви.

*НАСЛІДКИ* (опосередковані численними іншими акціями й операціями): окупація Криму й збройна агресія на Сході України під приводом серед іншого захисту «духовних скреп».

*Диверсифікація громадської думки* – розгалуження уваги правлячої еліти держави на різні штучно акцентовані проблеми з метою відволікання від вирішення першочергових завдань суспільно-політичного та економічного розвитку для нормального функціонування суспільства й держави [11].

Як бачимо, вплив інформаційних операцій країн-агресорів на систему міжнародних відносин настільки вагомий, що варто розробляти ефективні стратегії протидії, враховуючи гнучкість і непередбачуваність інформаційної зброї, а також концепції інформаційних війн.

**Заходи протидії** інформаційним операціям та заходи оборони можуть використовуватися як у межах операцій-відповідей на агресію, так і в межах кампаній реалізації глобальних стратегій безпекової політики держави.

Для прикладу розглянемо думки експертів щодо цього питання. В. Гусаров [5] описує такі заходи: 1) створення та тиражування друкованих матеріалів; створення та транслявання телевізійних і радіопередач на позначений район; 2) передавання необхідних повідомлень через звукові засоби; використання мережі Інтернет в інтересах операції; 3) забезпечення можливості залучення організацій державної та недержавної форм власності з метою створення і трансляції рекламних роликів на телебаченні та в радіоефірах; 4) залучення операторів мобільного зв'язку для забезпечення передачі текстових, фотографічних, звукових та аудіовізуальних повідомлень пропагандистського характеру за допомогою мобільних телефонів.

---

---

В. Панченко [16] відзначає, що в інформаційній війні виправдовуються: 1) інформаційно-роз'яснювальна робота з населенням окупованих територій; 2) дискредитація діяльності незаконних терористичних угруповань та їх ватажків; 3) формування морально-психологічної стійкості українського суспільства до диверсійних та терористичних актів; 4) дискредитація дій ворожого уряду (порушення національного та міжнародного законодавства, необґрунтовані втрати серед військовослужбовців); 5) дискредитація ворожих каналів масової інформації, які поширюють фейки про події в Україні, маніпулюють історичними фактами; 6) наголошення на легітимності дій українського уряду; 7) мобілізація українського суспільства навколо ідеї захисту національної державності, боротьби з корупцією, розвитку економічного потенціалу України; 8) об'єктивне широкомасштабне інформування світової спільноти про події, що відбуваються в Україні, в тому числі шляхом створення іншомовних каналів поширення інформації, через дипломатичні можливості, експертне середовище; 9) формування нетерпимості до порушення норм міжнародного права, терористичних засобів політичної боротьби.

Доктриною інформаційної безпеки [23], що набула чинності 25 лютого 2017 року, на Міністерство інформаційної політики України, Міністерство закордонних справ України, Міністерство оборони України, Службу безпеки України, Міністерство культури України, Державне агентство України з питань кіно, Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення, Державний комітет телебачення і радіомовлення України, Державну службу спеціального зв'язку та захисту інформації України відповідно до компетенції покладено, серед інших, повноваження брати участь у забезпеченні захисту українського інформаційного простору від деструктивної пропагандистської інформації, протидіяти проведенню проти України спеціальних інформаційних операцій, моніторити загрози національним інтересам і національній безпеці України в інформаційній сфері, щоб кожен громадянин мав право на інформацію та свободу слова і разом із тим був захищений у своїй державі.

## Завдання і запитання до параграфа

1. Поясніть визначення інформаційної війни як стратегії, як технології управління інформацією і як спрямованої дії на інформацію.
2. Розмежуйте поняття «інформаційна війна» та «інформаційна операція».
3. Назвіть основні завдання та умови здійснення інформаційних операцій.
4. Обґрунтуйте фази інформаційної операції.
5. Розкрийте й проілюструйте прикладами суть основних методів здійснення інформаційних операцій.

## Список використаної та рекомендованої літератури

1. Біла книга 2007: Служба безпеки та розвідувальні органи України / за заг. ред. В. П. Горбуліна. – Київ, 2017. – 72 с.
2. Вендт А. Четыре социологии международных отношений / А. Вендт // Международные отношения: Социологические подходы. – Москва, 1998. – 458 с.
3. Горбань Ю. Інформаційна війна проти України та форми її ведення [Електронний ресурс] / Ю. Горбань // Вісник НАРА. – Режим доступу: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2015/04/20.pdf> (дата звернення: 25.04.2018).
4. Горбулін В. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання : монографія / В. П. Горбулін, О. Г. Додонов, Д. В. Ланде. – Київ : Інтертехнологія, 2009. – 164 с.
5. Гусаров В. Сили інформаційних операцій Росії: якою має бути відповідь України? [Електронний ресурс] / В. Гусаров // Інформаційно-аналітичний центр Національної безпеки України. – Режим доступу : <http://mediarnbo.org/2014/10/07/sili-informatsiynih-operatsiy-rosiyi-yak> (дата звернення: 18.04.2018).
6. Жук С. Тенденції та перспективи розвитку інформаційної боротьби й інформаційної зброї / С. Я. Жук, В. О. Чмельов, Т. М. Дзюба // Наука і оборона. – 2006. – № 2. – С. 35-41.
7. Жуковская Д. Йозеф Геббельс – теоретик СМІ Третього Рейха [Электронный ресурс] / Д. Жуковская. – Режим доступу : [http://www.historicus.ru/joseph\\_Gebbels\\_teoretik\\_SMI\\_Tretyego\\_Reiha](http://www.historicus.ru/joseph_Gebbels_teoretik_SMI_Tretyego_Reiha) (дата звернення: 02.03.2018).

8. Закон України «Про основи національної безпеки України» // Відомості Верховної Ради України (ВВР) – 2003. – № 39. – С. 351. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/964-15> (дата звернення: 12.03.2018)
9. Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії : аналіт. доп. / за заг. ред. А. Баровської – Київ : НІСД, 2016. – С. 69-80.
10. Історія інформаційно-психологічного протиборства : підруч. / [Я. М. Жарков, Л. Ф. Компанцева, В. В. Остроухов, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Є. Д. Скулиш]; за заг. ред. д.ю.н., проф., засл. юриста України Є. Д. Скулиша. – Київ : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. – 212 с.
11. Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации : учеб. пособ. / В. М. Петрик, В. В. Остроухов, А. А. Штоквиш и др. ; под ред. В. В. Остроухова. – Київ : ОАО «Белоцерковская книжная фабрика», 2008. – 544 с.
12. Куса І. ЗМІ та влада. Як перетворити фейк на правду [Електронний ресурс] / Ілія Куса // Фокус. – Режим доступу : <https://focus.ua/opinions/395090/> (дата звернення: 23.04.2018).
13. Левченко О. В. Система заходів протидії інформаційним операціям / О. В. Левченко // Збірник наукових праць Харківського університету Повітряних Сил. – 2016. – Випуск 3(48). – С. 57-60
14. Онищук М. Особливості психологічного впливу в ході проведення психологічних операцій / М. І. Онищук, Я. М. Жарков // Збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету ім. Т. Шевченка. – 2008. – Вип. 16. – С. 136-139.
15. Панченко В. М. Інформаційні операції в асиметричній війні Росії проти України: підходи до моделювання / В. М. Панченко // Інформація і право. – 2014. – № 3(12). – С. 13-16.
16. Панченко В. М. Інформаційні операції в системі стратегічних комунікацій / В. М. Панченко // Стратегічні комунікації. – 2016. – № 4. – С. 72-79.
17. Петрик В. Сутність інформаційної безпеки держави, суспільства та особи [Електронний ресурс] / В. Петрик. – Режим доступу: <http://justinian.com.ua/article.php?id=3222> (дата звернення: 23.03.2018).
18. Петрик В. Сутність і особливості проведення спеціальних інформаційних операцій та акцій інформаційного впливу / В. Петрик // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. – 2009. – № 3(6). – С. 71-75.
19. Петров В. В. Інформаційні виміри воєнної безпеки / В. В. Петров // Стратегічна панорама. – 2008. – № 1. – С. 166-170.
20. Піддубний О. Що таке постправда? [Електронний ресурс] / О. Піддубний. – Режим доступу : <http://piddubny.com/scho-take-postpravda> (дата звернення: 27.03.2018).
21. Почепцов Г. Інформаційні війни: тенденції та шляхи розвитку [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу : <http://ms.detector.media/ethics/>



- 
- 
- manipulation/informatsiyni\_viyni\_tendantsii\_ta\_shlyakhi\_rozvitku (дата звернення: 15.03.2018).
22. Тогобицька В. Д. Психологічні особливості розповсюдження чуток в умовах надзвичайної ситуації / В. Д. Тогобицька // Психологічні науки. – 2013. – № 4 (69). – С. 393-402.
  23. Указ Президента України від 25 лютого 2017 року № 47/2017 Про Доктрину інформаційної безпеки України [Електронний ресурс] // Офіційне інтернет-представництво Президента України. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> (дата звернення: 10.05.2018).
  24. Фелікстов А. О. Сучасні погляди на місце інформаційних операцій в системах інформаційної боротьби / А. О. Фелікстов // Системи озброєння і військова техніка. – 2010. – № 2(22). – С. 25-27
  25. Burke M. M. Knowledge Operations: above and beyond Information Operations / Martin Burke // 6th International Command and Control Research and Technology, June 19 – 21, 2001.
  26. Lasswell H. D. The structure and function of communication in society // The Communication of Ideas / Ed.: L. Bryson. – New York : Harper and Brothers, 1948.
  27. Toffler A. War and anti-war. Survival at the dawn of the 21st century / Alvin Toffler; Heidi Toffler. – London, 1993. – 388 p.

*Автор параграфа:*

канд. пед. н., доц. каф. журналістики

НПУ імені М. П. Драгоманова

**ОЛЕКСАНДРА МАРКІВ**

---

---

# ГІБРИДНА ВІЙНА І ЖУРНАЛІСТИКА

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ  
МАНІПУЛЮВАННЯ  
НАВІЮВАННЯ  
ФЕЙКИ



НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені М. П. ДРАГОМАНОВА

# **ГІБРИДНА ВІЙНА І ЖУРНАЛІСТИКА**

## **ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ**

*Навчальний посібник*

Київ  
Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова  
2018

УДК 070:355.01-025.26(07)

Г 46

*Рекомендовано Вченою радою  
Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова  
(протокол № 14 від 26 червня 2018)*

*За загальною редакцією  
доктора філософських наук, професора кафедри журналістики  
НПУ ім. М. П. Драгоманова, академіка НА вищої освіти України  
В. О. Жадька*

**Рецензенти:** *Іван Васильович Крупський*, доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри теорії і практики журналістики Львівського національного університету імені І. Франка;  
*Ірина Миколаївна Жиленкова*, доктор історичних наук, професор кафедри історії та етнополітики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова.

***Авторський колектив:***

В. О. Жадько, О. І. Клименко, П. П. Куляс, О. Т. Марків, Ю. С. Полтавець, О. І. Харитоненко, О. В. Харчук, С. В. Шевчук.

***Ілюстрація на обкладинці:***

Ф. В. Сергеев

**Г 46 Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки** : навчальний посібник / за заг. ред. В. О. Жадька ; ред.-упор. : О. І. Харитоненко, Ю. С. Полтавець. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. – 356 с.

**ISBN 978-966-931-181-8**

Підготовлений викладачами кафедри журналістики НПУ імені М. П. Драгоманова посібник присвячено питанням інформаційної безпеки, діяльності журналіста в умовах гібридної війни, проблемам медіаосвіти. У книзі чотири розділи, що висвітлюють суть та складові сучасних гібридних протистоянь, їхній інформаційний, інформаційно-психологічний, семантичний, технологічний та силовий аспекти. Видання доповнене термінологічним словником. Посібник призначений для студентів спеціальності «Журналістика», а також для всіх, хто прагне навчитися критично оцінювати й аналізувати медіаповідомлення та інформацію загалом.

**ISBN 978-966-931-181-8**

УДК 070:355.01-025.26(07)

© Авторський колектив, 2018

© Сергеев Ф. В., обкладинка, 2018

© Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018

## ЗМІСТ

**ПЕРЕДМОВА** ..... 5

### **ВСТУП**

**Гібридна війна в сучасному світі.**

**Що про неї повинен знати журналіст і редактор?** ..... 12

### Розділ 1

#### **ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ТА ІНФОРМАЦІЙНА АГРЕСІЯ**

- § 1. Визначення, види, актуальні напрямки дослідження інформаційних війн..... 28
- § 2. Інформаційні війни в історії та сучасності: характерні ознаки новітніх протистоянь ..... 64
- § 3. Технології маніпулювання і методики пошуку, відбору, верифікації даних у журналістиці..... 96
- § 4. Фактчекінг у роботі сучасного журналіста – дієвий спосіб протистояння інформаційним загрозам ..... 126

### Розділ 2

#### **СМИСЛОВІ ВІЙНИ В МЕЖАХ ГІБРИДНИХ ПРОТИСТОЯНЬ**

- § 5. Інформаційні та смислові війни: наукові підходи до розмежування понять..... 142
- § 6. «Зброя» смислової війни. Основні інструменти для зміни системи цінностей..... 161
- § 7. Тактика смислових війн і спроби протидії ..... 190
- § 8. Класична журналістика в умовах гібридних воєн: конфлікт теорії і сучасних комунікативних практик..... 202

### Розділ 3

#### **ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ, ТЕХНОЛОГІЧНИЙ І СИЛОВИЙ ВИМІРИ ГІБРИДНИХ ЕКСПАНСІЙ**

- § 9. Інформаційно-психологічні операції: поняття, види, способи використання в умовах гібридної війни..... 229
- § 10. Інформаційно-технологічні атаки і способи захисту кіберпростору: новітні тактики габридних війн..... 246
- § 11. Особливості роботи журналіста в зонах військових конфліктів..... 264

---

---

## РОЗДІЛ 4

### МЕДІАОСВІТА ЯК ФУНДАМЕНТАЛЬНА СКЛАДОВА ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

§ 12. Роль медіаграмотності в професійному та особистому становленні людини інформаційної епохи .....	272
§ 13. Формування в майбутніх журналістів культури роботи з інформацією в умовах гібридної війни .....	290
§ 14. Світові та вітчизняні тенденції розвитку медіаосвіти .....	305
<b>СЛОВНИК ТЕРМІНІВ</b> .....	316

---

---

*Навчальне видання*

## **ГІБРИДНА ВІЙНА І ЖУРНАЛІСТИКА**

### **ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ**

#### ***Навчальний посібник***

*За загальною редакцією*

*доктора філософських наук, професора кафедри журналістики  
НПУ ім. М. П. Драгоманова, академіка НА вищої освіти України*

***В. О. Жадька***

#### **Авторський колектив:**

***Жадько Віктор Олексійович***, док. філос. н., проф., зав. каф. журналістики НПУ імені М. П. Драгоманова (§ 2 «Інформаційні війни в історії та сучасності: характерні ознаки новітніх протистоянь»)

***Клименко Олександр Іванович***, ас. каф. журналістики (§ 3 «Технології маніпулювання і методики пошуку, відбору, верифікації даних у журналістиці»)

***Куляс Павло Петрович***, канд. іст. н., доц. каф. журналістики (вступ «Гібридні війни в сучасному світі. Що про них повинен знати журналіст і редактор?»)

***Марків Олександра Тимофіївна***, канд. педагог. н., доц. каф. журналістики (§ 9 «Інформаційні й психологічні операції: поняття, види, способи використання в умовах гібридної війни»; § 12 «Роль медіаграмотності в професійному та особистісному становленні людини інформаційної епохи»; § 13 «Формування в майбутніх журналістів культури роботи з інформацією в умовах гібридної війни»)

***Полтавець Юлія Сергіївна***, канд. філол. н., ст. викл. каф. журналістики (§ 4 «Фактчекінг у роботі сучасного журналіста – дієвий спосіб протистояння інформаційним загрозам»; § 10 «Інформаційно-технологічні атаки і способи захисту кіберпростору: новітні тактики гібридних війн»)

***Харитоненко Олена Іванівна***, канд. філол. н., доцент каф. журналістики (§ 1 «Визначення, види, актуальні напрямки дослідження інформаційних війн» – у співавторстві; розділ 2 «Смислові війни в межах гібридних протистоянь»)

***Харчук Олена Василівна***, канд. філол. н., доцент каф. журналістики (§ 1 «Визначення, види, актуальні напрямки дослідження інформаційних війн» – у співавторстві)

***Шевчук Світлана Вікторівна***, ас. каф. журналістики (§ 11 «Особливості роботи журналіста в зонах військових конфліктів»; § 14 «Світові та вітчизняні тенденції розвитку медіаосвіти»)

*Технічний редактор – Т. С. Меркулова*

*Макетування – Т. М. Ветраченко*

*Обкладинка – Ф. В. Сергеев*



Підписано до друку 26 червня 2018 р.  
Формат 60x84/16. Папір офісний. Гарнітура Times New Roman.  
Ум. др. арк. 22,25. Об.-вид. арк. 17,75.  
Наклад 300 прим. Зам. № 397  
Віддруковано з оригіналів

---

Видавництво Національного педагогічного університету  
імені М. П. Драгоманова. 01601, м. Київ-30, вул. Пирогова, 9.  
Свідоцтво про реєстрацію ДК № 1101 від 29.10.2002 (044) 234-75-87  
Віддруковано в друкарні Національного педагогічного університету  
імені М. П. Драгоманова (044) 239-30-26