

І. В. Зайцева

кандидатка педагогічних наук, доцентка
доцентка кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури
e-mail: zivia@ukr.net, ORCID: 0000-0002-4149-2916

Державний податковий університет
вул. Університетська, 31, м. Ірпінь, Україна, 201800

ТЕОРІЇ КОМУНІКАЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Мета дослідження полягає в осмисленні ролі теорій комунікацій в інформаційній війні.

Методологія дослідження. Основою дослідження є інформаційний, аксіологічний, культурологічний, системний, діяльнісний підходи. Використано такі методи: аналізу й синтезу, індукції та дедукції, узагальнення – для визначення ролі теорій комунікацій в інформаційній війні.

Результати. У статті розглянуто поняття інформаційної війни та механізми інформаційного впливу на суспільство. Досліджено новітні теорії комунікацій, їх значення та роль в умовах інформаційної війни як ключового інструменту розробки стратегій контрпропаганди та боротьби з дезінформацією. Наголошено, що в межах інформаційної війни ефективна комунікація виконує низку ключових функцій, серед яких: забезпечення контролю над інформаційними потоками, формування суспільних наративів, вплив на емоції та поведінку людей. Розроблено рекомендації для ефективної інформаційної стратегії в умовах інформаційних загроз.

Новизна. Дослідження зосереджено на переосмисленні класичних теорій комунікації в поєднанні з новими підходами, що враховують роль соціальних мереж, алгоритмів та технологій поширення дезінформації. Особливий акцент зроблено на механізмах інформаційного впливу, психологічних аспектах сприйняття комунікацій та розробці стратегій протидії інформаційним загрозам.

Практичне значення. Практичне значення дослідження полягає у визначенні ефективних комунікаційних стратегій для протидії інформаційним атакам, маніпуляціям і дезінформації в умовах інформаційної війни. Результати дослідження можуть бути використані державними структурами, медіа, громадськими організаціями та бізнесом для розробки ефективних стратегій кризових комунікацій, протидії інформаційним атакам і дезінформації.

Ключові слова: інформація, комунікація, масова комунікація, теорії комунікацій, інформаційна війна, контрпропаганда.

І. Вступ

У сучасному світі інформація є важливим ресурсом, здатним формувати суспільні настрої, політичні рішення та навіть змінювати хід історії. В умовах глобалізації та швидкого розвитку інформаційних технологій інформація набуває все більшої ваги, стаючи не тільки засобом передачі знань, а й потужним інструментом впливу на суспільства, інститути влади, політичні режими та навіть на міжнародні відносини. У цьому контексті поняття «інформаційна війна» виступає як одна з основних категорій, що визначає нові реалії медіапростору, оскільки стала важливою складовою сучасних глобальних конфліктів, в яких масова комунікація виступає не лише як інструмент передачі інформації, а й як потужний механізм впливу.

Сучасні технології та глобалізація інформаційних процесів призвели до значних змін у способах передачі та сприйняття інформації, створюючи нові можливості та виклики для теорій комунікації. Оскільки в контексті інформаційної війни комунікація набуває особливої ваги та стає не тільки засобом управління громадською думкою, а й інструментом стратегічного впливу, маніпуляції, дезінформації та психологічного тиску, це висуває нові вимоги до теоретичних підходів, які мають пояснити й описати специфіку функціонування медіа в умовах конфліктів, де інформація часто є не просто повідомленням, а елементом боротьби. Також теорії комунікації допомагають з'ясувати, як інформація може бути організована, представлена та сприйнята різними аудиторіями та як її можна використовувати для маніпулювання свідомістю людей.

Від традиційних теорій масової комунікації до новітніх підходів, які враховують цифрові технології та глобальні інформаційні мережі, ці концепції є основою для аналізу та розробки стратегій в умовах інформаційної війни. Вивчення теорій комунікації в контексті сучасних конфліктів надає змогу краще зрозуміти, як медіа, у форматі інструменту масової комунікації, може бути елементом боротьби за владу, за інформаційну перевагу і, врешті-решт, за зміну соціальних, політичних і культурних реалій.

З огляду на ці особливості, дослідження ролі теорій комунікацій в умовах інформаційної війни є надзвичайно актуальним, оскільки надає змогу не лише вивчати методи впливу через медіа, а й розробляти ефективні стратегії для боротьби з дезінформацією для захисту інформаційної безпеки та збереження суспільної стабільності.

Інформаційною базою дослідження стали праці зарубіжних і вітчизняних науковців, серед яких С. Герасимчук, Я. Гнезділова, Ю. Горбань, М. Городок, О. Курбан, Ю. Микитюк, А. Пашенко, А. Стадник, M. Castells, T. Gillespie, H. Jenkins, F. Kishino, P. Milgram, C. Wardle.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження полягає в осмисленні ролі теорій комунікації в інформаційній війні.

Для досягнення поставленої мети передбачено розв'язати такі завдання: розглянути поняття «інформаційна війна» та механізми інформаційного впливу на суспільство; дослідити значення новітніх комунікаційних технологій для розробки стратегій контрпропаганди та боротьби з дезінформацією в умовах інформаційної війни; розробити рекомендації для створення ефективної інформаційної стратегії в умовах інформаційних загроз.

Основою дослідження є інформаційний, аксіологічний, культурологічний, системний, діяльнісний підходи. Використано такі методи: аналізу й синтезу, індукції та дедукції, узагальнення – для визначення ролі теорій комунікацій в інформаційній війні.

III. Результати

У сучасному світі інформація стала ключовим ресурсом, а її використання – важливим інструментом впливу на суспільство. Проблема інформаційної війни викликає все більший інтерес у науковців. Це новий тип конфлікту, який охоплює широкий спектр методів, спрямованих на маніпулювання свідомістю людей. Термін «інформаційна війна» вперше був введений американським дослідником М. Маклюеном, який стверджував, що істинно тотальна війна – це війна за допомогою інформації.

У сучасному світі, де дезінформація та маніпуляція часто слугують зброєю, здатність медіа забезпечувати доступ до достовірної інформації та протистояти інформаційним атакам стає ключовою в захисті демократії, суверенітету й прав людини.

Інформаційна війна – це комунікативна технологія впливу на інформацію та інформаційні системи противника з метою досягнення інформаційної переваги в інтересах національної стратегії, при одночасному захисті власної інформації та власних інформаційних систем [11, с. 86], це дії, розпочаті для досягнення інформаційної переваги шляхом завдання шкоди інформації, процесам, що базуються на інформації та інформаційних системах супротивника при одночасному захисті власної інформації, процесів, що базуються на інформації та інформаційних системах. Основні методи інформаційної війни – блокування або спотворення інформаційних потоків та процесів прийняття рішень супротивника. Мета інформаційної війни – послабити моральні й матеріальні сили супротивника або конкурента та зміцнити власні. Вона передбачає вжиття заходів пропагандистського впливу на свідомість людини в ідеологічній та емоційній сферах [4, с. 136].

Інформаційна війна є сучасною формою протистояння, де інформація використовується як стратегічний ресурс для впливу на масову свідомість та громадську думку. Українські дослідники активно вивчають це явище, аналізуючи механізми та наслідки інформаційного впливу на суспільство. Так, А. Г. Стадник зазначає, що інформаційна війна виступає не лише допоміжним механізмом реальної війни, але й самостійним засобом впливу на громадську думку. Він підкреслює, що «в руках ЗМІ інформація виступає як справжня зброя, націлена на масову свідомість» [11, с. 112].

У сучасному світі інформаційні технології та медіа стали потужними інструментами формування реальності. Через них здійснюється маніпуляція фактами, створення фейкових новин та поширення пропаганди. Це підтверджується випадками, коли під час конфліктів використовують фальшиві повідомлення для створення паніки серед населення.

Таким чином, розуміння процесів інформаційного впливу є критично важливим для забезпечення інформаційної безпеки суспільства. Дослідження українських науковців допомагають виявити ключові аспекти та механізми цього впливу, сприяючи розробці ефективних стратегій протидії дезінформації й захисту масової свідомості.

Ключові аспекти та механізми інформаційного впливу включають декілька рівнів маніпуляції, які використовують для формування суспільної думки, дестабілізації соціальних процесів та нав'язування вигідних наративів. Українські дослідники виділяють такі основні механізми:

- Одним із найпоширеніших способів інформаційного впливу є *зміщення акцентів у подачі фактів*, селективний підхід до фактів. Це може проявлятися у виборі лише тих фактів або аспектів подій, які підкріплюють певний наратив, ігноруючи інші важливі сторони. Це створює враження, що ситуація виглядає так, як хочуть її подати маніпулятори. Наприклад, висвітлення лише одного боку конфлікту чи відсутність інших перспектив може значно спотворити картину подій.

- У сучасному медіапросторі активно використовують *фейки для впливу на емоційний стан суспільства*. Фейкові повідомлення є не лише засобом маніпуляції, а й важливим інструментом створення альтернативної реальності. «Мозок схильний до того, щоб стежити за негативною

інформацією. Коли медіа-контент змушує нас сердитися, лякатися або сумувати, ми орієнтуємося на тривожну історію. Так ми намагаємось переконатися, що знаємо, як захистити себе. Тривога посилюється засобами масової інформації та змушує нас відчувати себе безпорадними і відчувати безнадійність» [6], що, у свою чергу, знижує їхню здатність критично оцінювати ситуацію. Це може призвести до дезорієнтації громадян, у яких зменшується довіра до традиційних джерел інформації та зростає сприйняття наявних загроз як набагато більших, ніж вони є насправді.

Такі новини часто поширюються через соціальні мережі, що надає їм змогу швидко охоплювати значні аудиторії.

- *Використання соціальних мереж як засобу впливу*: алгоритми соцмереж сприяють розповсюдженню певних наративів. Чим більше користувач взаємодіє з певним типом контенту, тим більше він занурюється в «інформаційну бульбашку». Це створює ефект замкненого кола, коли людина отримує лише ті новини, які відповідають її світогляду, що підсилює поляризацію суспільства.

- *Психологічний вплив через емоційну маніпуляцію*: інформаційні атаки часто будуються на використанні страху, гніву або співчуття для досягнення потрібного ефекту. Новини, які викликають сильні емоційні реакції, мають значно більший вплив, ніж нейтральні повідомлення. Як зазначає експерт з інформаційних воєн Д. Золотухін, «щоби привести людей у певну точку простору, щоби зманіпулювати ними й досягнути результату, потрібно згодувати їм певну інформацію, яка штовхатиме на емоційне сприйняття дійсності. А коли це відбудеться, емоція буде нівелювати критичне й аналітичне мислення і спонукатиме до дій. Саме через ці факти велика частина фейків крутиться навколо тем, які для нас природно та еволюційно дуже чутливі. Наприклад, діти. «Убили ребенка», «распяли мальчика», «бедные дети» [2].

- *Створення та просування пропагандистських наративів*: пропаганда базується на системному повторенні ключових ідей, що поступово формують потрібну картину світу. «Головним критерієм оцінки загрози в інформаційній сфері для нас була й залишається «повторюваність повідомлення». Якщо історію про «підірваного хлопчика» розповіли декілька тисяч разів на тих медіамайданчиках, які ми визначаємо як важливі, то навіть мені все одно – фейк це чи не фейк» [5]. Таким чином, через контрольовані медіа або бот-мережі в соцмережах певні повідомлення поширюються доти, поки вони не починають сприйматися як об'єктивна реальність.

- Один із важливих аспектів інформаційної війни – це *підриз довіри до урядових структур, національних ЗМІ та експертного середовища*. Коли люди перестають довіряти офіційним джерелам, вони стають більш уразливими до маніпуляцій. Це створює хаос у суспільстві та ускладнює боротьбу з дезінформацією.

Таким чином, інформаційний вплив на суспільство є багатшаровим процесом, що використовує різні механізми для досягнення політичних, економічних або соціальних цілей. Вивчення цих процесів та вироблення ефективних стратегій протидії є ключовим завданням сучасної інформаційної безпеки.

Ключову роль в інформаційних війнах відіграють медіа, виступаючи одночасно інструментом трансляції правди та майданчиком для маніпуляцій. Вони формують суспільні настрої, впливають на поведінку мас і стають засобом міжнародного впливу. Успішна протидія дезінформації та пропаганді вимагає від медіа не лише оперативності та достовірності, а й глибокого розуміння психологічних та соціальних механізмів сприйняття інформації. Ми погоджуємося з науковцями, які зазначають, що «масові комунікації – одна з найголовніших складових політичного процесу», наголошуючи, що медіа сьогодні є не лише носіями інформації, але й основними інструментами політичної боротьби [1, с. 20].

Роль медіа тісно пов'язана з багатьма теоріями комунікацій, які допомагають зрозуміти, як інформація передається, сприймається та використовується для впливу на суспільство. Особливо актуальним це стає в умовах інформаційних воєн, коли комунікація виступає не лише як засіб обміну інформацією, а і як стратегічний інструмент маніпуляції, пропаганди та психологічного впливу.

У сучасних умовах значного впливу набули цифрові технології, які змінюють як саму структуру медіа, так і підходи до їхнього використання. Соціальні мережі, як зазначає І. Літвінчук, «можуть впроваджувати різні алгоритми, що виявляють та прибирають дезінформаційний контент, або маркування контенту, який містить спростування дезінформації» [8, с. 183].

Використання новітніх теорій комунікації для розробки ефективних стратегій контрпропаганди та боротьби з дезінформацією в умовах інформаційної війни надає змогу забезпечити адекватну відповідь на виклики, що постають перед сучасним суспільством. Серед таких виокремлюємо теорії: мережевого суспільства, інформаційного розладу, алгоритмічного впливу, участі аудиторії, емоційного впливу, конвергенції медіа, «посилених реалій».

Теорія мережевого суспільства М. Кастельса пропонує потужний аналітичний інструментарій для розуміння інформаційної війни Росії проти України. Зокрема, вона надає змогу пояснити, як цифрові технології, глобальні мережі та контроль за інформаційними потоками стають ключовими засобами для ведення війни в сучасних умовах.

Зокрема, М. Кастельс зазначає, що в мережевому суспільстві влада залежить від здатності контролювати інформаційні потоки [12, с. 147]. У контексті російської агресії проти України це проявляється через масштабні дезінформаційні кампанії. Росія активно використовує медіаплатформи та соціальні мережі для поширення викривлених наративів, наприклад: російські медіа намагаються виправдати напад на Україну, поширюючи фейки про «нацистський режим» чи «загрозу російськомовному населенню»; через вірусний контент у глобальних мережах Росія намагається впливати на західну аудиторію, поширюючи меседжі про «неефективність» допомоги Україні або «неминучість капітуляції» тощо.

Одним із важливих механізмів є створення вірусного контенту, який швидко поширюється соціальними мережами, такими як Telegram, Twitter та Facebook. Наприклад: у перші дні повномасштабного вторгнення 2022 р. Росія запустила кампанію з поширення фейкових відео, які демонстрували нібито масову втечу українських військових, що мало на меті деморалізувати як українське суспільство, так і міжнародну спільноту [7, с. 147].

Паралельно створюються анонімні Telegram-канали, які виступають «інсайдерськими» джерелами, але поширюють неправдиву інформацію про ситуацію на фронті чи політичну нестабільність в Україні.

Однією з ключових ідей М. Кастельса є децентралізований характер влади в мережевому суспільстві. Це означає, що традиційні національні кордони перестають бути бар'єром для впливу. Росія активно використовує цю особливість, створюючи мережі впливу за межами своїх кордонів: через агітаторів і тролів у різних країнах країна-агресорка поширює пропаганду, спрямовану на аудиторії, які підтримують антиукраїнські чи антизахідні погляди. Вона також працює з інфраструктурою західних соціальних мереж для досягнення своїх цілей, використовуючи їхню глобальну доступність і високий рівень інтеграції.

Теорія мережевого суспільства чітко демонструє, що інформаційна війна Росії проти України – це не лише питання пропаганди, а й битва за контроль над глобальними інформаційними потоками. Використовуючи цифрові мережі, Росія намагається впливати на суспільну думку в Україні та за її межами, формуючи вигідні для себе наративи. Це ще раз підтверджує слова М. Кастельса: «Той, хто контролює інформаційні потоки, контролює владу» [12, с. 213].

Теорія інформаційного розладу, запропонована К. Вордл та Г. Деракшаном, досліджує феномен дезінформації, маніпуляції інформацією та механізми її поширення через цифрові медіа. Автори визначають три типи інформаційного розладу: дезінформація, місінформація та малінформація [16, с. 10], які російська пропаганда систематично використовує для досягнення політичних і військових цілей у російсько-українській війні.

Дезінформація – навмисно фальшива інформація для маніпуляції: російські пропагандисти створюють і поширюють фейкові новини, які мають дестабілізувати суспільство та викликати недовіру до влади в Україні. Наприклад, у 2022 р. через соціальні мережі поширювалися відео, які нібито показували «масові жертви» серед цивільного населення через дії ЗСУ, що виявилися фальсифікацією. Інший приклад – заяви російських офіційних осіб про «лабораторії зі створення біологічної зброї» в Україні, що викликали паніку серед частини міжнародної спільноти.

Місінформація – ненавмисне поширення неправдивої інформації: часто російські дезінформаційні кампанії призводять до ненавмисного поширення викривленої інформації іншими користувачами. Наприклад, спотворені дані про кількість жертв серед цивільних або неправдиві повідомлення про «здачу» українських міст потрапляють у стрічки новин через репости та коментарі звичайних користувачів.

Малінформація – поширення правдивої інформації з метою завдання шкоди: Росія часто використовує правдиву інформацію, але з маніпулятивним контекстом, щоб дискредитувати Україну чи західних союзників. Наприклад, витоки окремих конфіденційних даних (як-от перехоплені розмови українських військових), які подаються як «докази» корупції чи неефективності військового керівництва.

Теорія інформаційного розладу підкреслює, що цифрові платформи є основними каналами для поширення маніпулятивного контенту. У контексті російсько-української війни ці платформи відіграють важливу роль:

- Telegram використовується для створення ілюзії «інсайдерської інформації» через анонімні канали, які поширюють як дезінформацію, так і місінформацію.
- TikTok став популярним серед молоді для поширення фейкових відео про бойові дії, які часто створюються в розважальній формі, але впливають на сприйняття реальних подій.
- Facebook і Twitter (X) активно використовуються троями та ботами для поширення фейків про воєнні успіхи Росії або проблеми в Україні.

Російська інформаційна війна використовує принципи теорії інформаційного розладу для досягнення низки стратегічних цілей: деморалізація українського населення шляхом створення фейкових новин про поразки ЗСУ, високі втрати серед цивільного населення та «нездатність» міжнародної спільноти допомогти; розкол міжнародної спільноти через поширення малінформації про неефективність санкцій або «егоїзм» західних країн у допомозі Україні; зміна громадської думки

на Заході через спрямування інформаційних кампаній на аудиторії, які вже мають антиукраїнські чи антизахідні настрої, щоб посилити ці переконання.

Основні аспекти використання теорії інформаційного розладу в контрпропаганді: 1) ідентифікація типів інформаційного розладу; 2) розробка систем моніторингу та аналізу, зокрема, використання технологій штучного інтелекту для аналізу контенту в соціальних мережах і виявлення аномальних патернів поширення інформації, створення команд аналітиків для дослідження механізмів поширення фейків, зокрема через бот-мережі або організовані групи; 3) протидія через прозорість інформації, яка включає оперативне поширення перевіреної інформації через урядові канали та медіа, запровадження фактчекінгових платформ, які розвінчують неправдиву інформацію в реальному часі, залучення громадянського суспільства для створення незалежних і прозорих платформ фактчекінгу; 4) емоційний контент як інструмент впливу шляхом створення емоційно резонуючого контенту, який протидіє фейкам: відео- та фотоматеріалів, які показують реальні наслідки дезінформаційних кампаній, особистих історій, що демонструють руйнівний вплив пропаганди, наприклад, на сім'ї або громади; 5) освіта та медіаграмотність: упровадження навчальних програм, які пояснюють, як аналізувати джерела інформації та виявляти ознаки фейків; проведення інформаційних кампаній для аудиторій усіх вікових категорій про загрози, пов'язані з інформаційними війнами.

Теорія інформаційного розладу була ефективно реалізована в Україні після початку повномасштабного вторгнення Росії у 2022 р. у вигляді:

- виявлення фейків: українські ініціативи, як-от StopFake і VoxCheck, систематично аналізують російську пропаганду, розвінчуючи фейкові повідомлення в медіа;
- інформування міжнародної аудиторії: український уряд використовує соціальні мережі для розповсюдження перевіреної інформації, зокрема через офіційні акаунти, такі як @Ukraine у Twitter;
- підвищення медіаграмотності: програми від громадських організацій та освітніх установ вчать громадян критично ставитися до інформації та аналізувати джерела. Наприклад, на часі ГО «Детектор медіа» і Spinus Agency у співпраці з ЮНЕСКО проводять кампанію «Медіаграмотність – це свобода», яка має на меті підвищити рівень медійної та інформаційної грамотності серед українців і акцентувати увагу на важливості критичного мислення та навичках протидії дезінформації у воєнний час. «Для нас ця робота є надзвичайно важливою під час війни, коли українці активно користуються соцмережами для отримання інформації та стикаються з необхідністю відрізнити правдиву інформацію від хибної, зокрема створеної за допомогою ШІ», – підкреслила К'яра Децці Бардескі, голова Бюро ЮНЕСКО в Україні [9].

Теорія інформаційного розладу є фундаментом для побудови ефективної контрпропаганди. Вона допомагає зрозуміти, як працює пропаганда, та розробити інструменти для її нейтралізації. У сучасній війні проти дезінформації саме поєднання технологічних, освітніх і комунікаційних стратегій на основі цієї теорії дає змогу ефективно протистояти інформаційним атакам.

Теорія алгоритмічного впливу досліджує, як алгоритми цифрових платформ впливають на доступ до інформації, формування «інформаційних бульбашок» та поляризацію суспільства. Алгоритми, які керують новинними стрічками в соціальних мережах і пошуковими системами, не тільки визначають, який контент бачить користувач, але й формують їхні переконання та емоції. Тарлтон Гіллеспі зазначає, що алгоритми не лише сортують інформацію, але й формують наші погляди, створюючи середовище, яке «відображає нашу інформаційну упередженість» [13, с. 138]. У контексті інформаційної війни Росії проти України ця теорія надає змогу зрозуміти, як алгоритмічні системи використовуються для маніпулювання громадською думкою.

Варто зазначити, що алгоритми соціальних мереж, таких як Facebook, YouTube чи Twitter (X), сприяють створенню інформаційних бульбашок, коли користувачі взаємодіють лише з контентом, який підтверджує їхні переконання. Під час війни Росія активно використовує ці механізми, поширюючи дезінформацію серед проросійської аудиторії в Україні та за її межами. Наприклад, російські платформи та боти створюють контент, який підтверджує фальшиві наративи, такі як «нацизм в Україні» або «західний контроль над Києвом».

Алгоритми, налаштовані на збільшення взаємодії, віддають перевагу емоційно зарядженому контенту, що сприяє поляризації суспільства. Російська пропаганда використовує цю властивість для поширення емоційного контенту, який викликає гнів, страх або ненависть, наприклад, через відео «жахів війни», звинувачення в злочинах ЗСУ або підкреслення культурних розбіжностей між українцями й росіянами.

Алгоритми рекламних платформ, таких як Google Ads чи Facebook Ads, надають змогу Росії запускати таргетовані інформаційні кампанії. Наприклад, у 2014–2022 рр. проросійські медіа активно використовували таргетовану рекламу для просування контенту, який дискредитував Україну в очах міжнародної спільноти.

У використанні алгоритмічного впливу Росія послуговується такими інструментами, як:

- бот-мережі та фейкові акаунти, які поширюють пропагандистський контент, підвищуючи його видимість у соціальних мережах. Наприклад, під час повномасштабного вторгнення 2022 р. тисячі

акаунтів синхронно публікували повідомлення, які звинувачували Захід у «провокації війни» та виправдовували дії Росії;

– алгоритмічні маніпуляції: використання ключових слів, хештегів і оптимізації пошукових запитів дозволяє російській пропаганді займати високі позиції в результатах пошуку. У цьому контексті ми можемо говорити про пропагандистські наративи, які активно просуваються через хештеги, такі як #StopNaziUkraine, збираючи велику кількість переглядів завдяки алгоритмам TikTok і Twitter. Також російські пропагандисти використовують YouTube для поширення відео, які подають фальшиві докази «злочинів» української армії. Завдяки алгоритмам платформи такі відео часто рекомендуються користувачам, які вже дивилися подібний контент. Алгоритми TikTok, налаштовані на поширення відео з високим рівнем взаємодії, використовуються для створення коротких, емоційно заряджених роликів, які дискредитують українську армію або героїзують дії російських військових;

– фейкові новини в Google Search: під час ключових подій, як-от звільнення українських територій, російські медіа активно публікують матеріали з маніпулятивними заголовками, які оптимізовані для потрапляння у верхні результати пошуку.

Росія використовує алгоритмічний вплив для деморалізації населення України, поширюючи дезінформацію про «поразки» української армії; маніпуляції міжнародною думкою, впливаючи на аудиторію в США, Європі та інших регіонах, через таргетовану рекламу та вірусний контент; дискредитації західної допомоги, просування ідей про «неефективність санкцій» або «західний контроль над Україною».

Теорія алгоритмічного впливу розкриває, як Росія використовує алгоритми цифрових платформ для посилення ефективності своєї інформаційної війни. Маніпулювання алгоритмами надає змогу не тільки створювати вірусний контент, а й цілеспрямовано формувати думки різних аудиторій. Розуміння цих механізмів є ключовим для розробки контрпропагандистських стратегій для подолання інформаційної поляризації через просування альтернативних точок зору, які можуть протистояти російським інформаційним атакам.

Теорія участі аудиторії, запропонована Г. Дженкінсом, фокусується на активній ролі аудиторії у створенні, поширенні та модифікації контенту в цифровому середовищі. Автор зазначає: «Участь аудиторії формує новий тип культурної взаємодії, де споживачі стають творцями» [14, с. 57].

У контексті сучасної інформаційної війни ця теорія набуває особливого значення, оскільки цифрові платформи стали не лише майданчиками для поширення інформації, але й інструментами мобілізації громадянського суспільства.

Українська аудиторія бере активну участь у викритті російської дезінформації, поширюючи факти про війну через соціальні мережі. Наприклад, звичайні громадяни фіксують наслідки російських атак і публікують ці матеріали на таких платформах, як Twitter, TikTok чи Telegram. Користувачі соціальних мереж долучаються до розслідувань, перевіряють достовірність інформації, публікують факти про пересування російських військ. Ще одним із прикладів є ініціатива «Інформаційний спротив», яка залучає громадськість до збору даних про воєнні злочини Росії.

У межах культури участі аудиторія стає частиною процесу модерації контенту, зокрема шляхом позначення дезінформації. Наприклад, у Facebook українські користувачі масово повідомляють про пости з неправдивою інформацією, сприяючи їхньому видаленню.

Росія також активно використовує принципи культури участі для поширення пропаганди через такі інструменти, як: створення «активістських» спільнот, коли проросійські групи залучають користувачів до створення та поширення пропагандистського контенту; бот-мережі та фейкові акаунти, де неіснуючі користувачі беруть участь у маніпулятивних дискусіях, створюючи ілюзію громадської підтримки російських наративів.

Прикладами участі аудиторії в українському контексті є відео з місць бойових дій, де українці фіксують реальні події, наприклад: наслідки обстрілів, успіхи ЗСУ або злочини російських військ. Такі матеріали стають вірусними, формуючи глобальну підтримку України; також проєкт StopFake, як приклад ініціативи, де аудиторія бере участь у викритті пропаганди. Користувачі надсилають матеріали для перевірки, що надає змогу ефективніше виявляти неправдивий контент; флешмоби в соціальних мережах, що організовує українська аудиторія, наприклад #StandWithUkraine, які стають потужними інструментами формування міжнародної думки.

Сила культури участі в протидії російській пропаганді полягає у швидкості поширення контрпропаганди: аудиторія має можливість миттєво реагувати на пропаганду, створюючи викривальний контент. Наприклад, у TikTok відео, які спростовують російські фейки, часто стають вірусними завдяки активній участі користувачів; у колективній перевірці фактів, де аудиторія спільно працює над викриттям дезінформації, що допомагає значно підвищити ефективність боротьби з пропагандою; а також мобілізація міжнародної спільноти, коли користувачі з усього світу беруть участь у поширенні правдивої інформації про події в Україні, зокрема через платформи Reddit чи Twitter.

Отже, теорія участі аудиторії демонструє, як активна роль громадян у створенні та поширенні контенту змінює динаміку інформаційної війни. У контексті війни Росії проти України культура

участі стала важливим інструментом не лише для викриття дезінформації, але й для мобілізації підтримки України на міжнародному рівні. Розуміння цієї теорії дозволяє ефективніше використовувати потенціал аудиторії у протистоянні пропаганді.

Теорія конвергенції медіа, розроблена Г. Дженкінсом, пояснює, як об'єднання різних медіаформатів впливає на інформаційний простір, дозволяючи створювати контент, який одночасно функціонує на кількох платформах. На думку Г. Дженкінса, «конвергенція медіа – це не просто технологічний процес; це культурна зміна, яка стосується способу створення, розповсюдження та споживання контенту» [14, с. 113].

Росія активно використовує принципи конвергенції медіа для поширення дезінформації, об'єднуючи традиційні медіа (телебачення, друковані ЗМІ) із цифровими платформами (соціальні мережі, блоги, месенджери). Російські державні медіа, такі як RT та Sputnik, створюють дезінформаційний контент, який потім поширюється через соціальні мережі, YouTube та Telegram-канали. Наприклад, фейки про «біолабораторії» в Україні почали з'являтися у телепрограмах, а згодом активно поширювалися через платформи, такі як Twitter та TikTok. Конвергенція надає змогу російським пропагандистам залучати аудиторію через інтерактивні технології: коментарі, опитування, флешмоби. Це створює ілюзію залучення глядачів у процес створення контенту.

Україна, розуміючи важливість конвергенції медіа, також використовує цей підхід для боротьби з дезінформацією. Офіційні джерела, такі як Міністерство оборони, Офіс Президента, активно поширюють правдиву інформацію через телебачення, Twitter, Instagram, TikTok, Telegram. Прикладом можуть слугувати виступи Президента України Володимира Зеленського, які одночасно транслюються через традиційні ЗМІ та цифрові платформи, що забезпечує їх максимальне охоплення.

Українські ініціативи, такі як UAnimals або United24, об'єднують різні медіаформати (відео, зображення, тексти), щоб створювати емоційно насичений контент, який стає вірусним у соціальних мережах. Наприклад, канал «Труха Україна» швидко передає новини, відео та фотографії з місць подій, об'єднуючи аудиторію. Українські активісти створюють короткі відеоролики, які пояснюють ключові аспекти війни (наприклад, наслідки обстрілів). Ці відео одночасно з'являються на YouTube, TikTok та в Instagram.

Російська пропаганда часто використовує старі фото або відео, додаючи до них нові наративи, щоб одночасно поширювати дезінформацію на різних платформах. Наприклад, фейкові історії про «захоплені території» спочатку з'являються у Telegram, а потім ретранслюються через YouTube та телеканали.

Конвергенція медіа сприяє інтеграції традиційних та нових платформ у єдину комунікаційну систему. У контексті інформаційної війни Росії це надає змогу ефективніше поширювати пропаганду; Україні – створює можливість оперативно доносити правду до широкої аудиторії.

Як зазначає Г. Дженкінс, «ті, хто зрозуміє і використає силу конвергенції, будуть контролювати потоки інформації у майбутньому» [14, с. 224]. На підтвердження слів дослідника, український досвід доводить, що конвергенція медіа є важливим інструментом у боротьбі за інформаційну перевагу.

Теорія «посилених реалій» виникла у зв'язку з розвитком доповненої та віртуальної реальності. Ця теорія відображає, як нові медіа змінюють способи сприйняття інформації та взаємодію аудиторії з медіаконтентом. Згідно з дослідженням П. Мілгрема та Ф. Кішіно, «доповнена реальність є проміжною ланкою між реальним і віртуальним світом, розширюючи можливості взаємодії через інтеграцію цифрових елементів у реальний простір» [15, с. 1324]. У контексті сучасної інформаційної війни Росії проти України технології AR і VR використовуються для створення і поширення як пропагандистських, так і контрпропагандистських наративів.

Росія використовує «посилені реалії» через симуляцію «альтернативних реалій», коли пропагандисти послуговуються технологіями, які інтегрують AR і VR у свої медіанаративи. Наприклад: відео, створені за допомогою технологій VR, поширюють фейкові сцени бойових дій, щоб спотворити реальну ситуацію на фронті. Інтерактивні мапи, що нібито показують «захоплені території» України, створюють ілюзію домінування російських військ. AR-технології використовуються для створення візуалізацій, що підсилюють пропагандистські меседжі. Наприклад, мобільні додатки, які демонструють «зруйновані об'єкти», маніпулюють емоціями глядачів, пропонуючи хибні дані про події.

Україна теж активно використовує технології AR і VR, щоб доносити правдиву інформацію й спростовувати російську пропаганду. Це відбувається через віртуальні екскурсії по знищених містах, які показують руйнування, спричинені російськими військами. Такі проекти дозволяють міжнародній аудиторії побачити наслідки війни на власні очі. Наприклад, проект «War Up Close» надає можливість відчувати атмосферу зруйнованих Бучі, Ірпеня та Маріуполя через VR-окуляри.

Також технології доповненої реальності використовують для інтерактивних кампаній, які викривають дезінформацію. Наприклад: AR-додатки, що накладають правдиві дані на спотворені зображення, допомагають аудиторії ідентифікувати фейки. Крім того, Україна використовує VR

для візуалізації ключових моментів війни, таких як оборона Маріуполя або успішні контрнаступи. Це дозволяє створювати сильний емоційний зв'язок з аудиторією.

Прикладом практичного застосування «посилених реалій» є проєкт «Ukraine in AR», що використовує AR для демонстрації руйнувань в українських містах: користувачі можуть відсканувати QR-код і побачити тривимірну модель зруйнованого будинку в Харкові, розміщену в реальному просторі. Також Україна представляє VR-тури по зонах конфлікту на міжнародних конференціях, щоб донести реальні масштаби трагедії.

«Посилені реалії» відіграють важливу роль у сучасних інформаційних війнах, адже вони не лише змінюють спосіб подачі інформації, але й впливають на те, як аудиторія її сприймає. Україна ефективно використовує ці технології, щоб викривати пропаганду та забезпечувати прозорість у комунікаціях.

Отже, ефективна інформаційна стратегія в умовах інформаційних воєн має базуватися на комплексному підході, що враховує:

по-перше, пріоритетність достовірності та прозорості. Забезпечення точності інформації є фундаментом довіри аудиторії. У боротьбі з дезінформацією важливо оперативно спростовувати фейки, надаючи чіткі докази й офіційні підтвердження. Використання відкритих джерел і фактчекінгу має стати основою для медійних повідомлень;

по-друге, застосування багатоканальної комунікації. Інформаційна стратегія має охоплювати різні платформи: соціальні мережі, традиційні медіа, мобільні додатки тощо. Це надає змогу досягти різних груп аудиторії, враховуючи їхні вікові, соціальні та культурні особливості;

по-третє, використання новітніх технологій та інноваційних форматів. Інтеграція доповненої реальності (AR), віртуальної реальності (VR) й інтерактивного контенту може значно підвищити залучення аудиторії. Наприклад, створення VR-турів по зонах бойових дій дозволяє міжнародній спільноті побачити реальний масштаб подій;

по-четверте, акцент на емоційний вплив. У контексті теорії емоційного зараження, контент, що викликає сильні емоції, має більше шансів стати вірусним. Розповіді очевидців, історії людей, які постраждали від війни, або візуалізації, що демонструють наслідки конфлікту, створюють емоційний зв'язок з аудиторією;

по-п'яте, залучення аудиторії до активної участі. Відповідно до теорії участі аудиторії, громадяни можуть стати активними комунікаторами, створюючи, поширюючи й модифікуючи контент;

по-шосте, адаптація повідомлень до цільової аудиторії. Кожна аудиторія потребує специфічного підходу. Для молоді ефективними є візуальні формати та короткі відео в соціальних мережах, тоді як для міжнародної спільноти важливі аналітичні звіти та офіційні прес-релізи;

по-сьоме, побудова довгострокових стратегічних альянсів. Співпраця з міжнародними організаціями, незалежними медіа та громадськими активістами сприяє глобальному поширенню достовірної інформації та посиленню протидії дезінформації;

нарешті, моніторинг і аналіз ефективності. Регулярний аналіз впливу інформаційної кампанії надає змогу коригувати стратегію, фокусуючись на найефективніших каналах і підходах. Використання аналітичних інструментів і зворотного зв'язку від аудиторії забезпечує гнучкість та адаптивність.

Реалізація цих рекомендацій допоможе створити стійку та дієву інформаційну стратегію, яка не лише протистоятиме дезінформації, але й активно формуватиме позитивний порядок денний.

IV. Висновки

Таким чином, теорії комунікації відіграють ключову роль у розумінні механізмів інформаційної війни та розробці ефективних стратегій протидії дезінформації. У сучасному світі, де інформація стала стратегічним ресурсом, а медіа – полем битви за свідомість людей, класичні та новітні теорії комунікації забезпечують теоретичну основу для аналізу й реагування на інформаційні виклики. Синергія цих теорій забезпечує комплексне розуміння інформаційного середовища та допомагає створювати стратегії, що відповідають сучасним викликам. Застосування теоретичних підходів у поєднанні з інноваційними технологіями надає змогу протистояти дезінформації, зміцнювати довіру до достовірних джерел і забезпечувати інформаційну безпеку суспільства. У підсумку, ефективне використання теорій комунікації в умовах інформаційної війни сприяє не лише захисту, а й формуванню позитивного та об'єктивного інформаційного простору, в якому пріоритетними є достовірність, критичне мислення та стійкість до маніпуляцій. Це, у свою чергу, сприяє зміцненню суспільної свідомості, підвищенню рівня медіаграмотності та формуванню стійкої комунікаційної стратегії, здатної адаптуватися до нових викликів інформаційного середовища.

Список використаної літератури

1. Абетка політична. Засоби масової інформації і політика : навч. посіб. / упоряд. : С. В. Герасимчук, М. Д. Городок, Ю. В. Микитюк. 11-е вид., доп. і перероб. Київ : Березовська, 2016. 48 с.
2. Білоусенко О. Що таке інформаційно-психологічні операції і як їх розпізнати. *Детектор медіа*. URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/29009/2022-02-23-shcho-take-informatsiynopsykhologichni-operatsii-i-yak-ikh-rozpiznaty/> (дата звернення: 08.02.2025).

3. Гнезділова Я. В. Емоційна маніпуляція: техніки і технології впливу. *Мова і культура*. 2015. № 18 (4). С. 171–176. URL: <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/1210> (дата звернення: 08.02.2025).
4. Горбань Ю. О. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2015. № 1. С. 136–141.
5. Золотухін Д. Матриця загроз інформаційної сфери. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/186798/2021-04-08-matrytsya-zagroz-informatsiynoi-sfery/> (дата звернення: 08.02.2025).
6. Інформаційна булімія, медіадієта та інфодетокс. *Artefact*. URL: <https://artefact.live/> (дата звернення: 08.02.2025).
7. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі : навч. посіб. Київ : ВІКНУ, 2016. 286 с.
8. Літвінчук І. С. Дезінформація в соціальних мережах: алгоритми протидії. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Т. 34 (73). № 1. 2023. С. 181–186.
9. Медіаграмотність – це свобода: в Україні запустили комунікаційну кампанію з протидії дезінформації. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/234946/2024-11-21-mediagramotnist-tse-svoboda-v-ukraini-zapustyly-komunikatsiynu-kampaniyu-z-protydii-dezinformatsii/> (дата звернення: 08.02.2025).
10. Пашенко А. Методи та складові сучасної інформаційної війни, вивчення її впливу на свідомість та поведінку людей. *Збірник наукових праць психолого-педагогічні проблеми сучасної школи*. 2023. № 2 (10). С. 83–90.
11. Стадник А. Н. Інформаційна війна як комунікативна технологія впливу на масову свідомість та громадську думку. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*. 2015. № 19 (1). С. 111–115.
12. Castells M. The rise of the network society. Oxford : Blackwell Publishing, 2010. 509 p.
13. Gillespie T. Custodians of the Internet: Platforms, Content moderation, and the hidden decisions that shape social media. London : Yale University Press, 2018. 288 p.
14. Jenkins H. Convergence culture: Where old and new media collide. New York : NYU Press, 2006. 308 p.
15. Milgram P., Kishino F. A taxonomy of mixed reality visual displays. *IEICE Transactions on Information and Systems*. 1994. № E77-D. P. 1321–1329. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.102.4646> (date of request: 08.02.2025).
16. Wardle C., Derakhshan H. Information disorder: Toward an Interdisciplinary framework for research and policymaking. Strasbourg : Council of Europe, 2017. 90 p.

References

1. Herasymchuk, S. V., Horodok, M. D., & Mykytyuk, Yu. V. (Eds.). (2016). *Abetka politychna, Zasoby masovoi informatsii i polityka* [Political alphabet. Media and politics]. (11th ed). Kyiv: Berezovska [in Ukrainian].
2. Bilousenko, O. (2022). Shcho take informatsiino-psykholohichni operatsii i yak yikh rozpoznyaty [What are informational and psychological operations and how to recognize them]. *Detektor media*. Retrieved from <https://ms.detektor.media/manipulyatsii/post/29009/2022-02-23-shcho-take-informatsiino-psykholohichni-operatsii-i-yak-ikh-rozpoznyaty/> [in Ukrainian].
3. Hnezdilova, Ya. V. (2015). Emotsiina manipulyatsiia: tekhniki i tekhnolohii vplyvu [Emotional manipulation: techniques and technologies of influence]. *Mova i kultura*, 18 (4), 171–176. Retrieved from <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/1210> [in Ukrainian].
4. Horban, Yu. O. (2015). Informatsiina viina proty Ukrainy ta zasoby yii vedennia [Information war against Ukraine and the means of waging it]. *Visnyk Natsionalnoi akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezidentovi Ukrainy*, 1, 136–141 [in Ukrainian].
5. Zolotukhin, D. (2021). Matrytsia zahroz informatsiynoi sfery [Information threat matrix]. *Detektor media*. URL: <https://detector.media/infospace/article/186798/2021-04-08-matrytsya-zagroz-informatsiynoi-sfery/> [in Ukrainian].
6. Informatsiina bulimiia, mediadiieta ta infodetoks [Informatsiyna bulimiya, mediadiyeta ta infodetoks]. (2024). *Artefact*. Retrieved from <https://artefact.live/> [in Ukrainian].
7. Kurban, O. V. (2016). Suchasni informatsiini viiny v merezhevomu on-lain prostori [Modern information wars in the online network space]. Kyiv: VIKNU [in Ukrainian].
8. Litvinchuk, I. S. (2023). Dezinformatsiia v sotsialnykh merezhakh: alhorytmy protydii [Disinformation on social networks: Countermeasure algorithms]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiia. Zhurnalistyka*, 34 (73), 181–186 [in Ukrainian].
9. Mediahramotnist – tse svoboda: v Ukraini zapustyly komunikatsiynu kampaniiu z protydii dezinformatsii [Media literacy is freedom: Ukraine launches communication campaign to combat disinformation]. (2024). *Detektor media*. Retrieved from <https://detector.media/infospace/article/234946/2024-11-21-mediagramotnist-tse-svoboda-v-ukraini-zapustyly-komunikatsiynu-kampaniyu-z-protydii-dezinformatsii/> [in Ukrainian].

10. Pashchenko, A. (2023). Metody ta skladovi suchasnoi informatsiinoi viiny, vyvchennia yii vplyvu na svidomist ta povedinku liudei [Methods and components of modern information warfare, studying its impact on people's consciousness and behavior]. *Zbirnyk naukovykh prats psykholoho-pedahohichni problemy suchasnoi shkoly*, 2 (10), 83–90 [in Ukrainian].
11. Stadnyk, A. H. (2015). Informatsiina viina yak komunikativna tekhnolohiia vplyvu na masovu svidomist ta hromadsku dumku [Information warfare as a communicative technology for influencing mass consciousness and public opinion]. *Naukovo-teoretychnyi almanakh «Hrani»*, 19 (1), 111–115 [in Ukrainian].
12. Castells, M. (2010). *The rise of the network society*. Oxford: Blackwell Publishing [in English].
13. Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. London: Yale University Press [in English].
14. Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: NYU Press [in English].
15. Milgram P., & Kishino F. (1994). A taxonomy of mixed reality visual displays. *IEICE Transactions on Information and Systems*, E77-D, 1321–1329. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.102.4646> [in English].
16. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an Interdisciplinary framework for research and policymaking*. Strasbourg: Council of Europe [in English].

Стаття надійшла до редакції 13.02.2025.

Received 13.02.2025.

Zaitseva I. Application of Communication Theories in Information Warfare

The purpose of the article is to investigate the role of communication theories in information warfare.

Research methodology. The study is based on informational, axiological, cultural, systemic, and activity-based approaches. The following methods were used: analysis and synthesis, induction and deduction, and generalization to determine the role of communication theories in information warfare.

Results. The article examines the concept of information warfare and the mechanisms of information influence on society. The latest theories of communication are studied, their significance and role in the conditions of information warfare, as a key tool for developing counter-propaganda strategies and combating disinformation. It is emphasized that within the framework of information warfare, effective communication performs a number of key functions, including: ensuring control over information flows, forming social narratives, influencing people's emotions and behavior. Recommendations for an effective information strategy in the conditions of information threats are developed.

Novelty. The study focuses on reinterpreting classical communication theories in combination with new approaches that consider the role of social networks, algorithms, and technologies for spreading disinformation. Special emphasis is placed on mechanisms of informational influence, psychological aspects of communication perception, and the development of strategies to counter information threats.

Practical significance. The research findings can be used by government institutions, media, public organizations, and businesses to develop effective crisis communication strategies, counter information attacks and disinformation, as well as in practical media activities and in the study of professional courses in Journalism.

Key words: information, communication theories, information warfare, modern communication theories, counter-propaganda.