



ПОЛІТОЛОГІЯ

УДК 004+070:316.485.26

DOI <https://doi.org/10.32782/2305-9389/2024.31.17>

ІНФОРМАЦІЙНА АГРЕСІЯ: СТРАТЕГІЇ ТА ТЕХНІКИ МАНІПУЛЮВАННЯ¹

Бадер Антон,

доктор політичних наук, професор,
директор навчально-наукового
інституту соціальних і гуманітарних наук
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»
ORCID ID: 0000-0002-3670-5753

Вовк Світлана,

доктор політичних наук, професор,
проректор з науково-педагогічної роботи
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»
ORCID ID: 0000-0002-6171-4782

У роботі зазначено, що на сьогоднішній день ми є свідками зміни глобальних економічних та політичних циклів. Констатовано, що вказані процеси зав'язані на протиборстві за домінування в цифровій економіці. Підкреслено, що сьогодні економічна першість певної держави відв'язана від наявності матеріальних ресурсів, а залежить від можливостей у виробництві інформаційного продукту. Наведено приклад того, що невід'ємним, а можливо й провідним, компонентом життя людства стало споживання цифрових товарів та послуг. Звернено увагу на те, що «побічним продуктом» вказаного стало розширення можливостей впливу інформаційної агресії на різні категорії громадян та суспільство загалом. Зазначено, що на основі нових комунікативних можливостей експерти розробили низку технік інформаційної агресії, серед яких слід назвати: упродовження чуток, провокацію, дезінформацію, психологічний тиск, диверсифікацію громадської думки, створення мозаїчного контенту та рефлексивне управління.

У статті виявлено, що сучасні технології надали можливість впливу на більш глибокі компоненти суспільної свідомості. Зазначено, що деталізує вказану проблему Г. Почепцов, визначаючи дії, спрямовані на зміну менталітету нації не інформаційною, а смисловою війною. Наведено позицію цього дослідника, що звичайна війна поширюється на простір фізичний, інформаційна – на інформаційний, а смислова війна займає віртуальний простір, впливаючи на пізнавальну сферу людини. Констатовано, що типом інформаційної війни є кібервійна, або інформаційно-технічна війна. Наголошено, що смислова війна є набагато довготривалішою і спрямована не на створення фактів, а на зміну їх інтерпретації, щоб підштовхнути опонента до ухвалення потрібного атакуючій стороні рішення. Зроблено висновок, що сьогодні стратегія інформаційної агресії спрямовується не на маніпулювання фактами, а на психологічні механізми сприйняття інформації. Поставлено завдання – у подальшому дослідити техніки поширення маніпулятивних повідомлень за допомогою різних видів джерел інформації.

Ключові слова: інформаційна агресія, техніки маніпулювання інформацією, смислова та консієнтальна війна як стратегія інформаційної агресії.

Bader Anton, Vovk Svitlana. Information aggression: strategies and techniques of manipulation

The scientific research states that today we are witnessing a change in global economic and political cycles. It was established that the specified processes are tied to the struggle for dominance in the digital economy. It is emphasized that today the economic primacy of a certain state is not related to the availability of material resources, but depends on the possibilities in the production of information products. An example is given that the consumption of digital goods and services has become an integral, and perhaps the leading component of human life. Attention was drawn to the fact that the “by-product” of the above was the expansion of the influence of informational aggression on various categories of citizens and society in general. It is noted that on the basis of new communication opportunities, experts have developed a number of techniques of information aggression, among which should be mentioned: introduction of rumors, provocation, disinformation, psychological pressure, diversification of public opinion, creation of mosaic content and reflexive management.

¹ Публікація містить результати досліджень, проведених за грантової підтримки Національного фонду досліджень України за проектом 2021.01/002.



The article reveals that modern technologies have made it possible to influence deeper components of social consciousness. It is noted that G. Pocheptsov details the specified problem, defining actions aimed at changing the mentality of the nation not by informational but semantic warfare. This researcher's position is given that the ordinary war extends to the physical space, the informational war to the informational space, and the semantic war occupies the virtual space, influencing the cognitive sphere of the person. It was established that the type of information war is cyber war, or information-technical war. It is emphasized that the semantic war is much more long-term and is not aimed at creating facts, but at changing their interpretations in order to push the opponent to make the decision needed by the attacking party. It was concluded that today the strategy of information aggression directed not at the manipulation of facts, but at the psychological mechanisms of information perception. The task is to further investigate the techniques of spreading manipulative messages using various types of information sources.

Key words: *informational aggression, information manipulation techniques, semantic and conscientious war as a strategy of informational aggression.*

На сьогоднішній день ми є свідками зміни глобальних економічних та політичних циклів. Очевидно, що вказані процеси зав'язані на протистоянні за домінування в цифровій економіці. Той факт, що економічна першість певної держави відв'язана від наявності матеріальних ресурсів, а залежить від можливостей у виробництві інформаційного продукту, на наш погляд, уже не потребує доказів. Невід'ємним, а можливо й провідним, компонентом життя людства стало споживання цифрових товарів та послуг – від шоппінгу на маркетплейсах до незліченної кількості часу, проведеної в соціальних мережах. «Побічним продуктом» зазначеного стало розширення можливостей впливу інформаційної агресії на різні категорії громадян та суспільство загалом. Уважаємо, що виробити ефективну стратегію протидії указаним агресії, особливо за умови повномасштабного вторгнення росії в Україну, неможливо без аналізу стратегій та технік маніпулювання інформацією.

Проблеми, дотичні до феномену «інформаційна агресія», починають активно вивчати в другій половині ХХ ст., коли технічні засоби впливу на масову аудиторію надали широкі можливості у виборі стратегії й техніки маніпулювання. Заявленій тематиці присвячували свої дослідження такі західні вчені: Дж. Лакофф [1], В. Лефевр [2], М. Маклюєн [3]. Вітчизняні науковці також опублікували досить велику кількість розвідок з теми, заявленої в нашій роботі. Серед них слід назвати О. Дубаса [4], Н. Гуріну [5], С. Шпилика [6], Т. Бельську [7], О. Сальнікову, І. Сівоху та А. Іващенко [8], В. Гурковського [9] та Г. Почепцова [10]. Однак останні події у світі, зокрема повномасштабне вторгнення рф в Україну, вимагають концентрації уваги академічної спільноти саме на стратегіях та техніках маніпулювання в межах реалізації інформаційної агресії.

Інформаційна війна, що сьогодні є основою протистояння [11, с. 151], спрямована на маніпуляцію свідомістю аудиторії. Техніки такого впливу ми детально розглянемо нижче. Однак зараз зазначимо, що основним засобом інформаційної агресії є повідомлення. Відповідно, від якості побудови повідомлення залежить його маніпулятивна ефективність. Отже, провідним завданням суб'єкта інформаційної війни насамперед є відповідне кодування повідомлення [4, с. 71]. Тобто на перший план виходить інтелектуальний інструментарій, оскільки немає універсальних та однозначних механізмів створення необхідного в конкретній аудиторії та в конкретний проміжок часу контенту.

Такі маніпулятивні, штучно створені повідомлення поширюють серед населення через засоби масової інформації (ЗМІ), благодійні міжнародні фонди, клуби, секти тощо. У цій роботі нерідко застосовують методи нейролінгвістичного програмування. Найбільш поширеним засобом є використання ЗМІ, що вимагає врахування структури та особливостей ЗМІ супротивника. Основне завдання в цьому контексті полягає у встановленні засобу найбільш ефективного впливу на аудиторію суперника – безпосередньо через пряму телерадіотрансляцію, пресу, чи опосередковано – за допомогою глобальних інформаційних систем, працівників посольств, офіцерів-розвідників, журналістів, науковців тощо [5].

Основною загрозою застосування методів інформаційної агресії слід визнати те, що «країна-ціль», як правило, усвідомлює негативний вплив досить пізно. Окрім того, вагомим складником інформаційного протистояння є введення в оману командування та суспільства супротивника. Підкреслимо, що сучасне інформаційне протистояння зорієнтоване насамперед на формування сфальшованої реальності. Як результат, у комунікаційному протистоянні зверхність має не той, хто повідомляє правду, а той, кому вдалося показати глядачам більш захопливий «інформаційний серіал» [9].

У попередніх розвідках ми дійшли висновку, що сьогодні відбулася зміна балансу між війською та інформаційною війською. Ця зміна відбулася на користь домінування саме інформаційної війни, своєю чергою, бойові дії стали лише одним із засобів її реалізації [11, с. 151]. Відповідно, метою інформаційної агресії є послаблення моральних і матеріальних сил супротивника та посилення власних. Основним методом реалізації вказаного є маніпуляція масовою свідомістю завдяки внесенню в соціальне середовище штучно



сконструйованих уявлень, що дезорієнтують та дезінформують маси, послаблюють певні переконання, залякують народ образом ворога, а протилежну сторону ілюзією власної могутності.

З огляду на заявлену тему, вважаємо за необхідне визначити особливості, притаманні інформаційній агресії, що вирізняє її з-поміж інших форм боротьби та комунікаційних процесів у сфері обміну інформацією. По-перше, на відміну від міжособистісних маніпуляцій свідомістю, об'єктом впливу в інформаційній агресії є масова свідомість супротивника, а отже, під час її реалізації враховують колективні особливості великих груп людей та видові ознаки людської свідомості. Відповідно, цільовий інформаційний вплив на окрему особистість або незначне коло осіб, інформаційною агресією вважати не можна. По-друге, під час інформаційної агресії об'єкту впливу нав'язують чужі йому цілі та прагнення, досягнення яких завдає шкоди йому самому. По-третє, для інформаційної агресії характерне нав'язуванням емоційного сприйняття фактів, спотворення чи подання їх у такому світлі, щоб це викликало неадекватну реальному стану справ поведінку супротивника [6, с. 183].

До основних ознак, що характерні під час маніпулювання в період реалізації інформаційної агресії, слід зарахувати емоційність, сенсаційність, терміновість та багаторазове повторення повідомлення, дроблення цілісної фактологічної картини, вилучення з контексту частини фактів, домінування джерела повідомлень, змішування інформації і припущень, експлуатацію статусів та авторитету, активізацію стереотипів тощо [6, с. 184].

Так, на основі аналізу напрацювань попередників українська дослідниця С. Шпилик виокремлює такі техніки маніпуляції масовою свідомістю:

- навіювання;
- перенесення приватного факту у сферу загального;
- використання чуток та домислів у незрозумілій політичній або соціальній ситуації;
- метод під назвою «потрібні трупи»;
- метод «страховиськ»;
- замовчування одних фактів і вип'ячування інших;
- метод фрагментації;
- «метод Геббельса» (багаторазові повтори);
- метод чергування на конвеєрі «правда, правда, правда, неправда, правда»;
- створення неправдивих подій, містифікація [6, с. 184].

Уважаємо за необхідне деталізувати деякі із зазначених технік маніпуляції масовою свідомістю. Однією з найбільш поширених та ефективних технологій інформаційної агресії є чутки, що, як правило, реалізуються за допомогою усного каналу комунікації, а сьогодні можуть запускатися через соціальні мережі. Існування такого феномену, як чутки, пояснюється тим, що люди, стикнувшись із незрозумілим, однак важливим явищем, схильні шукати інформацію, що дала б їм необхідне пояснення та зняла психологічне напруження. Якщо офіційна інформація відсутня або її кількість недостатня, то це провокує появу чуток, у межах яких індивід намагається пояснити проблемну ситуацію за допомогою звичних для нього уявлень та установок. Проблеми з офіційними каналами інформації учені й називають основною причиною виникнення чуток. За таких умов суспільство схильне їх створювати та сприймати. Наприклад, Г. Почепцов констатує, що відсутність офіційної інформації моментально компенсується чутками [12, с. 211–216].

Додамо, що, окрім указаних, до причин появи чуток слід зарахувати суперечливу, недостатньо аргументовану інформацію, що поширюється в умовах низької довіри до джерел інформації. Психологи наголошують на тому, що важливою причиною поширення чуток є також недостатня емоційна забарвленість інформації. Компенсується емоційна недостатність через поширення чуток. Зрозуміло, що нестабільна, кризова ситуація в державі, особливо в умовах війни або воєнного конфлікту, сприяє появі чуток. Низький рівень політичної свідомості громадян та некомпетентність з тих чи тих актуальних питань теж слід зарахувати до основних факторів, що провокують поширення чуток. За умови, коли людина не може зрозуміти та пояснити проблему раціональним способом, вона схильна до «вигадок» і «фантазій», що в доступній формі пояснюють складні речі.

Одним із провідних елементів технології реалізації інформаційної агресії є провокація. Провокація – це інформаційна операція, що змушує суперника використовувати програшну для себе стратегію та лінію поведінки. Так, якщо провокація – це цілеспрямований інформаційний вплив з метою підштовхування супротивника скористатися не вигідною для себе стратегією, то, очевидно, необхідно знати та наперед прорахувати велику кількість програшних стратегій опонента.

До прийомів реалізації інформаційного впливу слід зарахувати дезінформацію, яка полягає у введенні об'єкта в оману щодо справжніх намірів суб'єкта дій. Є досить велика кількість технік реалізації



дезінформування. Вибір конкретного прийому визначається оперативними обставинами. Серед основних методів слід назвати такі. Тенденційне викладення фактів, яке реалізується через упереджене подання інформації, що містить, зокрема, спеціально дібрані правдиві дані. Дезінформація від «зворотного» – подання правдивої інформації в перекрученому вигляді або в такий спосіб, щоб вона сприймалась об'єктом впливу як брехня. Термінологічне «мінування» – викривлення суті необхідних, ключових термінів.

Психологічний тиск є також однією з основних технік інформаційного впливу. Він полягає в залякуванні населення супротивника з метою підштовхування його до певної запланованої моделі поведінки. Реалізується психологічний тиск через поширення серед аудиторії повідомлень про реальну чи надуману загрозу, зокрема, про можливість застосування репресій, а також шляхом реалізації терористичних чи диверсійних акцій. Підкреслимо, що сучасні війни, де інформаційний компонент вийшов на перший план, бойові дії є не чим іншим, як засобом реалізації психологічного тиску. Окрім того, реалії російсько-української війни демонструють, що агресор також широко застосовує удари по цивільній та енергетичній інфраструктурі як засіб психологічного тиску.

Ще однією технікою впливу на масову аудиторію є диверсифікація суспільної свідомості. Сутність цього методу полягає в розпорошенні уваги громадськості за допомогою перемикання її на розв'язання різних штучно створених проблем. Ця технологія надає змогу відволікти від необхідності виконання першочергових завдань суспільно-політичного та економічного розвитку. Цей метод широко застосовує рф у реалізації впливу на власну аудиторію.

До найбільш ефективних технік маніпуляції масовою свідомістю слід також зарахувати фрагментацію або створення мозаїчного контенту. Ця технологія стала можлива з появою та входженням у повсякденне життя майже кожної людини телебачення, а сьогодні й інтернету та соцмереж. Саме подання новини через зазначені засоби створює алгоритм мозаїчного контенту. Так, велика кількість новин не дає можливості адекватно їх зрозуміти, бо їх подають поза контекстами, відповідно, причинно-наслідкові зв'язки в глядача, як правило, не вибудовуються. Аудиторія розцінює цю значну кількість повідомлень як другорядні новини, однак вони створюють заздалегідь сплановані враження. Окрім того, сприйняття інформації відразу по декількох каналах підвищує ефективність її засвоєння та довіру до неї. Модель мозаїчного передавання знань досить давно описано А. Модем. Дослідник називає цю структуру мозаїчною через те, що вона є випадковою, побудованою на фрагментах, що не створюють конструкції, у ній немає точок відліку чи загальних понять [13, с. 12].

На нашу думку, друковані та електронні джерела як канали, за допомогою яких реалізують указані технології інформаційної агресії, потребують окремого, більш детального розгляду. Окрім того, слід наголосити, що сьогодні застосування зазначених технік спрямовується на маніпулювання більш глибокими компонентами суспільної свідомості, як-от менталітет націй, духовні основи: армії, віра, ідеологія, історія, патріотизм, культура тощо. Відповідно, очевидно стає підвищена увага розвинених країни до питань інформаційної безпеки, зокрема й серед збройних сил.

Деталізує зазначену стратегію Г. Почепцов, визначаючи дії, спрямовані на зміну менталітету нації не інформаційною, а смисловою війною. На його думку, звичайна війна поширюється на простір фізичний, інформаційна – на інформаційний, а смислова війна займає віртуальний простір, впливаючи на пізнавальну сферу людини. Типом інформаційної війни є кібервійна, або інформаційно-технічна війна. Автор підкреслює, що смислова війна є набагато довготривалішою і спрямована не на створення фактів, а на зміну їх інтерпретацій, щоб підштовхнути опонента до ухвалення потрібного атакуючій стороні рішення [14].

З огляду на заявлену тему виявлення сучасних стратегій інформаційної агресії, вважаємо за необхідне деталізувати сутність смислових війн за Г. Почепцовим. Важливі для нас також описані автором техніки, які застосовують у межах таких протистоянь.

1. За умов смислової війни не обов'язково оперувати вербальним матеріалом. Смислова війна триває в масовій культурі, літературі, речах широкого вжитку. Саме вони імплантують елементи майбутньої картини світу, що дають змогу реінтерпретувати вхідний інформаційний потік.

2. Центр уваги смислової війни не в інформаційних потоках, а в когнітивних процесах. Відповідно, захист від такої інтервенції треба адекватно вибудовувати.

3. На відміну від інформаційної, смислова війна змінює саме переконання людини та її знання. Слід підкреслити, що знання є більш довготривалим продуктом, ніж інформація. Очевидно, що факти можуть змінюватися, а правила, за якими ми їх розуміємо, залишаються сталими. Отже, за умови впливу на знання факти вже не потрібні, людина сама приймає потрібні суб'єкту маніпуляції рішення.



4. Ефективність сприйняття повідомлення суттєво зростає, якщо спиратися на картину світу, що вже сформована в особи. Так, Г. Почепцов наводить приклад про те, що німці не здавалися в полон, коли до них зверталися стандартно, оперуючи тим, що це врятує ваше життя. Психологи почали шукати причину зазначеного. У результаті виявилось, що німці є більш соціальними, тобто їх варто розглядати не як окремих атомів, а як молекулу. Новим заклицем стало: якщо ти підеш у полон, то врятуєш свою сім'ю від голодної смерті. І вони почали здаватися [10, с. 22, 23, 25].

Отже, смислова війна реалізується на основі більш глибоких структур, що приховані за поверхневими. У науковій літературі по-різному визначають та описують ці елементи. Найбільш вдалою вважаємо концепцію американського лінгвіста Дж. Лакоффа, який називає їх фреймами (ментальні структури, що визначають характер мислення людини) та пропонує такі правила роботи з ними:

- експлуатація фреймів реалізується поза свідомістю;
- здоровий глузд формують фрейми;
- повтори закріплюють фрейми;
- активування поєднує поверхневі та глибокі, а також затримує протилежні фрейми;
- наявні глибокі фрейми швидко змінити неможливо;
- з біконцептуалами (індивідами, які вагаються між двома протилежними поглядами) необхідно спілкуватися як зі своїми;
- наявність фактів нічого не змінює, адже вони не мають сенсу без імплементації у фрейми;
- звичайне заперечення фреймів підсилює їх [1, с. 57].

З огляду на зазначене, можна констатувати, що аналізований нами феномен поступово наближається до такого теоретично визначеного явища, як концієнтальна війна (від латинського *conscientia* – свідомість) – система інформаційно-пропагандистських та психологічних заходів, спрямованих на формування суспільної свідомості, які проводять із застосуванням засобів масової інформації, культури, мистецтва та інших (психотропних, психотронних) засобів протягом тривалого часу за ретельно розробленою стратегією. Указані заходи спрямовують на зміну державної політики, а також на розлад економічної системи супротивника і, як наслідок, погіршення владно-громадських відносин, що в подальшому може призвести до активізації дій громадян проти власного уряду [7, с. 55].

У межах розкриття проблеми використання інформаційних засобів у період безпосередніх бойових дій звертає на себе увагу одна з найбільш сучасних технологій – рефлексивне управління. Сутність її полягає в тому, що маніпулятивні інструменти двосторонньої комунікації використовують з метою підштовхнути супротивника до ухвалення необхідних опоненту рішень. Ключові ідеї цієї технології вже досить давно описав В. Лефевр, однак сьогодні, з появою нових технічних можливостей, вони набули додаткового сенсу [2].

Так, О. Сальнікова, І. Сівоха та А. Іващенко в колективній роботі описують засоби реалізації зазначеної технології. «До інструментів рефлексивного управління належать дії, спрямовані на тонкі, важковловимі та інтелектуальні форми й способи збройної боротьби, ніж на більш класичні поняття. До них належать: камуфляж (на всіх рівнях); дезінформація, провокація, шантаж, компрометація; відволікання уваги; формування щільного інформаційного потоку, обробка якого потребує значних ресурсів; введення в стан когнітивного дисонансу з блокуванням функції ухвалення рішень; виснаження ресурсів противника на рішення малозначущих завдань або фейкових загроз; стимулювання суперечностей у середовищі союзників; приспання пильності (зниження напруги або перенесення процесів у прихований формат); спонування до необачних рішень і дій; психологічний тиск і залякування» [8, с. 136, 137].

З погляду розкриття сутності аналізованої технології, досить важливою є й така теза зазначених дослідників: «Необхідне рішення противника формується шляхом зміни його сприйняття. Сприйняття – це активний процес, який створює, а не фіксує реальність. Ухвалюючи рішення, противник використовує інформацію про район конфлікту, свої війська та війська противника, про їх бойові можливості тощо. На основі технологій стратегічних комунікацій забезпечується такий вплив на канали отримання інформації, зміст повідомлень, які переведуть рішення, що ухвалюють, у потрібне русло. Противник використовує найсучасніші методи оптимізації та проводить пошук оптимального рішення. Однак це буде не дійсно оптимальне рішення, а рішення, яке було заздалегідь визначено нами. Для того щоб ухвалити власне ефективне рішення, необхідно знати, як формується рішення противника, яке ґрунтується на інформації, яку він вважає правдивою» [8, с. 137].

Значну увагу аналізу феномену рефлексивного управління приділено в проаналізованих нами раніше роботах дослідників країни-агресора. Зокрема, наводять основні елементи вказаної технології:

- відволікання уваги, створюючи реальну або уявну загрозу одному із життєво необхідних елементів інфраструктури супротивника під час підготовчої стадії воєнних дій, тим самим змушуючи його переглянути адекватність своїх рішень;



- перевантаження за рахунок постійного надсилання супротивнику великих обсягів суперечливої інформації;
- параліч, створюючи ілюзію суттєвих загроз життєвим інтересам або найбільш слабким місцям;
- виснаження, змушуючи супротивника виконувати непотрібні дії, приводячи так його сили до виснаження ресурсів;
- обман, провокуючи супротивника передислокувати підлеглі йому сили до не вигідного регіону під час підготовчих стадій воєнних дій;
- розкол, переконуючи супротивника, що він повинен діяти всупереч інтересам коаліції;
- заспокоєння, змушуючи супротивника думати, що найімовірніше здійснюється навчання, а не приготування до заздалегідь спланованих наступальних дій, знижуючи так його пильність;
- залякування, за допомогою створення ілюзії непереборної переваги;
- провокація, нав'язуючи супротивнику вчинення дій, вигідних для вас;
- пропозиція, упродовжуючи інформацію, що зачіпає супротивника юридично, морально, ідеологічно або в інших сферах;
- тиск, поширюючи інформацію, що дискредитує уряд в очах населення [15, с. 325–326].

Отже, зміни глобальних економіко-політичних циклів, що безпосередньо зав'язані на протиборстві за домінування в цифровій економіці, потягнули за собою й удосконалення стратегій та технік маніпулювання інформацією. На основі нових комунікативних можливостей експерти розробили низку технік інформаційної агресії, серед яких слід назвати: упродовження чуток, провокацію, дезінформацію, психологічний тиск, диверсифікацію громадської думки, створення мозаїчного контенту та рефлексивне управління. Окрім того, сучасні технології надали змогу вплинути на більш глибокі компоненти суспільної свідомості. Відповідно, стратегія інформаційної агресії тепер спрямовується не на маніпулювання фактами, а на психологічні механізми сприйняття інформації. На наш погляд, у подальшому актуально дослідити техніки поширення маніпулятивних повідомлень за допомогою різних видів джерел інформації.

Література:

1. Lakoff G. Don't Think Of An Elephant! Know Your Values and Frame the Debate: The Essential Guide for Progressives. : White River Junction, 2004. 200 p.
2. Lefebvre V. Algebra of Conscience: A Comparative Analysis of Western and Soviet Ethical Systems. Dordrecht, Holland, D.: Reidel Publishing, 1982, 220 p.
3. McLuhan M. War and Peace in the Global Village. NY : Gingko Press, 2001. 411 p.
4. Дубас О. Інформаційна війна : нові можливості політичного протиборства. *Освіта регіону*. 2010. № 1. С. 69–72.
5. Гуріна Н. Інформаційне протиборство – один з головних напрямків політики сучасних міжнародних відносин. URL: http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=13657. (дата звернення: 12.08.2024).
6. Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда та PR: такі схожі й такі різні... *Галицький економічний вісник*. 2014. № 4. С. 178–188.
7. Бельська Т. В. Інформаційно-психологічна війна як спосіб впливу на громадянське суспільство та державну політику держави. *Вісник Національного університету цивільного захисту України*. 2014. Вип. 1. С. 49–56.
8. Сальнікова О., Сівоха І., Іващенко А. Стратегічні комунікації в сучасних війнах гібридного типу. *Social development & Security*. 2019. Val 9. № 5. С. 133–142.
9. Гурковський В. І. Особливості застосування інформаційної зброї в умовах глобального інформаційного суспільства. *Державне управління : удосконалення та розвиток*. 2010. № 4. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=123>. (дата звернення: 27.08.2024).
10. Почепцов Г. Г. Смыслові та інформаційні війни. *Інформаційне суспільство*. 2013. Вип. 18. С. 21–27.
11. Бадер А. В., Вовк С. О. Прийоми та засоби інформаційної війни. Переосмислення проблеми. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії*. 2024. Вип. 54. С. 145–153.
12. Почепцов Г. Г. Психологічні війни. Київ : Ваклер, 2000. 528 с.
13. Бадер А. В. Засоби та методи формування інформаційної складової збройного насилля. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*. 2016. № 11. С. 11–17.
14. Почепцов Г. Інформаційні війни: тенденції та шляхи розвитку. URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/6479/2012-08-12-informatsiini-viini-tendentsii-ta-shlyakhi-rozvitku/> (дата звернення: 27.09.2024).
15. Бадер А. В. Збройне насилля як фактор впливу на функціонування та зміну політичних систем : дис. ... д-ра політ. наук : 23.00.02. Старобільськ, 2020. 454 с.