

У статті досліджуються особливості психологічної пропаганди у військових конфліктах. Установлено, що під поняттям «інформаційна війна» розуміють форму інформаційного протистояння між різними суб'єктами, такими як держави, неурядові організації, економічні та інші структури для завдання шкоди інформаційній сфері опонента та захисту власної інформаційної сфери. З'ясовано, що під пропагандою розуміють механізм психологічного маніпулювання громадськістю з метою служіння інтересам держави, особливо в контексті військових дій. Зазначено, що основною метою пропаганди є вплив на систему ідейних, суспільних та політичних установок особистості, де цей вплив може реалізовуватися шляхом формування нових установок або посилення/послаблення існуючих. Обґрунтовано, що пропаганда набуває великого значення в умовах інформаційної війни, оскільки успішне створення та реалізація пропагандистських заходів можуть забезпечити значну перевагу над противником. Визначено, що психологічна пропаганда виступає як важливий інструмент впливу на маси, що, своєю чергою, протегує формуванню певного ставлення до певних подій та ситуацій. У результаті проведеного дослідження встановлено, що основні цілі психологічної пропаганди у військових конфліктах полягають у виклику страху серед населення шляхом демонізації противника та використання показової жорстокості; посіви недовіри до власного командування, побратимів та союзників, що призводить до дезорганізації та роззубленості у власних рядах; виклику бажання капітуляції або укладення компромісів за будь-яку ціну, що сприяє зниженню морального духу та військової готовності; прискоренні розколу суспільства шляхом підтримки внутрішніх конфліктів та пошуку ворогів усередині країни. На основі проведеного дослідження сформовано основні функції психологічної пропаганди у воєнному контексті: функція мобілізації, дезінформаційна функція, дестабілізуюча функція, психологічна функція, функція підтримки морального духу, деморалізаційна та дипломатична функції. Висновки та рекомендації автора можуть бути використані для розроблення навчальних програм та курсів із психологічної війни та інформаційної безпеки, а також підвищення обізнаності громадськості щодо методів впливу та маніпуляцій у сучасному інформаційному середовищі.

Ключові слова: пропаганда, психологічна пропаганда, інформаційна війна, військові конфлікти.

The article examines the peculiarities of psychological propaganda in military conflicts. It was established that the concept of «information war» is understood as a form of informational confrontation between various subjects, such as states, non-governmental organizations, economic and other structures to cause damage to the opponent's information sphere and to protect one's own information sphere. It was found that propaganda is understood as a mechanism of psychological manipulation of the public in order to serve the interests of the state, especially in the context of military operations. It is important to note that the main purpose of propaganda is to influence the system of ideological, social and political attitudes of an individual, where this influence can be realized by forming new attitudes or strengthening/weakening existing ones. It is worth noting that propaganda becomes important in the conditions of information warfare, since the successful creation and implementation of propaganda measures can provide a significant advantage over the enemy. It was determined that psychological propaganda acts as an important tool of influence on the masses, which, in turn, protects the formation of a certain attitude to certain events and situations. As a result of the research, it was established that the main goals of psychological propaganda in military conflicts are to cause fear among the population by demonizing the enemy and using demonstrative cruelty; sowing distrust in one's own command, comrades and allies, which leads to disorganization and confusion in one's own ranks; causing the desire to surrender or compromise at any cost, which contributes to lowering morale and military readiness; accelerating the division of society by supporting internal conflicts and finding enemies within the country. Based on the research, the main functions of psychological propaganda in the military context were formed: mobilization function, disinformation function, destabilizing function, psychological function, morale support function, demoralizing and diplomatic functions. The author's conclusions and recommendations can be utilized for the development of educational programs and courses on psychological warfare and information security, as well as for increasing public awareness of the methods of influence and manipulation in the modern information environment.

Key words: propaganda, psychological propaganda, information war, military conflicts.

УДК 355.019.7:316.6:159.947.5
DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2024.61.47>

Зеленін В.В.

к.психол.н., доцент,
професор кафедри психології
Український державний університет
імені Михайла Драгоманова

Вступ. У зв'язку зі складністю та динамічністю сучасних військових конфліктів психологічний аспект стає надзвичайно важливим у формуванні стратегій ведення війни та впливу на суспільство. Військові конфлікти сучасності включають у себе не лише збройні дії на полі

бою, а й активне використання психологічних методів впливу на суспільство та противника через психологічну пропаганду. Одним із ключових інструментів у цьому контексті є психологічна пропаганда, котра спрямована на маніпулювання свідомістю та емоціями людей

із метою досягнення військових, політичних та ідеологічних цілей. Роль психологічної пропаганди у військових конфліктах набуває усе більшої актуальності та значущості в сучасному світі, де інформаційні технології та медіа займають центральне місце у формуванні світової думки.

Аналіз феномену психологічної пропаганди як складного багатовимірного явища становить одне з найбільш актуальних завдань сучасних міждисциплінарних досліджень. Особливу увагу в умовах війни займає психологічна пропаганда, оскільки вона відіграє ключову роль у формуванні суспільної думки, мобілізації громадян та військових, а також впливає на моральний стан і мотивацію бійців. Розгляд питання про значення психологічної пропаганди у часи війни, її природи та наслідків для обох конфліктуючих сторін стає досить важливим. У зв'язку із цим актуальним завданням є дослідження ролі психологічної пропаганди у військових конфліктах, щоб зрозуміти, як цей інструмент впливає на психологічний стан учасників конфлікту, масову свідомість суспільства та його відношення до війни.

Тематику дослідження ролі психологічної пропаганди у військових конфліктах досліджує незначна кількість науковців. Зокрема, О. М. Кузьмук та В. В. Любчук [1] виявили, що соціальний дискурс пропаганди відіграє значну роль у формуванні загальної думки та впливу на суспільство, а також звернули увагу на важливість розуміння та аналізу пропагандистських стратегій для ефективної протидії такому впливу; Я. Малик [2] у своєму дослідженні розкриває основні стратегії та методи, які використовуються в інформаційній війні, та їхній вплив на Україну. Результати його дослідження вказують на важливість забезпечення інформаційної безпеки та розуміння загроз інформаційної війни для національної безпеки України; Р. Алгулієв, Ю. Імамвердієв, Р. Махмудов, Р. Алігулієв [3] досліджують питання інформаційної безпеки як важливого компонента національної безпеки, зокрема розглядаючи ризики та загрози інформаційного простору. Результати дослідження дають змогу зрозуміти важливість захисту інформації від негативних впливів та розроблення ефективних стратегій інформаційної безпеки для забезпечення стабільності та безпеки суспільства; О. Ю. Дроздов [4] аналізує картографічну пропаганду як один із методів інформаційно-психологічної війни, розкриваючи її вплив на сприйняття інформації та формування уявлень про конфліктні події. Результати його роботи показують, що картографічна пропаганда може впливати на емоційну реакцію та погляди суспільства на конфлікт, підсилюючи

або змінюючи його сприйняття; Ж. З. Денисюк [5] вивчає стратегії пропаганди та контрпропаганди в контексті державної інформаційної політики, надаючи уявлення про те, як вони використовуються для формування думки суспільства та реалізації політичних цілей. Дослідження Ж.З. Денисюк дають змогу зрозуміти, як ці стратегії використовуються для впливу на громадську думку та досягнення політичних цілей.

Метою роботи є дослідження ролі психологічної пропаганди у військових конфліктах для розкриття її впливу на психологічний стан учасників конфлікту, масову свідомість суспільства та його відношення до війни. Для досягнення мети визначено такі завдання: 1. визначити сутність понять «інформаційна війна», «пропаганда» та «психологічна пропаганда»; 2. проаналізувати види психологічної пропаганди; 3. визначити функції психологічної пропаганди у воєнному контексті. Під час проведення дослідження були використані загальнонаукові й спеціальні методи дослідження, зокрема аналіз і синтез, порівняння, узагальнення, системно-структурний аналіз.

Виклад основного матеріалу дослідження. Із 24 лютого 2022 р. світ став свідком повномасштабного військового вторгнення Російської Федерації на територію суверенної України, що стало актом агресії та порушенням міжнародного права. У військових конфліктах, окрім безпосередніх воєнних дій, важливу роль відіграє психологічна сфера, яка включає у себе інформаційний фронт. Паралельно з активним функціонуванням військового фронту, де Збройні сили України виконують свій конституційно закріплений обов'язок, паралельно почав функціонувати інформаційний фронт. Цей фронт виступає як важливий складник психологічної пропаганди, яка має на меті формування психологічного переконання, морально-психологічного піднесення національного духу для підтримки громадян у часи війни, мобілізацію ресурсів та формування єдиного фронту проти загрози.

У XXI ст. поширення загроз гібридних війн вимагає від державних інституцій упровадження спеціальних заходів для зміцнення національної безпеки, а також для протидії пропаганді та поширенню фейків. Останні міжнародні події свідчать про те, що поняття безпеки виходить за межі окремих країн, у зв'язку із цим необхідно активно шукати політичні, економічні та інші рішення для створення комплексної системи безпеки. Перехід до такого підходу дасть змогу зменшити вплив інформаційного тероризму, кібервійни та кіберзлочинності, що особливо важливо для інформаційної політики держави, яка перебуває у стані війни [1].

У зв'язку із цим необхідно проаналізувати сутність поняття «інформаційна війна», яке, згідно з тлумаченням багатьох науковців, є формою інформаційного протистояння між різними суб'єктами, такими як держави, неурядові організації, економічні та інші структури, з метою завдання шкоди інформаційній сфері опонента та захисту власної інформаційної сфери [2].

Інформаційна війна є невід'ємним складником як національної, так і військової безпеки, відображаючи тісну взаємодію між збройними конфліктами та маніпулюванням інформацією. Історія підтверджує, що в будь-яку епоху, окрім війн, використовувалися інформаційні засоби та інформаційні атаки для маніпулювання громадською думкою, впливу на переконання та сприйняття, зміни стратегій і тактик, розповсюдження дезінформації та підривання довіри до противника, а також мобілізації мас для підтримки власної армії чи політичного режиму. Сторона, яка ефективно використовує цей інструмент, отримує значні переваги у досягненні своїх цілей. Одним з основних завдань інформаційної війни поруч із воєнними діями є поширення провокаційної дезінформації, спрямованої на виклик паніки, розчарування та хаосу серед противника або всього населення, що стає можливим завдяки широким можливостям інформаційно-комунікаційних технологій. У зв'язку із цим одним із ключових аспектів інформаційної безпеки є готовність до інформаційної війни та вжиття відповідних заходів для її запобігання у разі реальних загроз [3].

Розповсюдження інформації з метою впливу на цінності цільової аудиторії, систему переконань, сприйняття, емоції, мотивацію, міркування та поведінку через ЗМІ та соціальні медіа націлене на досягнення певних військових ефектів у когнітивній сфері. Мета цього впливу може бути різноманітною і включати формування певних уявлень, інформування про певні події чи позиції, зміну ставлення, маніпуляцію мисленням, розкриття істини або приховування її, зменшення підтримки, стимулювання розвитку певних дій або реакцій, обман, примус, стримування, мобілізацію аудиторії або переконання в певних ідеях чи поглядах [6]. У зв'язку із цим варто відзначити, що однією з пропагандистських технологій формування масової геополітичної свідомості, яка здійснюється за допомогою методів інформаційно-психологічної війни, є так звана «пропаганда» [4].

У контексті розгляду ролі пропаганди у військових конфліктах важливо визначити сутність поняття психологічної пропаганди, яка виступає як важливий інструмент впливу на маси, що, своєю чергою, протегує формуванню

певного ставлення до певних подій та ситуацій. Психологічна пропаганда визначається як набір психологічних методів, які спрямовані на зміну переконань та ставлення людей. Варто відзначити, що психологічна пропаганда здійснює вплив на когнітивну систему та емоційну сферу людей, спрямовуючи їхню поведінку в певному напрямі [7].

Класичне розуміння пропаганди підкреслює важливість мобілізації психології мас та їхньої активної чи пасивної участі у певних діях або справах. Відповідно до цього твердження, пропаганда визначається як система методів, які використовує організована група з метою залучення масової аудиторії до активної чи пасивної участі у своїх заходах, використовуючи психологічні маніпуляції та організаційні зусилля [8]. Сучасні трактування поняття пропаганди здебільшого асоціюються з процесом маніпулювання масовою психологією з метою досягнення певних пропагандистських цілей. Д. С. Барсамян відзначає, що пропаганда являє собою активне мобілізування інформації та аргументів із метою переконання людей у певній точці зору [9]. Н. Сноу визначає пропаганду як інструмент психологічної війни, яка спрямована на здійснення впливу на поведінку та дії людей у спосіб, який є сумісним із цілями національних інтересів держави, із метою формування чи підтримки певних ідеологічних, політичних чи соціальних установок та цінностей [10].

Як відзначає Ж. Денисюк, пропаганда є ефективним засобом інформаційно-психологічних воєн, тобто існує певне протистояння сторін, що виникає унаслідок конфлікту інтересів, що здійснюється шляхом умисного впливу на свідомість опонента, наприклад народу, колективу чи окремої особи, із метою когнітивного придушення і/або підпорядкування за допомогою застосування диференційованих заходів інформаційно-психологічного захисту від подібного впливу [5].

Таким чином, пропаганда здебільшого розглядається як механізм психологічного маніпулювання громадськістю з метою служіння інтересам держави, особливо в контексті військових дій. Важливо відзначити, що основною метою пропаганди є вплив на систему ідейних, суспільних та політичних установок особистості, де даний вплив може реалізовуватися шляхом формування нових установок або посилення/послаблення існуючих. Окрім того, інформація подається так, щоб отримувач був мотивований передати її далі.

На рис. 1 зображено диференційовані простори пропагандистського впливу, що використовуються для маніпулювання думкою та переконаннями громадян, які включають як масштабні, так і індивідуальні рівні впливу.



Рис. 1. Простори пропагандистського впливу

Примітки: власна розробка автора

Пропаганда, що відбувається у різних сферах інформаційного простору, має такі форми:

1. Світовий інформаційний простір пропаганди, який впливає на міжнародні відносини та формує думку міжнародної спільноти через глобальні медіа, міжнародні організації та політичних лідерів.

2. Міждержавний інформаційний простір пропаганди використовується країнами для зміцнення власної позиції, дискредитації супротивників та досягнення політичних цілей через офіційні заяви та дипломатичні канали.

3. Внутрішньодержавний інформаційний простір пропаганди спрямований на здійснення впливу на власне населення через політичні кампанії, розповсюдження державної ідеології та дії урядових структур.

4. Міжгруповий інформаційний простір пропаганди використовується для маніпулювання взаєминами між соціальними, етнічними або культурними групами через пропаганду, яка спрямована на підтримку або дискредитацію цих груп.

5. Інформаційний простір пропаганди «між особистістю та групою» орієнтований на взаємодію між окремими особами та соціальними групами, який спрямований на маніпулювання індивідуальними переконаннями, цінностями та ставленням до групових процесів у межах певної спільноти.

6. Міжособистісний інформаційний простір пропаганди відповідає за маніпуляцію взаєминами між окремими особами у політичних, економічних або особистих сферах через вплив на родинні, колегіальні або інші соціальні взаємини.

7. Внутрішньоособистісний інформаційний простір пропаганди спрямований на вплив на індивідуальні переконання та психологічний стан конкретної особи через релігійну, політичну або культурну пропаганду [11].

Варто відзначити, що простори пропагандистського впливу виявляють їх важливість у формуванні громадської думки та взаємодії між суб'єктами влади та населенням, де від світового до міжособистісного рівня пропа-

ганда здійснює вплив на переконання, поведінку та сприйняття світу.

Важливими характеристиками пропаганди є її інтерпретаційний характер та використання емоційно забарвлених даних у повідомленнях. Такий підхід звільняє людину від необхідності, а також можливості робити власні висновки щодо наданих фактів. Основною метою отримувача інформації стає лише ознайомлення з нею, не враховуючи можливості критичного аналізу або самостійного визначення позиції [12].

Пропаганда набуває великого значення в умовах інформаційної війни, оскільки успішне створення та реалізація пропагандистських заходів можуть забезпечити значну перевагу над противником. У воєнних конфліктах психологічна пропаганда використовується для формування відповідного сприйняття бойових подій, мобілізації громадян та підтримки військових. Пропаганда використовує різноманітні засоби комунікації та стратегії, щоб змінити переконання та ставлення людей до війни, конфлікту тощо, щоб мобілізувати їхню підтримку та сприяти досягненню стратегічних цілей в умовах воєнного протистояння [7].

Щодо психології мислення людей, то вони, як правило, використовують стереотипні ментальні моделі та поведінкові шаблони, які не піддаються критичному аналізу, утверджуючи тим самим основу для упереджень і стереотипів [13]. Згідно з концепціями та методами психологічної пропаганди, за досягнення змін у поведінці особи за допомогою психологічних маніпуляцій, керуючись її вкоріненими переконаннями та ставленнями, фактично відбувається захоплення свідомості, ураховуючи тимчасове пригнічення її критичного мислення.

Історично склалося так, що психологічна пропаганда здебільшого використовувалася правлячими елітами ще з часів становлення держав або суспільств із чисельністю понад мільйон осіб [14]. Цей підхід до впливу на свідомість та переконання індивідів був розповсюджений у всіх суспільствах світу протягом новітньої історії людства [15].

Незважаючи на переконання, пропаганда виявилася найбільш ефективною саме в демократичних режимах, де терпимість та повага до різних думок і способів життя є важливими аспектами демократичної культури та поведінки. Однак пропаганда може стати загрозою для демократії, оскільки її прихована мета полягає у тому, щоб спровокувати активну чи пасивну участь без демократичного обговорення, що є основою політичного ядра вільного суспільства. Як форма масового переконання пропаганда найбільш ефективна, коли вона пригнічує критичне мислення, виступаючи як природна альтернатива та єдиний метод мислення та дії, яка заснована на певних думках, переконаннях, цінностях та цілях.

Психологічна пропаганда може сприяти створенню політичного контексту, який буде сприятливим для зміни уявлень, через так зване попереднє переконання. Пропаганда може змінювати думки безпосередньо за допомогою друкованих та електронних засобів масової інформації або політичної пропаганди, а також вона може досягати своїх цілей підступно, приховуючи свої справжні наміри таким чином, що громадськість лише частково усвідомлює, що нею маніпулюють. Історик З. Земан виділяє такі види пропаганди:

1. *Біла пропаганда* – характеризується тим, що в ній використовуються заходи, які спрямовані на підкреслення певних аспектів або інформаційних подій. Відмінною особливістю даної категорії пропаганди є те, що вся інформація надається з джерелами, які вказуються для підтвердження достовірності поданих фактів або думок.

2. *Сіра пропаганда* – характеризується маніпулятивним або оманливим характером інформації, при цьому без вказання на конкретні джерела. Даний тип пропаганди може включати в себе різноманітні маніпулятивні та маніпуляційні методи для впливу на уявлення і переконання аудиторії без явного наводження підтверджень.

3. *Чорна пропаганда* – полягає у поширенні інформації, яка видається від імені ворога або третіх осіб, не пов'язаних з авторами пропагандистських матеріалів. Даний тип пропаганди має на меті порушити довіру аудиторії до інформації або особи, яка її поширює, а також її ціль полягає у тому, аби викликати паніку, конфлікти та недовіру [16].

Історично склалося так, що пропаганда під час війни може мати різні джерела та форми виявлення. Зазвичай вона походить від верхніх ешелонів уряду і відома як вертикальна пропаганда. Однак пропаганда може виникати знизу у внутрішній динаміці організованої групи чи установи та набувати форми горизонтальної пропаганди, наприклад від квазіурядових аналітичних центрів, редакцій газет чи активістів політичних груп [8].

Із психологічної перспективи пропаганда під час війни діє підступно, використовуючи людські упередження та стереотипи, що посилюють віру у величезну змовницьку мережу, де інший суб'єкт стає об'єктом зловісності. Люди сприймають психологічні характеристики «ворога» як особистісні, загальноновизнані та стійкі. З іншого боку, «ворог» колективно демонізується за допомогою стереотипів та спрощень, що є формою психодинамічної, параноїдальної проєкції, тоді як власна сторона розглядається як добра. Цей процес створення стереотипів або надмірного узагальнення щодо категорій людей та їхніх переконань, а також спрощення подій та їхніх причин до однієї або двох змінних описується в рамках

психодинамічної системи як форма параноїдальної проєкції, що розпалюється глибокими страхами та ненавистю.

Згідно з психодинамічною перспективою, людина проєктує свої негативні почуття на інших, при цьому основними почуттями є параноя або всепроникаюча недовіра та підозрілість до інших без достатньої фактичної бази [17]. Засоби масової інформації, включаючи як друковані, так і недруковані (телебачення, радіо, Інтернет, соціальні медіа, газети та журнали), посилюють психологічний вплив пропаганди.

Визнання важливості державного контролю та просування національних інтересів через пропаганду, особливо через засоби масової інформації, є доречним та актуальним у сучасному політичному контексті. Розповсюдження ідеологічних поглядів, підтримка внутрішньої стабільності та мобілізація суспільства можливі завдяки ефективному використанню масових медіа. Роль засобів масової інформації є надзвичайно важливою, оскільки вони часто є головними каналами для розповсюдження внутрішньої пропаганди або комунікації із власним народом.

Із психологічної перспективи використання пропагандистських методів у військових конфліктах може включати різні стратегії для впливу на свідомість та переконання учасників і спостерігачів. Ці стратегії можуть варіюватися від відволікання уваги від реальних військових утрат до використання білої пропаганди, що полягає у цензурі фотографій або відеоматеріалів із бойових дій та перебільшенні військових успіхів. Зокрема, у пропагандистських кампаніях проти ворога спостерігається використання широкомасштабних заходів: зламані офіційні та стратегічні вебсайти РФ; поширення на цифровому телебаченні в РФ правду про війну в Україні; блокування російських ресурсів, які поширювали брехню та пропаганду [18–20], публікація постів у соціальних мережах із метою деморалізації ворожих військ і змушення їх капітулювати [21].

Війна в Україні надала багато прикладів застосування психологічної пропаганди, які спрямовувалися на культивування страху, тривоги та ненависті серед етнічних росіян та іншого неукраїнського населення країни [22]. Основні цілі психологічної пропаганди у військових конфліктах полягають у намаганні ворога нав'язати різні психологічні стани та переконання серед населення для досягнення стратегічних цілей. Серед цих цілей варто відзначити такі:

1. Виклик страху серед населення шляхом демонізації противника та використання показової жорстокості.

2. Посів недовіри до власного командування, побратимів і союзників, що призводить до дезорганізації та розгубленості у власних рядах.

3. Виклик бажання капітуляції або укладення компромісів за будь-яку ціну, що сприяє зниженню морального духу та військової готовності.

4. Прискорення розколу суспільства шляхом підтримки внутрішніх конфліктів та пошуку ворогів усередині країни [16].

Проросійські голоси систематично маніпулювали та розповсюджували інформацію про звірства, приписуючи їх українській армії. Серед цих вигаданих звинувачень були масові могили закатованих цивільних, яких навіть використовували для торгівлі органами, спалювання врожаю для голодування, вербування дітей-солдатів, використання важкої зброї проти мирного населення та вчинення актів канібалізму. Варто відзначити, що фактично такі звірства були здійснені армією Російської Федерації на території України [21].

Для досягнення цих цілей використовуються різноманітні засоби психологічного тиску, зокрема:

– військові дії, що демонструють як показову жорстокість, так і гуманність до цивільного населення та військовополонених;

– економічні санкції, блокади, ембарго та фінансові впливи, які негативно впливають

на економічну стабільність та соціальні умови противника;

– дипломатичні маніпуляції, що включають укладання таємних союзів, інтриги та роз'єднання міжнародних альянсів;

– інформаційні атаки, включаючи використання маніпуляції та ботоферм для поширення фальшивих новин та дезінформації.

Прикладами психологічної пропаганди у військових конфліктах, наприклад, є використання факту повного оточення захисників Маріуполя або окупації Херсона для посилення емоційного впливу на аудиторію; інформаційні повідомлення про невдачі у координації дій між різними військовими частинами або неправильне розподілення ресурсів, а також меседжі, які акцентують на конфліктах між різними регіонами України (наприклад, між Сходом та Заходом країни), що спонукають до розколу в суспільстві та створюють напруженість між населенням тощо [23].

Інформаційний простір відіграє важливу роль у формуванні громадської думки та управлінні суспільством в умовах війни, де психологічні прийоми пропаганди стають надзвичайно важливими (рис. 2).

Основні прийоми психологічної пропаганди	
→	1. <i>Знецінення</i> : Маніпулятор штучно знижує значення обговорення питання, щоб дискредитувати аргументи опонента.
→	2. <i>Підвищення цінності</i> : Цей прийом полягає у тому, щоб підвищити цінність своїх висловів та знизити значення аргументів опонента.
→	3. <i>Дискредитація ідеї опонента</i> : Маніпулятор намагається відвести увагу від обговорюваної ідеї, зміщуючи акцент на особисті якості опонента.
→	4. <i>Подвійні стандарти</i> : Маніпулятор оцінює факти залежно від їх вигідності для особистих цілей.
→	5. <i>Гра слів</i> : Використання мовних прийомів для створення певних асоціацій або зміни значення висловлювань.
→	6. <i>Нерелевантність</i> : Маніпулятор відволікає увагу від обговорюваного питання, представляючи неналежну інформацію.
→	7. <i>«Солом'яне опудало»</i> : Маніпулятор присвоює опоненту фіктивні погляди або дії.
→	8. <i>«Крижана гора»</i> : Застереження або залякування опонента тим, що навіть незначний крок може мати серйозні наслідки.
→	9. <i>«Пастка точності»</i> : Використання сумнівних статистичних даних для підтримки своїх тверджень.
→	10. <i>«Чорна кішка»</i> : Приписування невдач і помилок непричетним особам.
→	11. <i>Поєднання</i> достовірної та недостовірної інформації в одному твердженні.
→	12. <i>«Три Так»</i> : Провокування опонента відповісти «так» на перші два запитання з метою отримання позитивної відповіді на третє, ключове для маніпулятора.

Рис. 2. Основні прийоми психологічної пропаганди

Примітки: сформовано автором на основі [24]

У військових конфліктах розуміння психологічних прийомів пропаганди є ключовим для критичного оцінювання інформації та пошук об'єктивних джерел даних із метою збереження своєї інтелектуальної незалежності та вільного вибору.

Таким чином, можемо зазначити, що у військових конфліктах психологічна пропаганда відіграє критичну роль у формуванні суспільної думки, мотивації та психологічного стану воїнів та цілого населення. Основні функції психологічної пропаганди у воєнному контексті включають:

1. Функцію мобілізації – полягає у тому, що психологічна пропаганда спрямована на мобілізацію громадян та військових до участі у війні, підтримки воєнних дій і зміцнення військового духу.

2. Дезінформаційну функцію – передбачає поширення неправдивої або перекрученої інформації з метою введення в оману противника або власного населення. Ця функція може включати розповсюдження фейкових новин, маніпуляцію фактами або приховування важливої інформації, перекручення подій та створення необхідного образу ворога.

3. Дестабілізуючу функцію – спрямована на створення психологічних напруг та конфліктів у ворожому таборі або серед власного населення, що може призвести до розпалювання міжетнічних або міжрегіональних конфліктів, залучення уваги до внутрішніх проблем країни або підкреслення недовіри до влади.

4. Психологічну функцію – відображає спробу впливу на психологічний стан противника, зміцнення віри у свою перемогу та підірвання морально-психологічного стану противника, що може бути досягнуто шляхом показу силових досягнень, підкреслення переваг власних сил або розповсюдження психологічного тиску на противника з метою збільшення його втоми, невпевненості та сприяти виникненню дезертирства, що може вплинути на ефективність його дій.

5. Функцію підтримки морального духу – спрямована на створення позитивного настрою та підтримку морального духу власних військ і населення, що сприяє підсиленню віри у перемогу та може посилити внутрішню єдність поміж населення.

6. Деморалізаційну функцію – передбачає використання пропаганди для поширення інформації про поразки, втрати та негативні аспекти діяльності противника з метою підірвати його моральний дух і вплинути на його бойові можливості.

6. Дипломатичну функцію – полягає у створенні позитивного настрою для мирного вирішення конфлікту шляхом підготовки суспільства до компромісу та примирення, що може включати зменшення агресивності й підтримку ідеї мирного врегулювання.

Таким чином, психологічна пропаганда відіграє важливу роль у воєнних конфліктах, оскільки здійснює вплив на емоційний, психологічний і моральний стан населення та військових, а також має відповідний ефект на загальний хід воєнних подій.

Висновки. На основі проведеного аналізу можемо стверджувати, що роль психологічної пропаганди у військових конфліктах є надзвичайно значущою і визначальною для впливу на масову свідомість та мотивацію учасників конфлікту. Установлено, що пропаганда є формою інформаційної зброї, яка спрямована на маніпулювання масовою свідомістю та нав'язування потрібної ідеології. Основна характеристика психологічної пропаганди полягає у її впливі на почуття та емоції населення, зокрема страх та любов, замість когнітивного аспекту. Керування людськими емоціями є значно легшим завданням порівняно з маніпулюванням розумом, що робить вплив психологічної пропаганди у військових конфліктах на населення дуже ефективним.

Практичне значення проведеного дослідження полягає у тому, що висновки та рекомендації автора можуть бути використані для розроблення навчальних програм та курсів із психологічної війни та інформаційної безпеки, які спрямовані на підготовку фахівців цієї сфери, а також підвищення обізнаності громадськості щодо методів впливу та маніпуляцій у сучасному інформаційному середовищі. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на вивчення ефективності різних стратегій психологічної пропаганди та контрпропаганди у різних конфліктних ситуаціях. Окрім того, важливим напрямом досліджень може стати вивчення психологічних механізмів, які покладені в основу ефективності психологічної пропаганди, таких як механізми впливу на емоції, переконання та сприйняття. Розуміння цих аспектів може допомогти розробити більш ефективні стратегії комунікації та впливу в умовах військових конфліктів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Кузьмук О.М., Любчук В.В. Пропаганда як зброя: соціальний дискурс. *Publishing House «Baltija Publishing»*. 2022. С. 976–982. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-121>.

2. Малик Я. Інформаційна війна і Україна. *Демократичне врядування*. 2015. Вип. 15. URL: <https://science.lpnu.ua/uk/dg/vsi-vypusky/vypusk-15-2015/informaciyna-viyna-i-ukrayina> (дата звернення: 15.02.2024).

3. Alguliyev R., Imamverdiyev Y., Mahmudov R., Aliguliyev R. Information security as a national security component. *Information Security Journal: A Global Perspective*, 2020. Vol. 30. P. 1–18. DOI: 10.1080/19393555.2020.1795323 (date of access: 15.02.2024).

4. Nissen E. The Weaponization of Social Media. @Characteristics_of_Contemporary_Conflicts. Royal Danish Defence College, 2015. 148 p.
5. Дроздов О.Ю. Картографічна пропаганда як метод інформаційно-психологічної війни. *Військова психологія у вимірах війни і миру: проблеми, досвід, перспективи* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар. участю, м. Київ, 12–13 лютого 2016 р. Київ, 2016. С. 39–42.
6. Pratkanis A., Aronson E. Age of propaganda: The everyday use and abuse of persuasion. NY : W. H. Freeman, 2001. 432 p.
7. Ellul J. Propaganda: The formation of men's attitudes. NY: Vintage Books, 1965.
8. Barsamian D. Stenographers to power: Media and propaganda. Monroee, ME: Common Courage Press, 1992. 352 p.
9. Snow N. (2002). Propaganda, Inc: Selling America's culture to the world, 3(2).
10. Денисюк Ж.З. Пропаганда та контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної політики. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія «Державне управління»*. 2021. № 2. Т. 32(71). С. 46–51.
11. Горбань Ю.О. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2015. № 1. С. 136–141.
12. Jones J.M. (1999). Prejudice and racism (2nd ed.). NY: McGraw-Hill.
13. Diamond J. Guns, germs, and steel: The fate of human societies. NY: Scribner, 1997. 480 p.
14. Tzu S., Minford J., Porter R., Raver L. The art of war: Barnes & Noble, 2004. 256 p.
15. Белей Л. Пропаганда: історія питання. *Uchoose*. 2021. URL: <https://uchoose.uacrisis.org/propaganda-istoriya-pytannya/> (дата звернення: 15.02.2024).
16. American Psychiatric Association. Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (4th ed., text revision). Washington, DC: American Psychiatric Publishing, 2000. 943 p.
17. Міністерство культури та інформаційної політики України. URL: <https://mkp.gov.ua/> (дата звернення: 15.02.2024).
18. Міністерство цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua/> (дата звернення: 15.02.2024).
19. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/> (дата звернення: 15.02.2024).
20. Seitz Dr.J. Propaganda and War. *SOJ Psychol*, 2018. Vol. 5(2). P. 1–7. DOI: <http://dx.doi.org/10.15226/2374-6874/5/2/0015>.
21. Opinions Russia's top 100 lies about Ukraine. *StopFake*. 2014. URL: <http://www.stopfake.org/en/russia-s-top-100-lies-aboutukraine> (дата звернення: 15.02.2024).
22. Белей Л. (2022). Пропаганда, психологічна війна й ІПСО. *UCHOOSE*. URL: <https://uchoose.uacrisis.org/propaganda-psychologichna-vijna-j-ipsol> (дата звернення: 15.02.2024).
23. Андрущенко Т.В., Зеленін В.В. Психологія політичної пропаганди. Методичні рекомендації для самостійної роботи студентів. Київ : Гнозис, 2022. 100 с.
24. Бойко О.Д. Політичне маніпулювання : навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2010. 432 с.