

Чорноморський національний університет імені Петра Могили
(повне найменування вищого навчального закладу)

Навчально-науковий медичний інститут
(повне найменування інституту, назва факультету (відділення))

кафедра психології
(повна назва кафедри (предметної, циклової комісії))

«Допущено до захисту»
Завідувач кафедри психології
_____ А. І. Яблонський
“ _____ ” _____ 20__ року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття ступеня вищої освіти

магістр
(ступінь вищої освіти)

на тему: **ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ НА ПСИХІЧНЕ
ЗДОРОВ'Я ЦИВІЛЬНОГО НАСЕЛЕННЯ: МЕХАНІЗМИ
МАНІПУЛЯЦІЇ СВІДОМІСТЮ ТА СПОСОБИ ПРОТИДІЇ**

Керівник: к.психол., доцент
Шевченко Володимир
Володимирович
(вчене звання, науковий ступінь, П.І.Б.)

Рецензент: доцент каф. педагогіки та психології
МНУ ім..В.О.Сухомлинського
к.психол.н., доцент
Литвиненко Ірина Сергіївна
(посада, вчене звання, науковий ступінь, П.І.Б.)

Виконав: студент VI курсу групи 665 М
Павлюк Михайло Олександрович
(П.І.Б.)

Спеціальності: 053 «Психологія»
(шифр і назва спеціальності)

ОПП: «Психологія»

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

(повне найменування вищого навчального закладу)

Інститут, факультет, відділення	Навчально-науковий медичний інститут
Кафедра, циклова комісія	кафедра психології
Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Спеціальність	053 «Психологія»
ОПП / ОНП	«Психологія»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри психології

_____ А. І. Яблонський

“ ” _____ 2024 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Павлюку Михайлу Олександровичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проєкту (роботи): Вплив інформаційної війни на психічне здоров'я цивільного населення: механізми маніпуляції свідомістю та способи протидії

Керівник роботи: Шевченко Володимир Володимирович, канд. психол. н., доц.
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від
«26» вересня 2024 року № 249/1.

2. Строк подання студентом проєкту (роботи) «21» листопада 2024 року

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: вступ, основна частина, висновок, список використаних джерел та літератури, додатки (якщо є).

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) згідно з планом кваліфікаційної роботи магістра.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) не планується

6. Консультанти розділів проєкту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Шевченко В.В.		
Розділ 1	Шевченко В.В.		
Розділ 2	Шевченко В.В.		
Розділ 3	Шевченко В.В.		
Висновки	Шевченко В.В.		

7. Дата видачі завдання 10.09.2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів проєкту (роботи)	Примітка
1.	Вступ до кваліфікаційної роботи	вересень 2024	
2.	Розділ 1. Теоретичні та методологічні засади впливу інформаційної війни на психічне здоров'я цивільного населення.	жовтень 2024	
3.	Розділ 2. Емпіричне дослідження впливу інформаційної війни на психічне здоров'я цивільного населення.	жовтень 2024	
4.	Розділ 3. Розробка та впровадження корекційної програми для самостійної протидії впливу інформаційної війни на психічне здоров'я цивільного населення.	жовтень 2024	
5.	Висновки	листопад 2024	
6.	Передкваліфікаційна практика	02.09 – 15.09. 2024	
7.	Оформлення списку використаних джерел та літератури, додатків.	листопад 2024	
8.	Попередній захист.	02.12.2024	
9.	Рецензія на дипломну роботу.	02.12.2024	
10.	Захист дипломної роботи .	19.12 2024	

Студент

(підпис)

Павлюк М.О.

(прізвище та ініціали)

Керівник проєкту (роботи)

(підпис)

Шевченко В.В.

(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ НА ПСИХІЧНЕ ЗДОРОВ'Я ЦИВІЛЬНОГО НАСЕЛЕННЯ	7
1.1 Поняття інформаційного навіювання в різних психологічних концепціях	7
1.2 Вплив інформаційної війни на психіку особистості	16
1.3 Теоретичний аналіз розпізнавання впливу інформаційної війни на психічне здоров'я цивільного населення	27
Висновки до першого розділу.....	35
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ НА ПСИХІЧНЕ ЗДОРОВ'Я ЦИВІЛЬНОГО НАСЕЛЕННЯ.....	36
2.1. Організація та методи дослідження впливу інформаційної війни на психічне здоров'я.....	36
2.2. Якісні та кількісні характеристики констатуючого експерименту.....	44
Висновки до другого розділу	48
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ КОРЕКЦІЙНОЇ ПРОГРАМИ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ ПРОТИДІЇ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ НА ПСИХІЧНЕ ЗДОРОВ'Я ЦИВІЛЬНОГО НАСЕЛЕННЯ	50
3.1. Структура та зміст корекційної програми для протидії впливу інформаційної війни	50
3.2. Аналіз результатів формуючого експерименту	56
3.3. Рекомендації психолога щодо самостійної протидії впливу інформаційної війни на психічне здоров'я цивільного населення	61
Висновки до третього розділу	63
ВИСНОВКИ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	67

ВСТУП

Актуальність дослідження. Інформаційна війна, як частина гібридних конфліктів, є потужним інструментом впливу на масову свідомість, емоційний стан та поведінку суспільства. У сучасному світі, де інформаційні технології відіграють ключову роль у повсякденному житті, поширення дезінформації, маніпулятивних матеріалів та пропагандистських наративів значно посилює психологічний тиск на цивільне населення. Це особливо актуально для країн, які знаходяться у стані війни або постконфліктного відновлення, як, наприклад, Україна, яка протистоїть інформаційній агресії в умовах повномасштабного збройного конфлікту.

Негативний вплив інформаційної війни проявляється у підвищенні рівня тривожності, формуванні панічних настроїв, зростанні соціальної ізоляції та недовіри, а також у розвитку депресивних станів і посттравматичного стресового розладу (ПТСР). Ці наслідки не лише впливають на індивідуальне психічне здоров'я, але й мають глибокий суспільний резонанс, послаблюючи соціальну згуртованість, довіру до державних інституцій та стійкість суспільства до зовнішніх загроз. Особливий виклик становить те, що інформаційна агресія часто націлена на найвразливіші категорії населення, такі як діти, молодь, літні люди, внутрішньо переміщені особи, що посилює їхню вразливість і збільшує потребу в комплексній підтримці.

Знання про механізми впливу інформаційної війни на психіку та її наслідки є недостатньо систематизованими, а розробка практичних рекомендацій з мінімізації цього впливу потребує подальших досліджень. Зокрема, актуальним є вивчення методів підвищення інформаційної грамотності, критичного мислення та психологічної стійкості серед різних груп населення. Увага також має бути зосереджена на розробці програм з психосоціальної підтримки, які враховують специфіку впливу інформаційного тиску.

Це дослідження є актуальним не лише для сучасної України, але й для глобального контексту, оскільки інформаційні війни стають все більш

поширеним явищем у сучасному світі. Розуміння впливу цих процесів на психічне здоров'я цивільного населення сприятиме формуванню ефективної державної політики, удосконаленню програм психологічної реабілітації та підвищенню стійкості суспільства до інформаційних загроз у майбутньому. Таким чином, дослідження впливу інформаційної війни на психічне здоров'я є необхідним для забезпечення психологічного благополуччя населення, збереження соціальної стабільності та стійкості до сучасних викликів.

Об'єкт дослідження – процес впливу інформаційної війни на психічне здоров'я цивільного населення.

Предмет дослідження – механізми та наслідки впливу інформаційної війни на психоемоційний стан населення, а також шляхи мінімізації цього впливу.

Мета роботи. Визначити особливості впливу інформаційної війни на психічне здоров'я цивільного населення та розробити рекомендації для зменшення її негативних наслідків.

Завдання роботи

1) Провести теоретичний аналіз феномену інформаційної війни, її інструментів і цілей у контексті впливу на психіку.

2) Емпірично дослідити вплив інформаційно-психологічного тиску на психічне здоров'я цивільного населення.

3) Розробити та апробувати корекційну програму орієнтовану на розвиток критичного мислення, підвищення інформаційної грамотності та стійкість до маніпуляцій.

4) Розробити рекомендації для державних органів, громадських організацій і фахівців у сфері психології для мінімізації впливу інформаційної війни на психічне здоров'я цивільного населення.

Методи дослідження. До переліку методик входять тест Сонді; тест на конформність С.В. Клаучеко, В.В. Деларю; тест на ціннісні орієнтації Мілтона Рокіча; тест Холла на визначення рівня емоційного інтелекту та авторське анкетування для більш чіткого розуміння особистісного сприйняття інформації.

Експериментальна база дослідження. Для коректного та виняткового зрізу експериментальну базу складали респонденти віком від 14 до 85 років у кількості 60 осіб. Більшість проходили тестування у онлайн форматі. З літніми людьми опитування проводилися частіше офлайн, але за допомогою онлайн-тестів.

Теоретична цінність роботи полягає у систематизації та поглибленні знань про вплив інформаційної війни на психічне здоров'я цивільного населення. Дослідження дозволяє розширити наукове розуміння механізмів, через які інформаційна агресія впливає на психіку, формує емоційні реакції, змінює поведінкові стереотипи та порушує соціальну взаємодію.

Вивчення феномену інформаційного впливу в контексті сучасних військових конфліктів сприяє розробці міждисциплінарних підходів, що об'єднують знання з психології, соціології, інформаційних технологій та комунікацій. Отримані результати дозволять удосконалити теоретичні моделі впливу дезінформації на масову свідомість і окремі групи населення.

Це дослідження також може стати основою для подальших наукових розвідок у сфері інформаційної безпеки, психології кризових ситуацій та стратегій протидії інформаційній агресії, що сприятиме розвитку нових методів дослідження подібних явищ.

Практична значущість дослідження полягає в тому, що її результати можуть бути використані: психологами та психотерапевтами для розробки індивідуальних і групових програм підтримки осіб, які постраждали від впливу інформаційної війни, з акцентом на подолання тривожності, панічних настроїв і розвитку критичного мислення; освітніми та громадськими організаціями для підготовки навчальних програм із підвищення інформаційної грамотності населення, спрямованих на виявлення маніпуляцій і розвиток навичок критичного мислення; державними установами для вдосконалення політики інформаційної безпеки, підготовки інформаційних кампаній, спрямованих на підвищення стійкості суспільства до дезінформації, та розробки національних стратегій протидії інформаційній агресії; громадськими активістами та медіа-експертами для розробки ефективних комунікаційних стратегій, які допоможуть

знизити негативний вплив інформаційних атак на суспільну свідомість; волонтерськими організаціями, що працюють із вразливими групами населення, для створення програм підтримки, які враховують специфіку впливу інформаційного тиску.

Крім того, практичні висновки можуть бути використані для впровадження просвітницьких ініціатив, спрямованих на запобігання інформаційним маніпуляціям, і створення навчальних матеріалів для широких верств населення, особливо в умовах тривалих інформаційних атак. Це сприятиме не лише захисту психічного здоров'я окремих громадян, але й зміцненню стійкості суспільства загалом.

Апробація результатів дослідження: Основні положення та результати роботи доповідались та обговорювались на IV Міжнародній науково-практичній конференції «Science in the modern world: innovations and challenges» (19-21.12.2024 року, м. Торонто, Канада).

Публікації. Основний зміст і результати роботи відображено у 2 публікаціях, з них: 1 стаття опублікована у збірці статей, 1 тези опубліковані у збірнику матеріалів конференції.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної магістерської роботи становить 72 сторінки, основний зміст викладено на 63 сторінках. Робота містить 4 таблиці. Список використаних джерел складає 69 праць україномовних джерел.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ НА ПСИХІЧНЕ ЗДОРОВ'Я ЦИВІЛЬНОГО НАСЕЛЕННЯ

1.1 Поняття інформаційного навіювання в різних психологічних концепціях

У сфері психології навіювання є дуже актуальною темою, оскільки воно відіграє фундаментальну роль у впливі на наше сприйняття та поведінку. Навіювання може мати значний вплив на те, як ми сприймаємо реальність, наші рішення та наші емоційні реакції.

Психологи глибоко вивчили механізми навіювання і виявили різні типи навіювання, що стосується схильності людини піддаватися впливу зовнішніх навіювань. Деякі люди більш схильні до навіювання, ніж інші, що може бути пов'язано з індивідуальними відмінностями особистості, самооцінки, впевненості в собі та здатності протистояти соціальному тиску.

Сила навіювання – це коли людина має ідею, яка доноситься до неї, і ця ідея, у свою чергу, стає реальністю. Це дуже важливо в психології, оскільки саме так психологи допомагають пацієнту змінити свою поведінку. Фахівець із психічного здоров'я запропонує клієнту певне рішення або модифікацію поведінки [31].

Наука, що стоїть за цим феноменом, полягає в очікуваній відповіді. Таким чином людина передбачає відповідь на певний сценарій. Якщо психолог або інша особа натякнє, що певна реакція буде на ситуацію, людина більш схильна вірити, що така реакція буде. Коли людина очікує, що трапиться конкретна ситуація, її поведінка автоматично спрацює, щоб викликати запропоновану відповідь. Це сила навіювання [20].

Наприклад, Джанель завтра має пробігти свій перший марафон, і вона не впевнена, чи зможе прийняти цей виклик. Вона тренувалася, але не дуже

старанно. Її відстань і час не вистачали, щоб підготувати її до виклику, який представляє завтра марафон. Джанель дзвонить мамі, щоб підтримати. Її мама каже їй, що вона здібна бігунка, яка вже пробігла багато напівмарафонів і що вона закінчить гонку завтра. Джанель впевнено починає гонку та фінішує за достатньо часу. Джанель боялася бігти й фінішувати, але її мама припустила, що вона стане відмінницею. Наступного дня Джанель автоматично змогла завершити гонку, незважаючи на те, що ніколи раніше не досягала правильного часу та довжини [19].

Якщо людина вірить в очікуваний результат, вона, швидше за все, автоматично досягне цього результату. Це основа сили сугестивності. Це явище використовується в психології та охороні здоров'я для значного поліпшення життя людей [45].

Є багато способів використання сили навіювання в реальних ситуаціях. Ефект плацебо - чудовий приклад. Ефект плацебо виникає, коли людина починає випробування ліків, але отримує вказівку щодня приймати ліки. Їм не повідомляють, чи є ліки терапевтичними чи ні [33].

Доведено, що ефект плацебо зменшує певні симптоми, викликані мозком, оскільки організм вірить, що отримує лікування. Це може бути корисним інструментом для лікування болю, безсоння та нудоти.

Навіювання - це захоплюючий психологічний феномен, який протягом десятиліть був об'єктом вивчення та інтересу в галузі психології. Це процес, за допомогою якого людина приймає та приймає ідею, переконання чи точку зору, запропоновану іншою людиною, групою чи середовищем, без критичного сумніву в цьому. Навіювання може сильно впливати на мислення, емоції та дії людини, а також може проявлятися різними способами в повсякденному житті [63].

Щоб зрозуміти, як працює навіювання відповідно до психології, важливо проаналізувати деякі основні механізми, які роблять це можливим. По-перше, навіювання ґрунтується на здатності людини піддаватися впливу інших, особливо тих, хто вважається авторитетом, експертом або лідером. Цей аспект

навіювання пов'язаний із вродженою потребою людини належати до соціальної групи та слідувати нормам і очікуванням цієї групи [55].

Іншим актуальним аспектом у функціонуванні навіювання є схильність індивідуум приймати певні ідеї чи переконання на основі таких факторів, як сугестивність, довірливість, довіра до себе та інших, а також здатність до критичного проникнення. Деякі люди більш схильні до навіювання, ніж інші, що може бути пов'язано з відмінностями в особистості, освіті, минулому досвіді та біології [8].

Крім того, сугестивності можуть сприяти певні контексти або ситуації, які схиляють людей до більшої сприйнятливості до зовнішніх впливів. Наприклад, у ситуаціях стресу, втоми, занепокоєння чи невизначеності люди схильні бути більш наполегливими та звертатися до інших за порадою та підтримкою. Подібним чином певне соціальне, культурне чи сімейне середовище може сприяти навіюванню, пропагуючи певні норми, цінності чи переконання, які засвоєні людьми несвідомо [5].

На нейропсихологічному рівні навіювання також має основи, які можуть пояснити, як воно працює в людському мозку. Різні дослідження показали, що навіювання може впливати на мозкову діяльність і регуляцію певних сфер, пов'язаних із сприйняттям, пам'яттю, увагою та емоційною обробкою. Наприклад, було помічено, що навіювання може модулювати активність префронтальної кори, яка бере участь у прийнятті рішень, плануванні та контролі імпульсів [65].

Крім того, навіювання може активувати систему винагороди в мозку, вивільняючи такі нейромедіатори, як дофамін, і створюючи приємні або корисні відчуття у відповідь на прийняття пропозиції чи ідеї. Цей механізм може підсилити схильність людини піддаватися впливу інших, особливо коли навіювання супроводжується відчуттям благополуччя або емоційного полегшення [12].

З іншого боку, навіювання також може впливати на сенсорне сприйняття. інтерпретація зовнішніх подразників, що породжує такі явища, як слухове або

зорове навіювання, при якому людина неправильно сприймає або інтерпретує подразник через вплив попереднього навіювання. Ці явища можуть проявлятися в повсякденних ситуаціях, наприклад у рекламі, маркетингу чи міжособистісному спілкуванні [28].

У галузі клінічної психології навіювання відіграє важливу роль у різних методах лікування та психологічного втручання. Наприклад, гіпноз — це техніка, заснована на навіюванні, яка використовується для викликання зміненого стану свідомості, в якому людина більш сприйнятлива до навіювань терапевта. Доведено, що гіпноз ефективний у лікуванні певних станів, таких як хронічний біль, тривожні розлади та безсоння, серед інших [57].

Іншим застосуванням навіювання в клінічній психології є когнітивно-поведінкова терапія, яка базується на зміні моделей мислення та поведінки шляхом пропозиції нових підходів або більш адаптивних і позитивних переконань. У цьому сенсі навіювання можна використовувати як терапевтичний інструмент, щоб допомогти людям подолати емоційні проблеми, набути навичок подолання або змінити шкідливі звички [43].

Крім того, навіювання також використовується в техніках релаксації, візуалізації та усвідомленості, які спрямовані на те, щоб викликати стани спокою, концентрації та самосвідомості за допомогою словесних навіювань, уявних образів або вправ на усвідомленість. Ці методи корисні для зменшення стресу, покращення якості сну та сприяння емоційному та психологічному благополуччю [53].

Навіювання не тільки має ефект у терапевтичній сфері, але також може впливати на поведінку людини в різних контекстах і ситуаціях повсякденного життя. Наприклад, навіювання можна використовувати в освітній сфері для мотивації та стимулювання навчання учнів шляхом використання позитивних навіювань, словесних підкріплювачів або поведінкових моделей для наслідування [43].

Подібним чином навіювання присутнє в рекламі та маркетингу, де методи переконання та навіювання використовуються для впливу на рішення

споживачів про покупку шляхом створення потреб, генерації позитивних емоцій або асоціації певних продуктів із привабливими цінностями чи стилем життя [62].

У сфері політики та громадської думки навіювання також відіграє важливу роль, оскільки певні політичні лідери, діячі ЗМІ чи групи інтересів можуть впливати на думку та поведінку громадськості. населення через переконливі промови, емоційні повідомлення чи спокусливі обіцянки. У цьому сенсі навіювання може використовуватися в етичний або маніпулятивний спосіб, залежно від намірів і контексту, в якому воно застосовується [64].

Теорія обробки інформації — це теорія когнітивної психології, яка вивчає розумові процеси, пов'язані з отриманням, зберіганням і використанням знань. Він зосереджується на потоці інформації, яка передається з одного етапу на інший у свідомості людини [33].

Вивчаючи різні типи обробки інформації, а також реальні приклади їх дії, ми можемо краще зрозуміти, як працює наш розум і чому певні завдання вимагають більше зусиль, ніж інші [61].

Відповідно до цієї теорії людський розум розглядається як інформаційний процесор, схожий на комп'ютер. Ця модель передбачає, що події складаються з окремих фрагментів інформації, які обробляються на етапах, таких як кодування, зберігання та пошук [50].

Витоки теорії обробки інформації можна простежити до Джорджа Міллера, когнітивного психолога та комп'ютерника.

Він відомий своєю основоположною працею «Магічне число сім, плюс-мінус два», у якій стверджується, що людська короткочасна пам'ять має обмежений обсяг семи елементів плюс-мінус два [59].

Ця теорія була розширена іншими психологами, такими як Ульрік Найссер, який припустив, що інформація спочатку кодується в сенсорному реєстрі, перш ніж вона проходить через різні етапи обробки [56].

Три найбільш поширені типи теорії обробки інформації:

1. Теорія послідовної обробки: ця теорія передбачає, що інформація обробляється поетапно в порядку отримання. 3 Кожен фрагмент інформації зберігається в короткочасній пам'яті, доки не надійде наступний фрагмент інформації, а потім він переноситься в довготривалу пам'ять або відкидається, якщо він більше не актуальний [29].

2. Теорія паралельної обробки: ця теорія припускає, що кілька фрагментів інформації можна обробляти одночасно, а не послідовно. 3 Це виступає проти концепції обмеженої ємності короткочасної пам'яті, оскільки різні частини інформації можуть зберігатися та оброблятися одночасно [49].

3. Теорія ієрархічної обробки. Ця модель припускає, що в когнітивних процесах існують різні рівні складності, причому завдання вищого рівня вимагають складніших розумових операцій, ніж завдання нижчого рівня. 4 Ця теорія була розроблена в результаті роботи Міллера щодо обмеженої ємності короткочасної пам'яті та використовувалася для пояснення таких когнітивних явищ, як навчання, вирішення проблем і прийняття рішень [41].

Теорія обробки інформації була зручним інструментом для розуміння когнітивних процесів, пов'язаних із отриманням, зберіганням і використанням знань [53].

Вивчаючи різні типи обробки інформації, а також досліджуючи реальні приклади їх у дії, ми можемо краще зрозуміти, як працює наш розум і чому певні завдання вимагають більше зусиль, ніж інші.

Ці знання є безцінними для вдосконалення освітньої практики та розробки кращих методів вирішення проблем [40].

Теорія обробки інформації передбачає, що когнітивні процеси відбуваються в чотири окремі етапи, кожен з яких має свою мету та функціональність.

1. Кодування: це процес отримання інформації з навколишнього середовища та надання їй значення. 5 Це включає в себе сприйняття або увагу до подразників, перш ніж вони можуть бути збережені в короткочасній пам'яті.

Зберігання: це коли інформація тимчасово зберігається в короточасній пам'яті, поки вона обробляється або переноситься в довготривалу пам'ять для більш постійного зберігання [10].

Отримання: Цей етап зосереджений на доступі до раніше збереженої інформації з короточасної чи довготривалої пам'яті, щоб використати її для поточного завдання [19].

Трансформація: Остання стадія передбачає перетворення інформації в більш корисну форму, наприклад, упорядкування її різними способами або використання навичок міркування та вирішення проблем, щоб знайти рішення.

Важливо відзначити, що теорія обробки інформації не позбавлена обмежень і критики [46].

Ця теорія ігнорує емоції та креативність: одна з головних проблем цієї теорії полягає в тому, що вона занадто сильно покладається на комп'ютерну модель роботи нашого мозку, яка не враховує певні аспекти, такі як емоції та креативність [31].

Теорія може бути надто простою: крім того, деякі стверджують, що чотири етапи є надто спрощеними та не точно відображають складні процеси, пов'язані з отриманням знань [39].

Однак, незважаючи на цю критику, теорія обробки інформації залишається безцінним інструментом для розуміння когнітивних процесів і вдосконалення освітньої практики [66].

Психологія вже давно визнала вплив навіювання на людську поведінку та прийняття рішень. Це явище, також відоме як ефект плацебо, широко вивчається і застосовується в різних дисциплінах. Однією зі сфер, де сила навіювання відіграє значну роль, є маркетингові комунікації. Використовуючи тонкі техніки навіювання, маркетологи можуть впливати на поведінку споживачів, формувати сприйняття та керувати рішеннями про покупку [33].

Давайте розглянемо деякі захоплюючі сфери сугестії в психології і те, як вона використовується в маркетингових комунікаціях [47].

Сугестія – це процес тонкого впливу на думки, переконання чи поведінку людини за допомогою непрямих сигналів або підказок. Сугестія звертається до підсвідомості, оминаючи раціональні процеси мислення, і може мати глибокий вплив на прийняття рішень. Сила сугестії полягає в її здатності формувати сприйняття, створювати очікування та впливати на поведінку без усвідомлення цього людиною [16].

Ефект плацебо - класичний приклад сили навіювання. Плацебо - це інертні речовини або методи лікування, які не мають прямого терапевтичного ефекту. Однак, коли людям навіюють, що вони отримують потужне лікування, вони часто відчують справжнє поліпшення своїх симптомів. Це демонструє, як сила навіювання може створювати реальні фізіологічні та психологічні зміни [5].

Праймінг та анкорінг – це техніки навіювання, які широко використовуються в маркетингових комунікаціях. Праймінг передбачає вплив на людей ледь помітними сигналами, які активують у їхній свідомості певні асоціації, емоції або концепції. Наприклад, реклама розкішного автомобіля може використовувати образи та мову, які підштовхують споживачів асоціювати автомобіль з успіхом, престижем і багатством [25].

З іншого боку, прив'язка означає представлення точки відліку або початкової цінності, яка впливає на подальші судження чи рішення. Наприклад, роздрібний продавець одягу може виставити дорогий костюм як перший предмет у колекції, створюючи таким чином якір, який робить інші костюми більш доступними порівняно з ним [37].

Соціальний доказ – ще одна потужна техніка навіювання, що використовується в маркетингових комунікаціях. Він використовує людську схильність шукати в інших людей вказівки щодо належної поведінки. Демонструючи відгуки, рецензії чи схвальні відгуки від задоволених клієнтів, маркетологи створюють відчуття соціального доказу, припускаючи, що їхній продукт чи послуга широко прийняті та користуються довірою інших людей. Це може вплинути на потенційних споживачів, щоб вони погодилися і зробили покупку [39].

Дефіцит і терміновість – це техніки переконання, які використовують страх упустити (FOMO). Створюючи уявлення про обмежену доступність або обмеженість пропозиції в часі, маркетологи можуть посилити відчуття терміновості та бажання придбати товар або послугу. Наприклад, такі фрази, як «Обмежена кількість товару в наявності» або «Пропозиція скоро закінчується» вказують на дефіцит, спонукаючи споживачів до негайних дій [41].

Спосіб подання інформації, або «фрейм», може суттєво впливати на прийняття рішень. Використовуючи певну мову, маркетологи можуть формувати сприйняття та спрямовувати вибір споживачів. Наприклад, представлення продукту як «95% знежиреного», а не «5% жиру» свідчить про те, що це більш здоровий варіант і, швидше за все, приверне увагу людей, які піклуються про своє здоров'я [31].

Нейролінгвістичне програмування (НЛП) – це психологічний підхід, який досліджує зв'язок між мовою, сприйняттям і поведінкою. Маркетологи часто використовують методи НЛП у своїх комунікаціях, щоб достукатися до підсвідомих бажань і мотивацій споживачів. Маркетологи можуть тонко впливати на поведінку споживачів і створювати взаєморозуміння, використовуючи переконливі мовні патерни, техніки дзеркального відображення та інші стратегії НЛП [55].

Підводячи підсумок, сила навіювання в психології – це захоплююче явище, яке має величезне значення в маркетингових комунікаціях. Розуміючи і використовуючи принципи сугестії, маркетологи можуть впливати на поведінку споживачів, формувати сприйняття і керувати рішеннями про покупку. За допомогою таких методів, як праймінг, закріплення, соціальні докази, дефіцит, фреймінг та нейролінгвістичне програмування, маркетологи можуть тонко спрямовувати споживачів до бажаного результату [34].

Однак важливо зазначити, що використання пропозицій у маркетингу має бути етичним і відповідальним. Хоча сугестія може бути потужним інструментом, прозора і чесна комунікація має вирішальне значення для побудови довіри з клієнтами і підтримки довгострокових відносин. Крім того,

споживачі стають дедалі більш обізнаними щодо сугестивних методів, які застосовуються в маркетингу. З розвитком цифрових медіа, штучного інтелекту та доступу до інформації споживачі стають більш поінформованими та скептичними. Тому маркетологи повинні дотримуватися балансу між використанням сугестивних технік і повагою до автономії споживачів та їхніх процесів прийняття рішень [55].

Отже, сила навіювання в психології пропонує маркетологам цінний інструмент для впливу на поведінку споживачів. Маркетологи можуть створювати переконливі маркетингові комунікації, розуміючи підсвідомі процеси, що лежать в основі прийняття рішень, і використовуючи тонкі техніки навіювання. Однак дуже важливо використовувати сугестію етично і прозоро, поважаючи автономію та розум споживачів у цьому процесі. Таким чином, маркетологи можуть побудувати довіру, сприяти встановленню значущих зв'язків зі своєю цільовою аудиторією та проводити успішні маркетингові кампанії.

1.2 Вплив інформаційної війни на психіку особистості

Розвиток Інтернету та соціальних мереж посилив проблему фейкових новин. Традиційна новинна модель – коли невелика кількість ЗМІ укомплектована кваліфікованими журналістами, які беруть інтерв'ю у надійних джерел, а потім перевіряють інформацію перед публікацією – була перевернута нинішнім медіа-середовищем. Сьогодні теорії змови та чутки досить легко поширюються різними каналами, безперервними повідомленнями та середовищем, яке часто не помічає суперечливу інформацію. Багато разів ми стикаємося з парадоксальними повідомленнями, і може стати легше вчепитися за простішу вигадку, ніж аналізувати складнішу реальність [51].

Дезінформація під час війни не є чимось новим – насправді це ключова частина підручника. Керівники зазвичай роздувають або вигадують інформацію

про все, від військової могутності до ймовірних звірств, щоб заплутати опонентів або підняти моральний дух вдома. Здається, навіть Україна проштовхує деякі нарративи часів війни, які можуть бути неправдивими [34].

Але з появою соціальних медіа пропаганда тепер може бути розгорнута в набагато більших масштабах – і її використовували для залучення підтримки геноциду та інших порушень прав людини, зокрема проти уйгурського населення в Китаї, рохінджа в М'янмі та Мусульманське населення Індії. Щоб описати зростаючу роль онлайн-медіа в політичних конфліктах, Сінгер допоміг створити термін «LikeWar» [60].

Якщо ви думаєте про кібервійну як про злом мереж, LikeWar – це її злий двійник: злом людей у цих мережах за допомогою наших лайків, поширень і іноді брехні, сказав Сінгер, який також є стратегом і старшим науковим співробітником позапартійний інститут публічної політики Нова Америка [30].

Роками Росія веде – і виграє – подібну війну проти більшої частини світу. Згідно з дослідженням Джона Розенбіка, доктора філософії, доктора психології в Кембриджському університеті, який вивчає несправності, Кремль запровадив перевірені стратегії психологічного маніпулювання через соціальні та онлайн-медіа, включаючи зневажливе ставлення до інших груп і швидку брехню. - та дезінформація та медійний дискурс в Україні [39].

Розенбек задокументував, як Кремль розпалював неприязнь інших груп до українців та українського уряду під час захоплення Донецької та Луганської областей на сході України, тактика, пов'язана з високою активністю соціальних мереж [47].

Ще одна хитрість, яку російський президент Володимир Путін застосував із великим успіхом – це змова «gish gallop», або швидка брехня, сказав Розенбек, наприклад, щодо катастрофи Малазійських авіаліній у 2014 році. Постійний потік брехні Кремля – що це була українська атака. , що всі пасажери загинули перед зльотом, що пілот навмисно розбив літак – використовується для того, щоб посіяти плутанину і розчарування [44].

«Це купа брехні, яка навіть не збігається», – сказав Левандовскі. «Вони просто говорять будь-що, буквально все, щоб зміцнити віру людей у те, що ви ніколи не зможете докопатися до правди [63].

Російський лідер також використовує особливу лідерську та агресивну тактику, щоб допомогти виправдати насильство, сказав Тін Нгуєн, науковий співробітник Національного антитерористичного, інноваційного, технологічного та освітнього центру, який завершує отримання докторського ступеня з промислово-організаційної психології в Університеті штату. Наприклад, стратегії Путіна включають малювання України та західних країн як злих і аморальних і формулювання меседжів у термінах динаміки влади. Якщо Росія є лише жертвою, яку використовують інші світові держави, у країні є виправдання для помсти [54].

Західні громадяни можуть легко відкинути такі заяви, але багатьом громадянам Росії бракує доступу до надійної контрінформації через обмеження незалежних і соціальних медіа в країні, сказав Нгуєн. Вони також багато років стикалися з цією неправдою, яке, як показали психологи, може підвищити переконливість дезінформації [33].

Згідно з дослідженням дослідницького центру П'ю, із серпня 2017 року 67% американців отримують принаймні частину своїх новин через соціальні мережі. Поширення неправдивих повідомлень, щоб вплинути на те, у що люди вірять і як вони поведуться – так, як інакше вони не хотіли б вірити те, що глобальне потепління не є реальним, незважаючи на переконливі наукові докази протилежного, означає, що ми вразливі до маніпуляцій у спосіб, який ми тільки починаємо повністю цінувати [29].

Цитата Узі Шая, колишнього офіцера ізраїльської розвідки, з'явилася в нещодавній статті New Yorker. Шая продовжував додавати: «Соціальні медіа дозволяють охопити практично будь-кого та пограти з їхнім розумом. Ти можеш робити все, що хочеш. Ти можеш бути ким хочеш». Поява Інтернету відкрила новий арсенал інструментів, які можна використовувати для маніпулювання, включаючи онлайн-злом, псевдоніми, боти, веб-сайти без авторства, наповнені

сфабрикованим вмістом, аватари соціальних мереж, які публікують фейкові новини [61].

Вплив – це гра, а інформаційна війна – це те, як виграти цей новий тип війни. Здатність посіяти зерна ідей у свідомості людей, змусити їх поставити під сумнів інформацію та спробувати змінити свою думку зараз є джерелом влади. На жаль, нормативні акти не встигають за прогресом у технологіях, що призвело до появи Дикого Заходу, де все можна [68].

Васіліс К. Позіос, доктор медичних наук, судовий психіатр і співзасновник консультативної компанії з питань психічного здоров'я та ЗМІ, Broadcast Thought, є експертом щодо впливу засобів масової інформації на наше психічне благополуччя. В інтерв'ю він пояснив стосунки. Оскільки «фейкові новини», або неправдиві чи оманливі новини призначені для маніпулювання громадською думкою, вони розроблені, щоб викликати емоційну реакцію читача/глядача, вони часто мають запальний характер і можуть викликати почуття гніву, підозри, тривоги та навіть депресія через спотворення нашого мислення [17]. Але не просто вірте мені на слово... національне опитування, проведене Американською психіатричною асоціацією, показало, що в американців усіх демографічних груп минулого року різко підвищився рівень тривожності [26].

І це набагато глибше: доктор Позіос поділився, що «визнання або сприйняття фейкових новин як «фейкових» також може викликати почуття гніву та розчарування, особливо якщо читач/глядач відчувається безсилим перед обличчям спроб маніпулювати громадською думкою. фейкових новин» [1].

Можливо, ми думаємо своїм «емоційним мозком», а не «раціональним». Усвідомлення того, які засоби масової інформації викликають емоційне мислення, і навчання тому, як натомість використовувати раціональне мислення, можуть допомогти. Доктор Позіос рекомендує оцінювати всю надану нам інформацію, навіть якщо вона надходить із «надійних» джерел. За словами доктора Позіоса, «це вимагає практики (для одних більше практики, ніж для інших!), і індивідуальні тригери можуть відрізнятися від людини до людини. Але

використовуючи цю стратегію, ми можемо захистити себе від коливань настрою чи інших небажаних емоційних реакцій на фейкові новини» [66].

Реальність – це питання сприйняття, а інформація формує реальність. Зміщення реальності за допомогою неправдивої інформації дестабілізує – і може мати серйозні наслідки для психічного здоров'я – призводить до значної тривоги тощо. Ми живемо у світі з високим ступенем зв'язку, не потрібно багато, щоб перекинутись у нестабільність чи навіть хаос. Хороша новина – і це не фейк – полягає в тому, що ви можете вжити певних заходів, щоб захистити себе від негативного впливу фейкових новин [35].

Дослідженню гібридних та інформаційних війн присвячено численні публікації зарубіжних науковців. В роботах А. Аржаковського, Р. Вількі, Ф. Гофмана, Т. Кузьо, М. Лібіки, Дж. Мак'юена, К. Хіроакі, М. Шора та інших зарубіжних дослідників висвітлено широке коло проблем, пов'язаних з гібридними війнами, зокрема й російсько-українською конфронтацією [38].

Українські дослідники аналізують є безпосередньому процес гібридного та повномасштабного військового протистояння з Росією заслуговують на увагу роботи О. Барни, М. Гетьманчука, В. Головченка, В. Горбуліної, О. Звездової, О.Вакалюк, Н. Кравченко, В. Лизанчук, Є. Магди, Ю. Офцинського, Г. Перепелиці [47].

Феномену інформаційних війн присвячені монографії. Кіслова О. Курбана, Г. Почепцова та численні наукові розвідки фахівців в галузі історії, політології, соціології, міжнародний відносин, журналістики, кібербезпеки [44].

Сутність, вміст та напрями інформаційно-психологічних війн, теорію і практику інформаційного протистояння, методи і засоби ведення інформаційних операцій та контрманіпулятивних стратегій розкрито в монографічних дослідженнях О. Литвиненка, низці спецвидань і колективних монографій (Інформаційна безпека: контрманіпулятивні стратегії) [22].

Інформаційна безпека; технології маніпулятивного впливу; Історія інформаційно-психологічного протистояння; Інформаційно-психологічне протистояння. Ці роботи уможливають розуміння особливостей сучасного

етапу інформаційно-психологічних війн, технологій маніпулятивного впливу на свідомість людей та контрманіпулятивних заходів, а також концептуальних основ інформаційної безпеки держави [32].

Специфіку нинішньої психологічної місце та багатоаспектність впливу ворожого інформаційного контенту на суспільство в цілому та молодь зокрема, розкрито у наукових розробках Н. Маруті, Ю. Мороз, Ю. Твердохліб, С. Олексієнка, О. Андрощук, В. Савченко, В. Курило, І. Габро, Л. Вовчук, К. Шевчук, В. Хорошка [27].

Узагальнюючи стан наукової розробки проблеми у вітчизняній історіографії, маємо констатувати великий дослідницький інтерес та наявність ґрунтовних, цікавих, оригінальних студіювання в цій царині представниками різних галузей наук [31].

Враховуючи активну фазу військового російсько-українського протистояння та геополітичні наміри ворога, активізація інформаційної конфронтації, напружену соціально-психологічну ситуацію в українському суспільстві [53].

Потужною складовою протистояння між державами та народами на сучасному етапі розвитку людської цивілізації є інформаційні війни [14]. Узагальнюючи науковий доробок спеціалістів, ми під інформаційною війною стежимо процес протистояння країн і народів, спрямований на досягнення їх політичний, економічних, військових або інших цілей стратегічного рівень, шляхом впливу на цивільне населення, владу та (або) збройні сили протилежної сторони, за допомогою поширення спеціальні відібраної та підготовленої інформація, інформаційних матеріалів та протидії таким впливам щодо власної сторони. Сферами впливу для ведення інформаційних війн виступають політична, дипломатична, фінансово-економічна, інноваційна та військова сфері [39].

Наприкінці 20 ст. національний Інститут Оборони США публікує роботу Мартіна Ч. Лібіки «Що таке інформаційна війна?», в якому автор виокремлює сім форм інформаційної війни:

- Командно-управлінська, яка спрямована на канали зв'язку між командуванням та виконавцями і має на меті поздоровлення управління.
- Розвідувальна війна – збір стратегічно важливої військової інформації та захист власної.
- Електронна війна, що спрямована проти засобів електронних комунікацій-радіозв'язку, радіолокаційних станцій, комп'ютерних мереж.
- Психологічна війна, яка використовує пропаганду та інформаційно-психологічний вплив на свідомість населення. В її структурі він виокремив чотири напрями: підрив громадянського духу, деморалізація Збройних Сил, дезорієнтація командування та війна культур.
- Хакерська війна має на меті здійснення диверсійних дій проти цивільних об'єктів противника та захисту від них (дії проти військових розцінюються як електронна війна). Основна кількість хакерів, на думку Мартіна Ч. Лібіки, – це комп'ютерні віруси.
- Економічна інформаційна війна, яка існує у двох формах – інформаційної блокади та інформаційного імперіалізму.
- Кібервійна, відрізняється від хакерської війни, забезпеченням захоплення комп'ютерних даних, що дозволяють вистежити ціль (особу) або шантажувати її. Виокремлений специфічний напрямок виділено семантичними атаками [14].

Сучасні високотехнологічні війни, як правило, мають «гібридний» характер й передбачають комплексне застосування військових, їх політичний, інформаційних, соціально-психологічних та інших методів її ведення. Будь-яка війна, у т. ч. числі й інформаційна, передбачає застосування певного арсеналу зброї [15].

Так, російська Федерація, починаючи з початок 2000-х рр. проводила щодо України гібридну війну, застосовуючи практично всі складові війни інформаційної та використовуючи весь арсенал інформаційної зброї з трансфер впливу на масову свідомість російського суспільства, українських громадян та

зарубіжної аудиторії. Ми погоджуємося з Н. Кравченко, що «головною метою інформаційної війни в Україні є знищення української державності, в Росії – виправдання дій російського керівництва з трансфер отримання підтримувати з боку власних громадян, в Європі – дискредитація держави Україна, керівництва країни, її Збройних Сил, а якщо більше то і дискредитація ЄС, НАТО, їх європейських цінностей. Тобто інформаційна війна – це виклик для України та міжнародної спільноти, загроза міжнародному світовому порядку» [41].

Інформаційна зброя – це сукупність технік і технологій інформаційного впливу на інформаційну інфраструктуру та інформаційне поле певної території чи держави, на психіку, свідомість і підсвідомість її населення задля дестабілізації інформаційного простору з подальшим завданням шкоди суспільно-політичній системі та збройним силам [55]. Об'єктами інформаційної зброї є комп'ютерні системи, системи зв'язку, засоби масової інформації та психіка людини. За об'єктами впливу інформаційна зброя поділяється на класи:

1) інформаційно-технічний – кількість, що впливає на цивільну, державну та військову інформаційну інфраструктуру [60];

2) інформаційно-психологічний – зброя, що діє на морально-психологічний стан окремої особистості, групи людей і суспільства в цілому. Інформаційну зброю відрізняє від звичайних зокрема і в ураження: 1) скритність (можливість досягати мети без видимої підготовки та оголошення війни); 2) масштабність (можливість завдання непоправної шкоди, не визнаючи кордонів та суверенітету, без обмеження простору у всіх сферах життєдіяльності людини); 3) універсальність (можливість багатоваріантного використання як військових, так і цивільних структур країни нападу проти військових на цивільні об'єкти країни задля поразки) [31].

З все арсеналу інформаційної зброї в умови російсько-української війни (2014 рік – теперішній час) відбувається особливої актуальності використання так званої інформаційно-психологічної зброї. Адже головними об'єктами її впливу і захисту...від неї є психіка політичної еліти та населення супротивних

сторін; система формування суспільної свідомості та думки, система поняття їх політичні державно-управлінських рішень у сфері безпеки тощо [11, 45].

Залежно від мети застосування інформаційно-психологічної зброї, потрібно різні засоби впливу на людей та їхню психіку: спотворення інформація, яку отримує політичне керівництво, командування та особовий склад збройних сил противника; нав'язування їм фальшивої або беззмістовної інформації, яка лишає їх можливості правильно сприймати є або поточну наявний та приймати правильні рішення [20].

Інформаційно-психологічна зброя містить, на думку М. Шевченко, наступні складові:

1. Концептуально-методологічну зброю як засіб впливу на інформацію: світоглядну, методологічну. Результатами застосування цього зброї є: світоглядний хаос, некритичність мислення і нав'язування забобонів, що дає можливість давати екзистенційне маніпулювання суспільною свідомістю; формування комплексу меншовартості народу або ж навіть психологію раба, громадянського інфантилізму, вкрай низького рівня релігійної й етичної культури тощо [18].

2. Хронологічну (історичну) зброю, яка є засобом впливу на суспільну свідомість, на інформацію хронологічного порядку, послідовність фактів та явищ, їх взаємозв'язок. Результатом застосування цього зброї, або так званих «історичних» війн, є інформаційна, моральна ліквідація всіх національних героїв та видатних людей, знищення історичної пам'яті, історичних традицій народу і зведення його до категорії неісторичних [5].

3. Фактологічну зброю – інформацію прикладного характеру: релігію, ідеологію, політичні міфи, виборчі технології, технології маніпуляції свідомістю за допомогою засіб масової інформації тощо. Результатом застосування цього зброї може бути розкол нації та підриг історичних основ, духовної цілісності народу, його дезорієнтація й дезорганізація [1].

4. Лінгвістичну зброю, яка є засобом впливу за допомогою мови і зокрема як спілкування, так і контроль, ще мовленнєва форма дає можна передавати

інформацію та запитувати її. Мовний чинник на місці впливає на зміну освітніх моделей [19].

Перебіг сучасної російсько-української війни вказує на особливу небезпеку інформаційно-психологічної зброї як переважно потужний засіб ведення протиборства. Анексія Криму, військовий конфлікт на Донбасі – це наслідок цілеспрямованого впливу інформаційної війни. який, Спеціальна європейський група по боротьбі з фальшивими прокремлівськими відокремленнями анонсувала більше ніж 5 тисяч російської дезінформації з 2015 року, з них близько 2 тис. стосувалися України. Протягом десятиліть Росія свідомо створювала навколо себе пояс нестабільності в Нагірному Карабасі, Придністров'ї, Абхазії, південній Осетії [8].

Людська психіка стала першорядним фактором у військових операціях минулого століття. Когнітивна війна та пов'язана з нею боротьба за когнітивну перевагу стала центральним полем битви в сучасній війні, і її найкраще описати як стратегію, яка зосереджена на «зміні за допомогою інформації того, як цільова група думає, а через це — як вона діє» [4].

У ретроспективі концепції когнітивної війни, когнітивної переваги та пов'язана з ними термінологія все ще зберігають статус розвитку в академічному та військовому дискурсі. Лише у 2017 році Міністерство оборони США офіційно визнало когнітивні властивості людини (знання, розуміння, переконання та погляди на світ) як один із трьох вимірів інформаційного середовища (ІЕ). Згодом науковці дедалі частіше включали «когнітивну війну» та «когнітивну перевагу» у свої наукові та військові роботи. НАТО також активно залучилася до цих термінів у 2021 році після своєї першої наукової зустрічі щодо когнітивних ведення війни. Загальноприйняте визначення терміну «когнітивна війна» залишається невловимим, що створює серйозну перешкоду для досягнення повного розуміння цієї концепції та пов'язаної з нею термінології та ефективної роботи з нею [10, 2].

Значення когнітивної війни також стає очевидним, якщо дивитися через історичну призму. Ще в 2070 році до нашої ери китайські військові стратеги

визнали ключову роль психології у військовій стратегії. Вони називали цей аспект «війною нападу на серце». З сучасної точки зору, Сунь-цзи був одним із найвидатніших китайських військових стратегів.[11] У своїй книзі «Мистецтво війни» Сунь Цзи надав глибокі висновки, які залишаються актуальними і, можливо, ще більш вирішальними в сучасній війні. *«Уся війна базується на обмані»* [18].

Ці історичні висновки простежують традиційні витoki когнітивної війни, охопленої ширшими рамками «психологічної війни». Початкова академічна поява цих ідей відбулася в 1920 році, приписується Дж. Ф. Ф. Фуллеру. У своєму аналізі Першої світової війни Фуллер ввів термін «психологічна війна». Далі він передбачив трансформаційний зсув, уявляючи майбутнє, де звичайні методи ведення війни можуть бути витіснені формою війни суто психологічного характеру [13]. У цьому гіпотетичному сценарії традиційна зброя та зіткнення на полі бою поступляться місцем іншому виду війни – такій, яка має на меті не застосування зброї чи захоплення територій, а радше маніпулювання людським інтелектом і підриг моральних і духовних основ нації через вплив володів іншим, щоб зрештою забезпечити тріумф з мінімальними втратами. Термін «психологічна війна» використовувався різними способами з моменту його початкового академічного введення Фуллером у 1920 році. Зараз терміни «психологічна війна» та «когнітивна війна» залишаються тісно взаємопов'язаними, вимагаючи точного та чіткого визначення, щоб полегшити послідовне розуміння та цілеспрямовані дослідницькі зусилля. Ця концептуальна неоднозначність є перешкодою для повного розуміння когнітивної війни та пов'язаної з нею термінології [50].

Тому важливо зрозуміти, чи можна вважати когнітивну війну еволюційним наступником історичної концепції психологічної війни. Модернізація техніки, спричинена прогресом у таких технологіях, як соціальні медіа, змінила традиційні методи, такі як листівки. При ближчому розгляді визначень стає очевидним, що існує суттєве збігання, що сприяє остаточному об'єднанню цих термінів у загальну концепцію когнітивної війни. Крім того, необхідно

проаналізувати, чи можна такі терміни, як психологічні операції та інформаційна війна, охопити ширшими рамками когнітивної війни, виступаючи як окремі практичні дії стратегій когнітивної війни.

1.3 Теоретичний аналіз розпізнавання впливу інформаційної війни на психічне здоров'я цивільного населення

Важливим складником інформаційної зброї є інформаційно-психологічна операція (ІПСО), яка пояснюється фахівцями як різновид інформаційних операцій, проведення яких забезпечити використання на практики складної сукупності узгоджених, скоординованих і взаємопов'язаних форма, методів і прийомів психологічного впливу. ІПСО передбачають проведення їх політичний, військових, економічних, дипломатичних і власне інформаційно-психологічних що, спрямованих на конкретну людину чи групи людей з трансфер впровадження в їх середовище чужих ідеологічних і соціальні установок, формування помилкових стереотипів поведінки, трансформації в потрібному до їх настроїв, почуттів, волі (Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти) [32].

Основними суб'єктами проведення ІПСО є керівництво іноземної держави; спецслужби іноземних держав та її агентура; засоби масової інформації(іноземні та підконтрольні вітчизняні); неурядові організації (іноземні й підконтрольні вітчизняні); інтернет-ресурси; населення загалом чи окремі соціальні групи; політична, фінансово-економічна, наукова, культурна еліта; політичні військові лідери; релігійні діячі; окремі особи, відповідальних за ухвалення тих чи інших рішення [26].

Запорукою успіху яким з інформаційно-психологічних операцій Росії в Україні, так званої «русской весни» в Криму, було ретельне планування та підготовка, надпотужний інформаційний вплив країни-агресора. Робота з кримським населенням розпочалася ще у 2000-х і перейшла в активну фазу після Помаранчевої революції. Втілення фінальної частини велося за часів В.

Януковича, а Майдан лише вніс корективи щодо старту анексії. Основними меседжами російських телеканалів тих годин були «Потяги дружби», «Правий сектор», «Беркут», «Київ заборонив російську мову», «Кримська самооборона» та «Військова форма, яку можна купити у будь-якій крамниці». Ці російські наративи потрапили на підготовлену свідомість і дали гіркі плоди, як-от недовіра до влади свій країни, невіра навіть власним очам, певність у діях «доброго царя» Путіна, референдум та ейфорія «Крим-наш» [39].

У Донбасі Росія використала проти України низку підливних соціальні технологій: 1) технологію поділу України на «народні республіки»; 2) технологію створення кримінального натовпу; 3) технологію заколоту і захоплення влади в містах; 4) технологію «референдуму»; 5) технологію «живого щита» тощо [37, 44].

Навіть після розведення військовий і певного затишшя на фронті з 2019 року, інформаційні війни не стихали ні на секунду. російське телебачення та російська «фабрика тролів», або «ольгінці», упродовж багатьох років щодня генерували потік негативної інформації за визначеними темами. Сотні «експертів» писали і нині пишуть статті, ведуть блоги й коментують події в соціальних мережах [58].

Основними методами інформаційно-психологічного впливу на свідомість та поведінку особи (суспільства), є дезінформування, пропаганда, диверсифікація громадської думки, психологічний тиск, поширення чуток, які, російські ЗМІ для ведення інформаційної конфронтації активно потрібно наступні прийоми:

1. Пряме спростування. Українські та зарубіжні політичні лідери неодноразово з 2014 рік року робили гучні заяви про присутність російських військ в Україні та використання зброї російськими військовими на окупованих територіях Донбасу. Ці заяви поширювалися і у російських ЗМІ, проте у резюмуючих новинах вказувалося, що «міжнародними спостереженнями жодного разу не було помічено присутності російських військових на території Донбасу» [53].

2. «Блискуче узагальнення» стосувалося інформації про регулярну гуманітарну допомогу Україні зі сторони Росії. За задумом, це мало слугувати

піднесену патріотизму в Росію та об'єднанню колишнього радянського народу [34].

3. Підтасовка фактів створити в російських ЗМІ одночасно. Починаючи з 2014 року, російські ЗМІ не висвітлювали інформацію про участь РФ у військових діях на Донбасі задля формування думки у російських громадян про непричетність Росії до «українського конфлікту», який стався, за їхнім баченням, через внутрішньополітичні помилки під впливом колективного Заходу. Навесні 2022 року, після звільнення Київщини та Чернігівщини від російської навали, весь світ став свідком військових злочинів російської армії проти цивільного населення. Репортажі про руйнування після ракетних обстрілів та поховання вбитих жителів Бучі, Гостомеля, Ірпеня, Чернігова та інших міст та містечок Київщини, Чернігівщини в російському політикумі та медіапросторі назвали постановочними [50].

4. Навішування ярликів. Наративи російських ЗМІ та політику сформували у масовій свідомості російського суспільства образ українців як «бандерівців», «нацистів», «фашистів», «бандитів», «мафії», «маріонеток Заходу» тощо. Росіяни, завдяки пропаганді, впевнені, що це не Росія напала на Україну, а Сполучені Штати ведуть війну проти Росії, дії через третю сторону – Україну [61].

5. Посилання на авторитет активно використання у російських ЗМІ. Заяви президента РФ, інших представників вищого політичного керівництва сприймаються громадянами Росії як істина в останній інстанції. У поєднанні з інших прийомами пропаганди бути маніпулятивний вплив на масову та індивідуальну свідомість російського суспільства [41].

6. Переписування історії як маніпулятивний прийом використання не тільки в ЗМІ, але й у науковому та освітньому середовищі. У російському суспільстві простежується бажання привласнити історію Київської Русі. так, у нових підручниках з історії, які вийшли друком після 2015 р., вже немає згадки про Київську Русь, говорить лише про Давню Русь як колиску російської держави; в них виключено поняття «монголо-татарського ярма», згадується

лише про залежність руських земель від ординців. Показовою є й стаття «Істория Украины» у російській Вікіпедії. У 2022 р. в Москві вийшла друком монографія «Історія України», авторами якої є авторитетні російські історики. У перед мови монографії певне, що назва роботи скоріше пов'язана з забезпеченістю місце предмет дослідження, аніж з точністю формулювання, оскільки, як стверджують автори, Україна – штучне утворення, а отже її історії не існує. Саме такі «наукові дослідження» ідеологічно виправдовують війну РФ

проти України, убивство її громадян, руйнування її міст і анексію територій [38].

7. Захоплення медіапростору. Інформаційний простір контролюється владою та спецслужбами. Інформація фільтруватися та піддається у «політкоректній інтерпретації» [45].

Фахівці виокремлюють наступні етапи проведення ІПСО: планування, інформаційний привід, «розкрутка» інформаційного приводу, закріплення. Складниками ІПСО, який веде Росія проти України, є фейки, дезінформація, маніпуляції, пропаганда, ботоферми. Їхня мета – посіяти зневіру, повітряні висновки, що легше здатися, ніж воювати. І ще кожен українець уже майже рік моніторить перебіг подій у своїх смартфонах, надважливою у протидії ворогу відбувається медіа загартованість. Одним із способів опору і знешкодження загарбницьких планів є критичне мислення та здатність розпізнавати й реагувати на фейки та дезінформацію [27].

На думку медіа експертів, головний механізм, яким послуговується ІПСО – це рефлексивний контроль як спосіб змусити вас добровільно ухвалювати рішення для того, хто результатів контроль, за допомогою донесення спеціальні підготовленої інформація [59].

Прикладом ІПСО, яка підбурювала аудиторію на емоції, є фейк Росії щодо нібито створіння в Україні «брудної бомби». Міністр оборони Росії Сергій Шойгу провів телефонні перемовини з міністрами оборони Франції (Себастьєном Лекорню), Туреччини (Хулусі Акаром) і Великої Британії (Беном Воллесом), під час яких «висловив стурбованість у зв'язку з нібито можливим застосуванням Україною «брудної бомби». Міністри закордонних справ США,

Франції та Великої Британії виступили зі спільною заявою, засудивши спроби Росії звинувати Україну в готовності реалізації «брудну бомбу» [31].

Розвідка Російської Федерації поширила дезінформацію нібито зберігання наданого партнерами Україні озброєння та боеприпасів на території Рівненської АЕС. Метою поширення подібної інформації спецслужбами країни-терориста є зменшення військової допомоги Україні від іноземних партнерів, а також збір інформація про ЗСУ та військово-промисловий комплекс України [29]. Особливо різко ця інформація контрастує з повідомленням у українських ЗМІ про початок роботи місії МАГАТЕ на Рівненській АЕС, яка мала фіксувати будь-які загрози, що які спричинити військові дії. По суті ця ПІСО російських спецслужб була спрямована на появу страху у світової спільноти щодо початок ядерної війни і була спрямована на іноземну аудиторію, щоби змусити Захід зменшити підтримку та військову допомогу Україні та навести її до перемовин [20].

Зауважимо, що Росія методами намагається схилити Україну до переговорів, продовжуючи свій ракетний шантаж українського народу з трансфер змусити його вийти на майдан вимагати від влади перемовин із Кремлем. Для доведення своїх останніх «вимог» він використовує всі канали (як офіційні, так і неофіційні), фейки та пропагандистські наративи [34].

Так, на засідання Радбезу ООН, призначений ракетним обстрілам України, представник РФ В. Небензя сказав, що ракетні атаки триватимуть, поки Київ не займе реалістичну позицію. Прес-секретар президента Росії Д. Песков продовжує наголошувати на наративи, що влада України має всі можливості врегулювати витрати та відмовитися народу, виконавши вимоги Росії. У контексті цих заяв, російські пропагандистські ЗМІ з посиланням на міністерство Росії були, що входження до відповідно Росії новий регіонів має проводитися при можливому оновлення переговорів з Україною і що переговорний процес має бути «прямим», тобто без посередництва Заходу. При цьому російські ЗМІ маніпулюють тим, що війна також досі лише тому, що Україна не хоче йти на переговори. Насправді ж, Україна вийшла з переговорного процесу ще навесні 2022 року. Головна умова для їх відновлення

– повернення територій відповідно до кордонів 1991 року, але Росія не полишає спроб висувати безуспішні ультиматуми й погрози [41].

Прикладами дезінформації може слугувати поширення російськими медіа відомостей про те, що Міжнародний валютний фонд готовий надати Україні кредит (12-16 млрд. доларів), але який з умов буде підвищення тарифів на 100-200% протягом 12 місяців. Сюди бути й публікація у швейцарській газеті «NeueZurcherZeite» з посиланням на двох німецьких політиків інформація про те, що під час свого січневого візиту 2023 р. до Москви Глава ЦРУ Уільям Бернс пропонував Росії 20% території України в обмін на мир. Від ім. уряду США нібито було запропоновано Києву «мир в обмін на землю», а Москві «землю в обмін на мир». Метою цієї інформаційного вкиду було підірвати довіру України до союзників. А по суті, Росія через швейцарське видання озвучила свої наміри і бажання. Реакція США була миттєвою: офіційне заперечення подібних інсинуацій [14].

Прикладом фейку та маніпуляції може служити поширення російськими ЗМІ у лютому 2023 році в мережі і інформації про нібито масові протести у Нідерландах проти надання зброї Україні та відновлення ферм, які збанкрутували внаслідок санкцій проти Росії. У Нідерландах справді відбулися протести 5 лютого 2023 р., однак у вимогах демонстрантів не йшлося ні про надання зброї Україні, ні про відновлення миру, мета такого інформаційного вкиду очевидна – продемонструвати читачам «втому Заходу» від України [56].

Зауважимо, що нині використовуються як традиційні засоби впливу на свідомості людей через друковані та електронні ЗМІ й телебачення, так і апробуються засоби інформаційно-психологічного, психогенного, психоаналітичного, нейролінгвістичного, психотронного впливу через комп'ютерні мережі [10].

Результатом планомірної тотальної брехні, розробленої ідеологами Кремля та поширюваної через всі засоби ЗМІ, стала колективна ненависть росіян до України, українців. Інформаційна війна Росії проти України засвідчила готовність понад 50% запитань росіян воювати з українцями (Україна і Донбас.

Соціологічне опитування Левада – центр...). Результат впливу медіа-маніпуляцій на свідомість російського населення вражаючий: 89% росіян підтримує «спеціальну військову операція» країни в Україні (Конфлікт з Україною. Соціологічне опитування Левада-центр...). Найбільший рівень підтримувати дій збройних сил Росії в Україні характерний для тих, хто довіряє телебаченню як основному джерело новин – 86% і хто схвалює дії президента РФ – 85%. Показово, що здебільшого, це респонденти старші 55 років (82%), чоловіки (80%) та мешканці сіл та невеличких міст і містечок – 78% (Конфлікт з Україною. Оцінка за січень 2023 р....). Майже всього на підтримку росіянами війни свого уряду проти сусідньої держави є свідченням результативного використання пропаганди з одного боку, та відсутності критичного мислення – інше [12, 24].

Показовими є соціологічні опитування в Україні. Так, у січні 2022 року було проведене опитування щодо оцінки громадянами України загрози агресії з боку Росії. Відповідаючи на запитання «Чи що сприймати накопичення російських військових на кордоні з Україною як реальну загрозу вторгнення на територію України взимку-навесні 2022 рік року?» українці з різних регіонів приблизно однаково відповіли «Так, загроза є реальною» – 44,9% і «Ні, вторгнення найближчим часом не буде» – 43,7% (Оцінка громадянам в Україні загрози агресії з Боку Росії...) [65].

Оцінка українцями ситуації в країні, довіри до соціальних інститутів, політика-ідеологічних орієнтацій громадян України в умови російської агресії продемонструвала найбільшу довіру українців до Збройних сил (96%), орієнтацію на демократичний політичний устрій (68%). Оцінюючи різні типи політичних систем, 87% опитаних українці не прагнуть відновлення Радянського Союзу (у 2021 р – 69%). Обираючи між двома моделями суспільного розвитку – європейською та російською, 70% відають перевагу європейські моделі, лише 0,5% – російський (у 2017 р. ці показники становили відповідно 58% і 4%). Частка прихильників європейської моделі зростає із зниженням віку

респондентів – від 60% серед тихий, кому 60 і більше років, до 80% серед тихий, кому від 18 до 29 років (Оцінка громадянами ситуації в країні, довіра...) [21].

Результати загальнонаціонального опитування у грудні 2022 рік року засвідчили незламність й оптимізм українців (93% українців вірять у перемогу України у військові, сумнівається у перемозі лише 3% опитаних), рекордну підтримку ступ України до Європейського Союзу (79%) . Символом боротьби українського народу проти російської агресії стала «Азовська Сталь» –52% (Підсумки-2022: Під синьо-жовтим прапором свободи!). Отже, за рік війни українське суспільство подорослішало, навчилося розрізняти ворожу пропаганду, мислити самостійно (щоправда, не завжди критично), проте я ще невикористані резерви для формування критичного мислення та навиків інформаційній гігієни [3,61].

Забезпечення надійного захисту інформаційних джерел від спотворення зацікавлених груп осіб чи країн в Україні мають бути запроваджені відповідні правові, організаційні, технічні заходи, заходи публічної дипломатії. Складовою системи протидії та захисту від інформаційно-психологічної зброї має бути моніторинг інформаційного простору на предмет виявлення інформаційно-психологічної операції [12].

Нагальним завданням на сучасному етапі є забезпечення інформаційної безпеки особи, суспільства, держави. Цьому має слугувати: 1) розробка ефективної й дієвої державної стратегії щодо забезпечення інформаційної безпеки; 2) підтримка і держава, висвітлення правдивої інформації в засобах масової інформації та оптимізація їх роботи щодо забезпечення національних інтересів; 3) застосування ефективних методів протидії інформаційним впливам з боку держава-агресора; 4) здійснення теоретичної та практичної підготовки особистості задля неможливості деструктивного впливу інформаційних загроз; 5) обмеження присутності російських ЗМІ в Україні, що залишити обмежити доступ деструктивного контенту до широкої цільової аудиторії та зменшити його вплив на соціальний та психологічний стан суспільства [32].

Одним із напрямів протидії інформаційній агресії, серед інше, може бути оптимізація освітніх програм в загальноосвітніх закладах та університетах. На часі – включення освітніх компонент, який формують навички інформаційної гігієни та критичного мислення. Навчання здобувачів освіти основам інформаційної безпеки має підготувати молоду людину до сучасних інформаційних викликів і загроз.

Висновки до першого розділу

Підводячи підсумок, можна сказати, що навіювання – це складний психологічний феномен, який передбачає прийняття ідей, переконань або точок зору, запропонованих іншими, свідомо чи несвідомо. Навіювання може впливати на думки, емоції та дії людей і може проявлятися в різних контекстах і ситуаціях повсякденного життя, як позитивно, так і негативно.

З точки зору психології навіювання пояснюється нейропсихологічними механізмами, когнітивними процесами та соціальною динамікою, які роблять можливим вплив інших на свідомість і поведінку людей. Розуміння того, як працює навіювання, має важливе значення для аналізу його наслідків у терапії, освіті, рекламі, політиці та інших сферах соціального та культурного життя.

РОЗДІЛ 2.

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ НА ПСИХІЧНЕ ЗДОРОВ'Я ЦИВІЛЬНОГО НАСЕЛЕННЯ

2.1. Організація та методи дослідження впливу інформаційної війни на психічне здоров'я

Будь-який інформаційний вплив включає у себе всі основні принципи сприйняття. Відповідно до виявлень того, наскільки респонденти мають схильність до інформаційних навіювань, за основу дослідження було взято низку методик, які включають у себе розгляд головних аспектів сприйняття, зокрема рівень емоційного інтелекту.

Для коректного та виняткового зрізу експериментальну базу складали респонденти віком від 14 до 85 років у кількості 60 осіб. Більшість проходили тестування у онлайн форматі. З літніми людьми опитування проводилися частіше офлайн, але за допомогою онлайн-тестів.

До переліку методик входять тест Сонді; тест на конформність С.В. Клаучеко, В.В. Деларю; тест на ціннісні орієнтації Мілтона Рокіча; тест Холла на визначення рівня емоційного інтелекту та авторське анкетування для більш чіткого розуміння особистісного сприйняття інформації.

Тест Сонді (або Сонді-тест) – це проєктивний психодіагностичний тест, розроблений угорським психіатром Леопольдом Сонді в 1935 році. Цей тест спрямований на дослідження прихованих несвідомих потягів, інстинктів та конфліктів, що впливають на психічне здоров'я людини.

Основні положення тесту Сонді:

1. Психоаналітична основа. Тест базується на психоаналітичній теорії, зокрема на ідеях про несвідомі потяги. Сонді вважав, що приховані бажання та інстинкти, які формують нашу особистість, можна виявити через вибір або відхилення певних образів людей.

2. Проективний підхід. Це означає, що людина несвідомо "проекує" свої внутрішні конфлікти та потяги на стимул (у цьому випадку на фотографії). Вибір і відхилення певних фотографій відображають внутрішні мотиваційні сили особистості.

Тест складається з 48 фотографій, поділених на 6 серій по 8 фотографій. На кожній фотографії зображено портрет людини, яка має виразні психологічні та психіатричні особливості (пацієнти з різними типами психічних розладів). У кожній серії зображені люди, які страждали від різних психічних хвороб, таких як епілепсія, шизофренія, депресія та інші.

Етапи проведення тесту:

1. Пред'явлення серії фотографій. Учаснику послідовно показують кожну серію фотографій і просять вибрати два обличчя, які викликають найбільшу симпатію, і два, які викликають найбільшу антипатію.

2. Реакція на образи. Кожна фотографія має зв'язок із певним типом психологічного або психопатологічного стану, тому вибір або відхилення того чи іншого обличчя має символічне значення.

Результати інтерпретуються за допомогою спеціальної системи, яка враховує, які фотографії учасник вибрав і які відхилив. Вибір пов'язаний з певними типами потягів і психічними конфліктами, прихованими в несвідомому.

Основні потяги або інстинкти, на яких базується тест Сонді:

1. Садистичний потяг (S) – пов'язаний з агресивними нахилами, потребою у домінуванні або підпорядкуванні.

2. Сексуальний потяг (P) – пов'язаний з емоційними та сексуальними відносинами, включаючи питання сексуальної ідентичності.

3. Епілептичний потяг (E) – пов'язаний із спалахами люті, імпульсивною поведінкою, схильністю до вибухів емоцій.

4. Кататонічний потяг (K) – відображає схильність до ригідності мислення та поведінки, а також проблеми з руховою активністю.

5. Шизофренічний потяг (Sch) – пов'язаний із труднощами в соціальних контактах, емоційною відстороненістю та проблемами з мисленням.

6. Мазохістичний потяг (М) – проявляється в схильності до страждання, самопокарання або жертвування собою.

7. Генеративний потяг (G) – пов'язаний з репродуктивними інстинктами та сімейними цінностями.

До переваг тесту можна віднести такі значення:

- Несвідомий рівень дослідження: Тест дозволяє отримати інформацію про несвідомі потяги, які важко виявити через інші психологічні тести.
- Проективність: Це дозволяє уникнути прямого впливу соціально бажаної поведінки, оскільки учасник не усвідомлює, що насправді вимірює тест.
- Широка сфера застосування: Використовується у клінічній психології, психотерапії, психоаналізі для глибокого дослідження психіки.

Інтерпретація результатів є суб'єктивною і вимагає високої кваліфікації психолога.

Є певна критика щодо надійності та об'єктивності тесту, оскільки він базується на психоаналітичній теорії, яка не завжди підтверджена емпіричними дослідженнями.

Тест Сонді допомагає зрозуміти глибинні аспекти особистості та спадкові фактори, що можуть впливати на поведінку. Це інструмент, який може дати важливі інсайти щодо внутрішніх конфліктів і спонукань людини, що сприяє більш ефективній психотерапії та консультуванню.

Тест на конформність, розроблений С.В. Клаучеко і В.В. Деларю, використовується для вимірювання схильності людини піддаватися впливу інших і змінювати свої погляди або поведінку під тиском групи. Конформність – це готовність людини пристосовуватися до групових норм і правил, навіть якщо вони суперечать її власним переконанням. Цей тест допомагає визначити рівень залежності людини від думок інших та її здатність чинити опір груповому впливу.

Метою тесту на конформність є визначення ступеня соціального впливу на індивідуума. Він дозволяє зрозуміти, наскільки людина схильна до

підпорядкування груповому тиску та готова змінювати свої переконання чи дії під його впливом.

Тест складається з різних ситуацій або питань, в яких людині пропонується зробити вибір. Зазвичай, у таких тестах досліджуваному надають фальшиві результати групи або навмисно створюють ситуації, де інші учасники (часто псевдоучасники, які працюють із дослідником) висловлюють певну позицію. Досліджуваний має прийняти рішення або висловити свою думку, що дає можливість оцінити його реакцію на груповий тиск.

Власне саме тестування можна розподілити на кілька етапів, які в своїй основі мають на меті більш структурований спосіб роботи з бенефіціарами.

1. Ознайомлення з завданням. Досліджуваного знайомлять із завданням, де часто ставляться запитання на логічне мислення чи визначення певних характеристик предметів.

2. Представлення "групової думки". Учаснику показують відповіді інших (або вигадані, або від псевдоучасників), які свідомо надаються неправильно.

3. Оцінка реакції. Людині пропонують висловити свою думку або зробити вибір, що дозволяє оцінити, чи піддається вона груповому впливу.

4. Результати. Реакція на думку групи аналізується для визначення рівня конформності.

Рівень конформності визначається на основі того, як часто досліджуваний погоджується з групою, навіть якщо це суперечить його власній думці.

- Високий рівень конформності: Досліджуваний часто приймає позицію групи, навіть якщо вона суперечить його особистим переконанням або очевидним фактам. Це може вказувати на сильну потребу в соціальному прийнятті, бажання уникнути конфліктів або високу залежність від думки інших.

- Середній рівень конформності: Досліджуваний іноді погоджується з групою, але не завжди, що може свідчити про певний баланс між власною думкою і бажанням дотримуватися групових норм.

- Низький рівень конформності: Досліджуваний рідко піддається впливу групи і більше покладається на свої власні судження. Це може свідчити про високий рівень впевненості в собі, незалежність та індивідуалізм.

Тест дає можливість краще зрозуміти соціальну поведінку людини. Може бути використаний у дослідницьких цілях для вивчення групових процесів, соціальних установок та культурних особливостей.

Результати можуть залежати від контексту та конкретних умов, в яких проводиться тест. Оцінка може бути суб'єктивною та залежить від того, наскільки добре дослідник контролює ситуацію.

Цей тест часто застосовується у сфері соціальної психології для дослідження соціальних впливів, у роботі з підлітками для оцінки рівня групового впливу, а також для визначення ступеня соціальної адаптації. Він дозволяє краще зрозуміти, як люди взаємодіють з іншими в умовах тиску і як здатність чинити опір впливу може впливати на поведінку в групі.

Тест на конформність Клаучеко та Деларю є важливим інструментом для оцінки соціальної поведінки людини, а також допомагає виявити індивідуальні риси особистості, що впливають на її здатність до незалежного мислення.

Тест на ціннісні орієнтації Мілтона Рокіча є одним із найвідоміших методів для вивчення системи цінностей особистості. Цей тест, розроблений американським соціальним психологом Мілтоном Рокічем, дозволяє визначити, які саме цінності є пріоритетними для людини, а також виявити її основні життєві цілі та важливі етичні принципи.

Метою тесту на ціннісні орієнтації є:

- Виявлення системи цінностей, які відіграють ключову роль у житті людини.
- Визначення того, які аспекти життя респондент вважає найбільш важливими.
- Аналіз мотиваційних та етичних орієнтацій, які впливають на поведінку та прийняття рішень.

Тест на ціннісні орієнтації Мілтона Рокіча складається з двох типів цінностей: термінальних і інструментальних.

1. Термінальні цінності. Це кінцеві цілі, до яких людина прагне у своєму житті, наприклад, щастя, мир, свобода, любов, особистісне зростання, досягнення успіху. Всього 18 термінальних цінностей, які респонденту пропонується ранжувати за ступенем важливості, розставляючи їх від найважливішої до найменш важливої.

2. Інструментальні цінності: Це принципи, якими керується людина у своєму житті, щоб досягти своїх кінцевих цілей. Сюди входять такі цінності, як чесність, відповідальність, толерантність, амбіційність, незалежність. Також включає 18 інструментальних цінностей, які респондент ранжує за ступенем важливості, подібно до термінальних цінностей.

На початковому етапі респонденту надається список із 18 термінальних і 18 інструментальних цінностей, які потрібно оцінити.

Ранжування цінностей. Кожну групу цінностей (термінальні та інструментальні) необхідно розставити за важливістю:

Від найважливішої цінності до найменш важливої.

Після того як респондент розставив цінності, аналізуються пріоритети та визначається його ціннісна орієнтація.

На основі пріоритетів цінностей можна визначити основні життєві орієнтації респондента. Ось кілька можливих профілів інтерпретації:

- Індивідуалістичні цінності. Якщо респондент виділяє цінності, пов'язані з особистісним успіхом і самореалізацією, це може вказувати на прагнення до незалежності, досягнень та особистісного розвитку.
- Сімейні цінності. Пріоритетність цінностей, пов'язаних із любов'ю, щастям та сімейним життям, свідчить про важливість міжособистісних стосунків та гармонії в сім'ї.
- Соціально орієнтовані цінності. Якщо акцент робиться на цінностях миру, рівності, соціальної справедливості, це може свідчити про альтруїстичну та гуманістичну орієнтацію.

Простота у проведенні: тест легко організувати та провести. Дозволяє краще зрозуміти життєві орієнтації респондента, його мотивації та етичні принципи. Може використовуватись у різних сферах: психологія, освіта, управління персоналом, коучинг та інші.

Тест на ціннісні орієнтації Мілтона Рокіча використовується для психологічного консультування, де допомагає виявити основні життєві орієнтири клієнта; досліджень у соціальній психології для вивчення культурних і поколіннєвих відмінностей у системах цінностей; в управлінні персоналом для кращого розуміння ціннісних орієнтацій працівників, що може допомогти у створенні сприятливої робочої атмосфери.

Тест на ціннісні орієнтації Мілтона Рокіча є ефективним інструментом для аналізу особистісних цінностей. Він дозволяє отримати уявлення про те, що є важливим для людини, а також виявити мотиваційні чинники, що впливають на її поведінку та прийняття рішень. Цей тест є корисним як у дослідницькій діяльності, так і в практичному застосуванні, допомагаючи глибше зрозуміти індивідуальні риси особистості.

Тест Холла на визначення рівня емоційного інтелекту (EI) є одним із найпопулярніших методів для оцінки емоційної компетентності людини. Він був розроблений американським психологом Ніколасом Холлом і включає запитання, спрямовані на вимірювання здатності людини розпізнавати, розуміти, контролювати свої емоції та емоції інших людей.

Метою тесту Холла є виявлення рівня емоційного інтелекту (EI) людини, який відіграє важливу роль у комунікації, стресостійкості, особистісному розвитку та ефективності соціальних взаємодій, а також оцінка здатності людини до самоконтролю, емпатії, мотивації та побудови здорових стосунків.

Тест складається з 30-45 запитань (у різних версіях), на які потрібно відповідати відповідно до своїх відчуттів і поведінки в конкретних ситуаціях. Респондентам пропонується оцінити свої відповіді на шкалі, що допомагає визначити їх рівень розвитку ключових аспектів емоційного інтелекту.

Основні компоненти емоційного інтелекту за Холлом:

1. Самосвідомість: здатність розпізнавати власні емоції та розуміти, як вони впливають на думки і поведінку.
2. Саморегуляція: здатність контролювати свої емоції, адаптуватися до змін та управляти імпульсами.
3. Мотивація: внутрішній драйв досягати своїх цілей, бути наполегливим і вміти знаходити мотивацію всередині себе, навіть у складних ситуаціях.
4. Емпатія: здатність розуміти емоції інших людей і співпереживати, що є основою ефективного соціального спілкування.
5. Соціальні навички: вміння будувати здорові стосунки, ефективно спілкуватися, працювати в команді та управляти конфліктами.

Респонденту пропонується відповідати на запитання за шкалою від «згоден» до «не згоден» або за 5-бальною шкалою, щоб оцінити свою поведінку в різних емоційних та соціальних ситуаціях. Кожне питання тесту оцінюється певною кількістю балів, які підсумовуються в кінці тесту. Після отримання загальної кількості балів, вони співвідносяться з рівнем емоційного інтелекту – від низького до високого.

- Високий рівень емоційного інтелекту: Людина добре розуміє і контролює свої емоції, здатна ефективно спілкуватися, підтримувати позитивні соціальні зв'язки та вміє проявляти емпатію.
- Середній рівень емоційного інтелекту: Людина має певні навички управління своїми емоціями, але їй може бути складно контролювати свої реакції у деяких ситуаціях. Можливо, є певні труднощі у соціальних взаємодіях або недостатня емпатія.
- Низький рівень емоційного інтелекту: Людина може мати труднощі з розумінням своїх та чужих емоцій, проявляти імпульсивність та труднощі у встановленні здорових стосунків. Такій людині може бути складно справлятися зі стресом і контролювати свої реакції.

Простота проведення і зрозуміла структура тесту дозволяє швидко отримати результати. Допомагає виявити сильні і слабкі сторони людини у сфері

емоційного інтелекту. Використовується у психотерапії, коучингу, професійному розвитку для покращення навичок спілкування та саморегуляції.

Тест базується на самооцінці, тому можливе викривлення результатів через суб'єктивну думку респондента про себе. Інтерпретація результатів може бути недостатньо точною, якщо респондент не повністю чесний у своїх відповідях.

Тест Холла на рівень емоційного інтелекту часто використовується в особистісному розвитку для визначення навичок управління емоціями та соціальних навичок; роботі з персоналом для оцінки емоційної компетентності працівників, особливо для лідерів та працівників, які мають значну комунікаційну взаємодію; психотерапії та коучингу, де він допомагає клієнтам краще розуміти себе, покращувати свої соціальні навички та розвивати емоційний інтелект.

Тест Холла є ефективним інструментом для вимірювання емоційного інтелекту, що допомагає зрозуміти сильні та слабкі сторони особистості в емоційному та соціальному плані. Він дозволяє оцінити рівень здатності людини керувати своїми емоціями, будувати стосунки та справлятися зі стресом.

2.2. Якісні та кількісні характеристики констатуючого експерименту.

Відповідно до розробленого поетапного дослідження, методики проводилися у суворому порядку. Респонденти мали змогу проходити перший зріз дистанційно.

Згідно результатів тесту стало зрозуміло, що більшість відносяться до кататонічних проявів у поведінці, меншість до маніакального сприйняття світу. Це говорить про те, що респонденти мають значно меншу схильність до скрупульозного аналізу інформативного навантаження, у той час як більшість схильні зациклюватись на будь-якій інформації та подовгу її обговорювати, що призводить до вкорінення її елементів.

Таблиця 2.1

**Результати констатуючого експерименту за тестом на
конформність С.В. Клаучеко, В.В. Деларю**

Рівень конформності	Кількість людей
Слабкий рівень	5
Помірний рівень	19
Сильний рівень	36

Достатньо високий рівень конформності говорить про схильність респондентів прислухатися до будь-якої почутої інформації, прислухатися до більшості або найближчого оточення. Помірні - про схильність до аналізу, але не на постійній основі, а швидше за можливості. Слабкий рівень конформності дає розуміння того, що людина схильна аналізувати абсолютну більшість отриманої інформації, оскільки має потужне критичне мислення та має на все власну думку.

Таблиця 2.2

**Результати констатуючого експерименту за тестом на ціннісні
орієнтації Мілтона Рокіча**

	Самореалізація	Альтруїзм	Родина	Самопізнання	Прийняття інших	Інші цінності
К-ть р.	5	12	18	3	4	18

Даний тест має дати розуміння того, яку саме інформацію респонденти поглинають краще, що напряду залежить від цінностей, які має особистість. По 18 обрали родину та інші цінності, як провідні. 12 - схильні до альтруїстичних цінностей. Самореалізація, самопізнання та прийняття інших були окремо визначенні як провідні, але обрали їх меншість.

Відповідно до цього можна висловити теорію, що більшості респондентів важливою є вся інформація, яка напряду може вплинути на їх родину або ж формування родини. 12 важливою та більш помітною інформацією є все, що пов'язане зі злими намірами або ж навпаки добрими вчинками, підвищене відчуття справедливості та гостре сприйняття інформаційного навантаження, що зазіхає на порушення цього суб'єктивного відчуття.

Таблиця 2.3

Результати констатуючого експерименту за тестом Холла

	Емоційна обізнаність	Управління емоціями	Самотивація	Емпатія	Управління емоціями інших
Н-й рівень	36	34	29	11	35
С-й рівень	19	22	22	39	20
В-й рівень	5	4	9	10	5

Найважливішими аспектами для дослідження стали саме “управління емоціями”, “емпатія” та “управління емоціями інших”. Згідно цього можна сказати, що високий рівень емпатії мають 10 осіб, 39 середній та 11 - низький.

згідно управління емоціями показники дещо інші: більшість, 34 респонденти, мають низький рівень, 22- середній та лише 4 - високий. Це говорить про легкість навіювання та схильності до емоційного поглинання отриманої інформації.

Управління емоціями інших говорить про те, наскільки є ймовірним навіювання зі сторони респондента та наскільки він сам бере участь у поширенні того, що викликало його щире зацікавлення. Тут ми маємо схожу картину з управлінням власними емоціями.

Загальний рівень емоційного інтелекту не може дати повної картини схильності особистості до навіювання та піддаванню інформаційним маніпуляціям.

За результатами можна спостерігати прямопропорційну залежність рівня конформності за та Показниками емоційного інтелекту (Табл 2.4.); показник емоційна обізнаність ($r = 0,03$), що свідчить про динаміку рівнів зниження та збільшення рівнів відповідно зі збільшенням показників конформності збільшується рівень за даними шкалами та навпаки зі зниженням знижуються і показники емоційної обізнаності.

Таблиця 2.4

Результати розрахунку критерію Пірсона за визначеними критеріями

№	Показники емоційного інтелекту	Тип залежності з показником конформності	Загальне значення, r
1.	Управління емоціями	обернена	- 0,12**
2.	Емоційна обізнаність	прямопропорційна	0,03**

** $p \leq 0,01$; * $p \leq 0,05$.

При цьому обернений тип залежності зафіксовано у за такими шкалами як: управління емоціями ($r = - 0,12$), що свідчить про динаміку рівнів кожного показник – обернено (зі збільшенням рівня управління емоціями, знижується рівень конформності, і навпаки, зі збільшенням показників конформності – знижуються показники за рівнями визначених шкал).

Інформаційний вплив значною мірою залежить від особливостей сприйняття, таких як рівень емоційного інтелекту, емоційність до конформності та системи цінностей. Для дослідження цих аспектів було використано низку психодіагностичних методик, що включає тест Сонді, тест на конформність, тест на ціннісні орієнтації Мілтона Рокіча та тест Холла на визначення емоційного інтелекту. Отримані результати показують, що різні категорії респондентів, зокрема літні люди та молодь, по-різному реагують на інформаційний вплив, що потребує адаптованого підходу до аналізу та інтерпретації даних. Це дослідження підкреслює важливість емоційної компетентності, критичного мислення та розуміння внутрішніх потягів для протидії маніпуляціям.

Висновки до другого розділу

Для ретельного вивчення впливу інформаційної війни на психологічний стан населення України, було підібрано методики, які максимально чітко можуть вказати на сприйняття та вміння особистості спростовувати й аналізувати отриману інформацію не піддаючись прямому інформаційному впливу. Серед числа респондентів було виокремлено різні вікові категорії починаючи з 18 років, які пізніше було сформовано у групи вікових характеристик для більш глибокого аналізу.

По результатах стало зрозуміло, що більшість населення України дуже сильно піддаються інформаційному впливу, що викликає у них у подальшому психологічні викривлення сприйняття та неможливість критично мислити у певних ситуаціях. Дана інформація була інтерпритована у контексті подальшого вивчення та формування корекційної програми, яка могла б допомогти надати

населенню розуміння потужності інформаційної війни і наслідків цього для людей.

РОЗДІЛ 3.

РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ КОРЕКЦІЙНОЇ ПРОГРАМИ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ ПРОТИДІЇ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ НА ПСИХІЧНЕ ЗДОРОВ'Я ЦИВІЛЬНОГО НАСЕЛЕННЯ

3.1. Структура та зміст корекційної програми для протидії впливу інформаційної війни

Програма створювалася для різних вікових категорій, відповідно важливим критерієм стала доступність системи проведення експерименту.

У самому експерименті погодилися брати участь респонденти від 18 до 85 років. Оскільки осіб забагато для однієї сесії, їх було розподілено на три групи по 20 осіб у рандомному порядку.

Сама суть експерименту полягає у тому, аби допомогти респондентам розпізнавати та протидіяти інформаційному тиску.

Метою програми став розвиток критичного мислення, стійкості до маніпуляцій, підвищення усвідомленості інформаційних ризиків. Для більш ефективної роботи було створено 6 окремих сесій, які мають у собі елементи психоедукації та вправи для розпізнавання інформаційних маніпуляцій.

Із людьми похилого віку сесії проводилися офлайн раз на тиждень (одна група). Для двох інших груп зустрічі проводилися онлайн теж раз на тиждень. Каркас експерименту представлено нижче, але він інтерпритувався в залежності від вікової категорії та інформації, яку вони здатні засвоїти.

Наприклад, забігаючи наперед, з групою очного формату остання сесія була повністю спрямована на рефлексію та закріплення матеріалу, оскільки більшість не користується гаджетами, але переглядають новини по телевізору. Для офлайн-груп – все проводилося згідно плану наведеного нижче.

Сесія 1: Вступна – розуміння ІПСО

Інформаційно-психологічні спеціальні операції (ІПСО) – це цілеспрямовані дії, спрямовані на вплив на свідомість і поведінку людей через поширення

маніпулятивної інформації. Мета таких операцій – дезорієнтація, деморалізація або контроль над діями певної групи чи суспільства загалом.

Мета ІПСО:

- Дестабілізація суспільства. Викликати страх, паніку, недовіру до влади чи державних інституцій.
- Маніпуляція громадською думкою. Формування потрібної думки або переконання.
- Деморалізація. Зниження бойового духу військових або населення.
- Вплив на поведінку. Примус до конкретних дій (наприклад, еміграція, саботаж).

Основні техніки ІПСО:

Дезінформація. Поширення неправдивих або спотворених даних.

Приклад: "Евакуація неможлива, всі дороги заміновано".

Створення паніки. Використання страху для маніпуляції поведінкою.

Приклад: "Вода у регіоні отруєна, її не можна пити".

Розповсюдження чуток. Використання непідтверджених даних для посилення хаосу.

Приклад: "Мій знайомий сказав, що завтра буде повітряна тривога по всій країні".

Нападки на лідерів. Зменшення довіри до офіційних осіб або активістів.

Приклад: "Цей політик – маріонетка іншої країни".

Ознаки маніпулятивної інформації:

1. Емоційні заголовки, які викликають страх чи гнів.
2. Відсутність конкретики: хто, де, коли (наприклад, "джерела повідомляють").
3. Заклики до негайної реакції (поширити інформацію, вийти на протест тощо).
4. Відсутність перевірених джерел або посилання на невідомі авторитети.

Етап підготовки, аналіз цільової аудиторії, визначення слабких місць у суспільстві. Запуск інформаційної кампанії, використання медіа, соцмереж,

чуток. Реакція аудиторії, поширення фейків серед населення, емоційна реакція. Посилення ефекту, додавання нових маніпуляцій для підкріплення основної ідеї.

Вправа: Аналіз прикладів ІПСО

Текст 1 (реальна маніпуляція):

"Війська країни X готуються до нападу, про що свідчить підвищена активність у прикордонних районах. Наші джерела підтверджують, що вторгнення відбудеться за кілька днів".

(Маніпуляція: використання невизначених "джерел", нагнітання страху).

Текст 2 (нейтральна інформація):

"Протягом останнього тижня в регіоні спостерігається підвищена активність військових навчань".

(Факт: опис події без емоційних оцінок).

Інструкція: Учасники обговорюють, який текст виглядає маніпулятивним, і чому.

Далі група розподіляється на 4 підгрупи по 5 осіб, і кожна отримала по 3 тексти. Їх завдання в тому аби обговорити де фейк, а де правда.

Сесія 2: Критичне мислення як інструмент захисту

Критичне мислення – це здатність об'єктивно аналізувати інформацію, оцінювати її правдивість та уникати впливу маніпуляцій.

Етапи критичного мислення: аналіз (Що саме повідомляється? Хто є джерелом інформації?); оцінка (Чи є факти на підтвердження? Чи можна перевірити джерело?); рефлексія (Чому ця інформація викликає емоції? Чи є вона намаганням маніпулювати мною?).

Ознаки неправдивої інформації:

- Невизначені джерела (наприклад, "експерти заявляють").
- Відсутність балансу думок.
- Емоційно заряджений тон.
- Складні висновки без пояснень.

Критичне мислення не означає заперечення всього. Це спосіб усвідомлення, як оцінювати інформацію.

Вправа: Факт чи маніпуляція

Заголовок 1:

"Ці продукти вбивають вас: список небезпечних продуктів у вашій тарілці!"

(Маніпуляція: емоційний заголовок, немає джерел).

Заголовок 2:

"ВООЗ опублікувала нові дослідження щодо впливу харчових продуктів на здоров'я".

(Факт: наявність джерела, нейтральний тон).

Вправа: Детектор брехні

"Новий закон змусить усіх платити в 5 разів більше за комунальні послуги. Уряд використовує цей метод для збагачення окремих осіб".

(Маніпуляція: немає фактів, емоційне звинувачення).

Завдання: Знайти слабкі місця у тексті (відсутність цифр, джерел, конкретики).

Сесія 3: Маніпуляції в медіа та соціальних мережах

Маніпуляція – це прихований вплив на свідомість із метою змусити людину діяти чи думати певним чином, вигідним маніпулятору.

Види маніпуляцій у медіа: сенсаційні заголовки (Приклад: "Шок! Дізнайтесь, що трапиться завтра!". Викликають цікавість, але текст не містить фактів.); напівправа ("Кількість безробітних збільшилася вдвічі!"); фейкові експерти (використання псевдоавторитетів для легітимізації інформації); техніка «великої брехні» (постійне повторення фейкової інформації, щоб аудиторія почала в неї вірити).

Ознаки маніпуляції в соцмережах: заклики до негайних дій ("поширюй зараз"). Постійна критика без пропозицій рішень. Наявність великої кількості емоційних коментарів.

Вправа: Розпізнай маніпуляцію

Приклади постів у соцмережах:

"Завтра о 12:00 повітряні сирени по всій країні, але нам не кажуть чому! Що вони приховують?!"

(Маніпуляція страхом та недовірою до влади).

"Мій друг працює у високих колах і підтвердив, що скоро буде дефолт!"
(Фейкове посилення на "особисте джерело").

"Підпишіться на наш канал, щоб отримати найточніші дані, яких немає ніде!"

(Маніпуляція на авторитеті).

Завдання: Виявити маніпуляції та пояснити, як їх можна перевірити.

Сесія 4: Управління емоціями під час інформаційного тиску

Основні емоції під час інформаційного тиску:

1. Страх: "Що буде далі? Чи це небезпечно для мене?"
2. Гнів: "Чому вони так чинять?"
3. Безпорадність: "Я нічого не можу змінити".

Вправа "Пауза":

- Зупиніться, подихайте глибоко. Це допомагає знизити емоційну реакцію.

Техніка "заземлення":

- Озирніться навколо та назвіть 5 речей, які бачите, 4 речі, які чуєте, 3 речі, яких торкаєтесь.

Перемикання уваги:

- Спробуйте зробити щось, що вас заспокоює (музика, спорт, розмова з другом).

Вправа: Емоційний барометр

Учасники дивляться короткий відеоролик із нагнітанням страху (змодельований фейк).

Завдання: описати свої емоції (страх, тривога, злість).

Після цього застосувати техніку дихання за квадратом.

Підсумок: Як змінилися емоції після вправи?

Сесія 5: Стратегії особистої інформаційної безпеки

Інформаційна безпека – це набір правил і практик, які допомагають захистити ваші дані, психічний стан і дії від впливу маніпуляцій.

Принципи кібергігієни:

1. Захист акаунтів:

- Створюйте унікальні паролі для кожного сервісу.
- Використовуйте двофакторну автентифікацію.

2. Перевірка джерел:

- Довіряйте лише перевіреним ресурсам.
- Уникайте анонімних телеграм-каналів і невідомих сайтів.

3. Уникнення маніпулятивного контенту:

- Не діліться емоційними постами без перевірки їхньої правдивості.

Правила інформаційного фільтру:

1. Перш ніж поширювати новину, поставте собі запитання:

- Чи є джерело?
- Чи може ця інформація бути вигаданою?

2. Перевіряйте факти через офіційні ресурси (державні сайти, міжнародні організації).

Рекомендовані ресурси:

- StopFake.org – перевірка фейкових новин.
- Google Fact Check Explorer – пошук фактів.

Вправа: Інформаційна дієта

Учасники отримують список медійних джерел (змішані – фейкові й надійні).

Завдання:

- Визначити, які з них варто залишити у своїй "дієті".
- Перевірити кожне джерело за критеріями: прозорість, наявність фактів, нейтральний тон.

Приклади джерел:

Відомі фейкові сайти (на кшталт "Сенсаційний репортер").

Надійні (BBC, Reuters, Укрінформ).

Сесія 6: Підсумкова – протидія ІПСО на практиці

Вправа: Рольова гра "АнтиІПСО-експерт"

Сценарій 1:

Соцмережами поширюється фейк: "У регіоні Х почали використовувати заборонену зброю, яка небезпечна для всього населення!"

Учасники розробляють план дій:

- Як перевірити інформацію.
- Як правильно відповісти.

Вправа: Колективний план протидії

Учасники створюють плакат із правилами поведінки під час інформаційної атаки (наприклад: "Завжди перевіряй джерела", "Не реагуй емоційно").

Обговорення: як ці правила можуть допомогти іншим.

3.2. Аналіз результатів формуючого експерименту

Згідно аналізу розуміння проблематики, результати можна висловити саме у словах, оскільки повторне тестування ніяким чином не змінить попередніх результатів.

Результати офлайн-групи (60+):

- Учасники вперше дізналися про термін "ІПСО" та його приклади.
- Люди похилого віку змогли визначити базові ознаки фейкових новин (емоційний тон, відсутність джерел).
- Складнощі виникли під час аналізу складних текстів із маніпулятивними техніками.

По зворотньому зв'язку було отримано наступні відгуки: "Я не знала, що це так поширено. Треба бути уважнішою до того, що читаю". "Було важко зрозуміти, як розпізнати всі ознаки, але приклади дуже допомогли".

Онлайн-групи (18–49 років):

Результати:

Молодші учасники мали більше попередніх знань про ІПСО.

Були активними під час обговорення прикладів, але частина учасників схильна заперечувати реальність маніпуляцій ("Мені це не загрожує").

Зворотній зв'язок:

"Було цікаво дізнатися, як працюють такі операції".

"Мені здається, що більше потрібно говорити про реальні наслідки, щоб люди розуміли серйозність".

Сесія 2: Критичне мислення як інструмент захисту

Офлайн-група (60+):

Результати:

- Учасники навчилися задавати питання щодо джерел і змісту інформації.
- Потребували детального пояснення щодо логічних помилок, проте змогли визначити емоційні маніпуляції у простих прикладах.

Зворотній зв'язок:

- "Дуже корисно. Тепер знаю, що не треба одразу вірити всьому, що пишуть".
- "Хотілося б більше вправ на перевірку правдивості інформації".

Онлайн-групи (18–49 років):

Результати:

- Молодші учасники краще ідентифікували маніпуляції в медіа, але у частини виникали труднощі з визначенням складних маніпуляцій.
- Було більше запитань про фейки в соцмережах.

Зворотній зв'язок:

- "Дуже корисно! Раніше не звертала увагу на структуру новин".
- "Було б добре більше прикладів з Facebook і Instagram".

Сесія 3: Маніпуляції в медіа та соцмережах

Офлайн-група (60+):

Результати:

- Учасники змогли розпізнати маніпуляції в поширених фейкових новинах.

- Деякі учасники потребували допомоги у розумінні технічних аспектів соцмереж.

Зворотній зв'язок:

- "Тепер я розумію, чому не можна вірити всім постам у Viber".
- "Соцмережами я не користуюсь, але цікаво дізнатися, як це впливає на молодь".

Онлайн-групи (18–49 років):

Результати:

- Учасники активно ділилися особистим досвідом з фейками.
- Деякі висловлювали невпевненість у своїй здатності відрізнити правдиві повідомлення від маніпуляцій.

Зворотній зв'язок:

- "Дуже сподобалася вправа з прикладами фейкових постів. Це те, що я бачу щодня".
- "Мені стало цікаво більше читати про алгоритми соцмереж".

Сесія 4: Управління емоціями під час інформаційного тиску

Офлайн-група (60+):

Результати:

- Учасники освоїли базові техніки заспокоєння (дихання, заземлення).
- Більшість учасників визнали, що раніше піддавалися паніці під впливом тривожних новин.

Зворотній зв'язок:

- "Це дуже допомагає! Тепер я знаю, як себе заспокоїти".
- "Було б добре більше часу на вправи, бо в мене не одразу вийшло".

Онлайн-групи (18–49 років):

Результати:

- Учасники оцінили ефективність технік управління емоціями.
- Виявили інтерес до додаткових ресурсів для практики медитацій чи релаксації.

Зворотній зв'язок:

- "Це було супер! Здається, я знайшла, що допоможе мені під час стресу".

- "Хотілося б додаткових вправ для самостійної роботи".

Сесія 5: Стратегії особистої інформаційної безпеки

Офлайн-група (60+):

Результати:

- Учасники запам'ятали основні правила кібергігієни.
- Частина літніх людей потребувала допомоги у створенні складних паролів чи налаштуванні безпеки в месенджерах.

Зворотній зв'язок:

- "Добре, що ви це розказали. Паролі я завжди роблю однакові, тепер зміню".

- "Хочу дізнатися, як перевіряти сайти".

Онлайн-групи (18–49 років):

Результати:

- Учасники активно обговорювали, які джерела вважають надійними.
- Більшість підтвердили, що після сесії змінили свої звички у споживанні інформації.

Зворотній зв'язок:

- "Я не думала, що двофакторна автентифікація – це так важливо".

- "Мені стало зрозуміло, як фільтрувати новини. Це корисно".

Учасникам пропонували вправи з розпізнавання інформаційних маніпуляцій, аналізу фейкових новин і розвитку навичок критичного мислення. Вправи враховували специфіку аудиторії: для офлайн-груп основний акцент робився на прикладах із традиційних медіа, тоді як для онлайн-груп більше уваги приділяли соцмережам. Підсумкові сесії зосередилися на рефлексії та закріпленні отриманих знань, що забезпечувало глибше засвоєння матеріалу.

Сесії з кібергігієни та стратегії особистої інформаційної безпеки допомогли учасникам освоїти базові принципи захисту своїх даних і фільтрації інформаційних потоків. Літні учасники звернули увагу на важливість створення унікальних паролів і перевірок джерел, як тоді молодші респонденти почали змінювати звички у споживаному контенті, надаючи перевагу перевіреним ресурсам.

Завдяки адаптованому підходу учасники засвоїли базові принципи розпізнавання інформаційного впливу. Літні люди виявляли складнощі з аналізом складних маніпуляцій, але на ринку розробки ключові ознаки фейків, такий як емоційний тон і відображає джерела. Молодші учасники активно обговорювали реальні приклади маніпуляцій або проявляли інтерес до застосування отриманих знань у повсякденному житті. Програма продемонструвала ефективність у покращенні критичного сприйняття інформації серед усіх вікових груп.

Підсумкові сесії дозволили учасникам узагальнити знання через рольові ігри та практичні завдання. Респонденти створили рекомендації щодо протидії інформаційним атакам, які можна використовувати у повсякденному житті. Програма довела свою ефективність у формуванні критичного ставлення до інформації, розвитку навичок управління емоціями та підвищеної загальної інформаційної грамотності серед різних вікових категорій.

Одним із викликів програми стала потреба адаптувати матеріали до різних рівнів цифрової грамотності учасників. Літні люди потребували більше часу для засвоєння технічних аспектів, таких як кібергігієна, тоді як молодші респонденти стикалися з викликом осмислення глибоких маніпулятивних технік. Однак комбінований підхід (онлайн і офлайн формати) сприяв успішному досягненню цілої програми.

Програма показала, що інтеграція психоосвітніх підходів і практичних завдань є дієвим інструментом для протидії інформаційному впливу. Для подальшого розвитку подібних ініціатив рекомендовано розробити додаткові модулі для окремих груп населення, наприклад підлітків або осіб із низькою

цифровою грамотністю, а також ввести довгострокові курси з медіаграмотності в загальноосвітніх і професійних програмах.

3.3. Рекомендації психолога щодо самостійної протидії впливу інформаційної війни на психічне здоров'я цивільного населення

Протидія впливу інформаційної війни на психічне здоров'я вимагає поєднання знань, навичок і активної роботи над своїм внутрішнім станом. Інформаційна війна спрямована на те, щоб викликати страх, тривогу, розгубленість і знизити довіру до власних сил чи суспільних інститутів. У цих умовах цивільне населення повинно вміти захищати свій психоемоційний стан і зберігати ясність мислення. Ось рекомендації, які допоможуть впоратися з цими викликами.

Перш за все, важливо навчитися аналізувати інформацію, яка потрапляє до вас із різних джерел. Уникайте сліпого споживання новин, особливо з неперевіраних джерел. Перед тим, як повірити або поширити інформацію, запитайте себе: хто є автором повідомлення, яку мету переслідує ця інформація, чи є в ній фактична основа? Якщо ви помічаєте емоційно забарвлені повідомлення, які викликають сильний страх, гнів або інші емоції, зупиніться й оцініть, чи не намагаються цим вами маніпулювати.

Другим важливим аспектом є збереження інформаційної гігієни. Намагайтеся обмежити час, який ви проводите за читанням новин, особливо у вечірній час. Постійний моніторинг стрічки новин викликає перевантаження мозку, знижує вашу здатність критично мислити й може призвести до хронічної тривожності. Виділіть конкретний час для ознайомлення з новинами, наприклад, двічі на день, і довіряйте лише надійним джерелам інформації. Водночас уникайте переслідування кожної нової "сенсації" – багато з таких повідомлень виявляються дезінформацією.

Робота зі своїми емоціями є ще одним ключовим елементом протидії впливу інформаційної війни. Важливо навчитися відокремлювати свої реальні почуття

від тих, що були нав'язані маніпулятивними повідомленнями. Для цього зосередьтеся на усвідомленні того, що відбувається у вашому тілі, коли ви читаєте або дивитеся певну інформацію. Якщо ви відчуваєте прискорене серцебиття, напругу або тривогу, використовуйте дихальні техніки для заспокоєння. Глибоке і повільне дихання допоможе вам стабілізувати стан і прийняти раціональні рішення.

Не менш важливо розвивати навички самопідтримки й заспокоєння. Це може включати практики релаксації, медитації, фізичні вправи або навіть прості прогулянки на свіжому повітрі. Намагайтеся знаходити способи відновлення своїх сил і відволікання від постійного інформаційного навантаження. Читання художньої літератури, заняття творчістю, спілкування з близькими можуть допомогти відновити ваш внутрішній баланс і зменшити рівень тривоги.

Також важливо підтримувати соціальні зв'язки. У ситуаціях інформаційного тиску може виникнути спокуса ізолюватися або уникати спілкування, але це лише посилює відчуття тривоги й безпорадності. Залучайтеся до розмов із друзями та родиною, діліться своїми почуттями й переживаннями. У групах підтримки або спільнотах ви можете отримати додаткові ідеї та поради, а також знайти емоційну опору.

Окремо слід приділити увагу фізичному здоров'ю, адже стрес від інформаційної війни може негативно вплинути на загальний стан організму. Дотримуйтеся режиму сну, харчуйтеся збалансовано, пийте достатню кількість води та уникайте надмірного споживання кофеїну й алкоголю. Регулярна фізична активність, навіть легкі вправи чи розтяжка, допомагають зменшити рівень гормонів стресу в організмі й підтримують психічну стійкість.

Ще одним важливим аспектом є розвиток позитивного мислення. Намагайтеся акцентувати увагу на тих речах, які приносять вам радість і задоволення. Це можуть бути спогади про приємні моменти, досягнення, плани на майбутнє чи просто вдячність за те, що маєте. Позитивне мислення не означає ігнорування реальних проблем, але допомагає зосередитися на можливостях і знайти в собі сили діяти.

Нарешті, якщо ви відчуваєте, що самотійно не можете впоратися з впливом інформаційного тиску, не соромтеся звернутися за допомогою до фахівців. Психолог або психотерапевт може допомогти вам опрацювати страхи, тривогу та розробити індивідуальні стратегії для підтримки вашого психічного здоров'я.

Протидія інформаційної війни вимагає усвідомленого підходу до споживання новин. Критичне ставлення до джерел інформації та вміння розпізнавати емоційно забарвлені або маніпулятивні повідомлення є ключовими навичками. Люди повинні навчитися ставити запитання щодо джерел, мети повідомлення та його фактичної основи, що намагаються уникати впливу дезінформації.

Робота зі своїми емоціями та розвиток стійкості до маніпуляцій є елементами захисту від інформаційного тиску. Дихальні техніки, медитації та релаксаційні вправи сприяють зниженню тривожності й покращеній здатності приймати раціональні рішення. Важливим є також розвиток самопідтримки через творчість, прогулянки на свіжому повітрі й читання.

Збереження фізичного здоров'я, підтримання збалансованого режиму харчування, а також підтримка соціальних зв'язків є критичними для протидії інформаційній війні. Взаємодія з близькими та участь у групах підтримки сприяють подоланню ізоляції й тривоги, тоді як регулярна фізична активність знижує рівень стресу.

Розвиток позитивного мислення, орієнтованого на досягнення і радість, дозволяє зменшити негативний вплив стресових факторів. У випадку, коли самотійне управління емоціями не приносить результатів, звернення до психолога або психотерапевта може стати ефективним рішенням для підтримки психічного здоров'я.

Висновки до третього розділу

Корекційна програма протидії впливу інформаційної війни була адаптована до різних вікових категорій, забезпечуючи доступність та ефективність. Респонденти, віком від 18 до 85 років, були розподілені на три групи по 20 осіб,

які дали можливість проводити сесії в зручному форматі: офлайн для літніх людей і онлайн для молодших учасників. Програма охоплювала шість сесій, спрямованих на розвиток критичного мислення, підвищення інформаційної грамотності й стійкості до маніпуляцій.

Особлива увага у програмі приділялася управлінню емоціями під час інформаційного тиску. Учасники навчилися використовувати техніку заспокоєння, такі як дихальні вправи та методи заземлення, що допомогло знизити тривожність. Літні люди вперше усвідомили важливість такої техніки у зменшенні впливу панічних новин, тоді як молодші респонденти виявили зацікавленість у використанні додаткових ресурсів для практики медитації та релаксації.

Зворотній зв'язок від учасників програми про її практичну участь і важливість. Літні люди зазначали, що вправі допомогти їм впевненіше орієнтуватися в медіапростір та розпізнавати маніпуляції в новинах. Молодші респонденти високо оцінили інтерактивні завдання, зокрема аналіз прикладів із соцмереж, і запропонували розширити програму додаткових прикладів з реального життя.

ВИСНОВКИ

У роботі представлено теоретико-методологічний підхід до дослідження впливу інформаційної війни на психічне здоров'я цивільного населення. Визначено ключові аспекти інформаційного впливу, його техніки та стратегії, а також розглянуто психологічні наслідки інформаційного тиску. Виділено основні фактори, які впливають на стійкість до маніпуляцій та рівень психічного благополуччя респондентів різних вікових категорій. Експериментальне дослідження підтвердило необхідність розробки та впровадження корекційної програми, що було реалізовано в межах даного дослідження.

Відповідно до поставлених завдань, можна отримати такі висновки:

1) Згідно з теоретико-методологічним аналізом літературних джерел, інформаційна війна є багаторівневим явищем, що має значний вплив на індивідуальну та суспільну свідомість. Інформаційні атаки спрямовані на дезорієнтацію, викликання емоційного напруження та маніпуляцію поведінкою. Особливу увагу приділено теоріям когнітивного впливу, які пояснюють психологічні механізми, що лежать в основі сприйняття маніпуляцій.

2) Результати емпіричного дослідження показали, що вплив інформаційного тиску на психічне здоров'я проявляється у підвищенні рівня тривожності, панічних настроїв, депресивних станів та емоційного виснаження. Це свідчить про необхідність підвищення обізнаності населення щодо методів розпізнавання маніпуляцій та зменшення їх впливу на емоційний стан. Учасники старшого віку виявили більшу вразливість до маніпуляцій, тоді як молодші респонденти демонстрували кращу обізнаність, але частіше ігнорували потенційні ризики. Загальний рівень стійкості до інформаційного впливу залишається низьким, що вказує на необхідність корекційної роботи.

3) Розроблена та апробована корекційна програма базується на шести сесіях, орієнтованих на розвиток критичного мислення, підвищення інформаційної грамотності та стійкості до маніпуляцій. Програма включала як теоретичні, так і практичні завдання, адаптовані до потреб різних вікових груп.

Її результати свідчать про ефективність у зниженні емоційного напруження, покращенні здатності розпізнавати маніпуляції та зміцненні навичок інформаційної безпеки.

4) Важливим практичним результатом дослідження стали рекомендації щодо протидії впливу інформаційної війни. Вони включають аналіз джерел інформації, дотримання інформаційної гігієни, розвиток технік емоційного саморегулювання та формування позитивного мислення. Підкреслено значення психоедукації, групової та індивідуальної роботи для зменшення психологічних наслідків інформаційного тиску.

Отримані результати можуть бути основою для подальших досліджень у галузі психології інформаційного впливу та розробки масштабних програм для підвищення інформаційної стійкості населення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адлер, А. Практика та теорія індивідуальної психології. – Київ: Центр учбової літератури, 2018. – 245 с.
2. Артеменко, М. Інформаційна війна як елемент гібридних загроз. – Харків: Основа, 2021.
3. Бек, А. Когнітивна терапія тривожності та фобій. – Київ: Академія, 2020. – 320 с.
4. Виготський, Л.С. Психологія розвитку. – Київ: Освіта, 2019. – 304 с.
5. Головка, І. Вплив інформаційної агресії на соціальну динаміку. – Харків: Видавничий дім, 2022. – 195 с.
6. Головіна, Л. Навички критичного аналізу інформації. – Одеса: Наука, 2020. – 175 с.
7. Гребенюк, Т. Вплив мас-медіа на свідомість людини. – Київ: Університетська книга, 2017. – 220 с.
8. Гриценко, П. Медіаграмотність як соціальний феномен. – Одеса: Видавничий дім, 2020. – 156 с.
9. Данилова, О. Психологічні аспекти критичного мислення. – Дніпро: Науковий світ, 2021. – 197 с.
10. Дебора, С. Інформаційна безпека в сучасному світі. – Львів: Світ, 2019. – 140 с.
11. Дорошенко, С. Емоційний інтелект як ключ до медіаграмотності. – Київ: Академія, 2019. – 190 с.
12. Еліот, А. Секрети медіаграмотності. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 180 с.
13. Завадська, О. Стратегії медіаграмотності. – Харків: Основа, 2020. – 210 с.
14. Зимняя, И.А. Психология обучения взрослых. – Москва: Академкнига, 2018. – 288 с.

- 15.Зінченко, О. Медіапсихологія в епоху цифрових технологій. – Харків: Основа, 2021. – 230 с.
- 16.Журавель, Т. Інформаційна війна в сучасному світі. – Львів: Світ, 2020. – 215 с.
- 17.Іванова, Т. Розвиток стійкості до інформаційного впливу. – Київ: Поліграфцентр, 2021. – 175 с.
- 18.Іващенко, П. Методи аналізу фейкових новин. – Київ: Генеза, 2022. – 170 с.
- 19.Казакова, М. Психосоціальні наслідки інформаційного стресу. – Львів: ЛНУ, 2020. – 185 с.
- 20.Карпенко, Д. Психологічні техніки саморегуляції в кризових умовах. – Харків: Основа, 2021. – 190 с.
- 21.Каплун, М. Медіапсихологія та її прикладні аспекти. – Харків: Майстер-клас, 2020.
- 22.Карпенко, Д. Психологічні техніки саморегуляції в кризових умовах. – Харків: Основа, 2021. – 190 с.
- 23.Картер, С. Психологічний захист від стресу. – Київ: Ніка-Центр, 2019. – 180 с.
- 24.Казакова, М. Психосоціальні наслідки інформаційного стресу. – Львів: ЛНУ, 2020. – 185 с.
- 25.Коваль, О. Критичне мислення в епоху інформаційного суспільства. – Львів: Видавництво ЛНУ, 2021.
- 26.Козлов, В.В. Методи психологічної саморегуляції. – Київ: Академія, 2020. – 260 с.
- 27.Кондратюк, М. Особливості інформаційного протистояння. – Харків: Освіта, 2019. – 215 с.
- 28.Коноваленко, І. Метод виявлення інформаційних загроз. – Київ: Генеза, 2021. – 180 с.
- 29.Кочарян, А. Психологія дезінформації. – Київ: КНУ, 2022. – 190 с.

- 30.Лазарєв, С. Психосоціальні механізми впливу інформаційного середовища. – Одеса: Наука, 2020. – 180 с.
- 31.Лепеха, Ю. Фейки та пропаганда: як розпізнати та протидіяти. – Київ: Пульс, 2019. – 170 с.
- 32.Лернер, А. Психологічні основи адаптації в умовах кризи. – Львів: ЛНУ, 2021. – 210 с.
- 33.Лисенко, М. Когнітивні основи медіаграмотності. – Київ: Генеза, 2022. – 230 с.
- 34.Лученко, М. Основи інформаційної культури. – Львів: ЛНУ, 2020. – 175 с.
- 35.Малярєнко, О. Психологія пропаганди та контрпропаганди. – Харків: Основа, 2022. – 180 с.
- 36.Мальцева, А. Розпізнавання інформаційних маніпуляцій. – Київ: Політехніка, 2019. – 190 с.
- 37.Мартиненко, О. Стратегічна комунікація в умовах гібридної війни. – Харків: Видавництво ХНУ, 2020.
- 38.Маслоу, А. Мотивація та особистість. – Київ: Ніка-Центр, 2018.
- 39.Мельник, О. Основи інформаційної безпеки. – Київ: Академвидав, 2021. – 240 с.
- 40.Мельниченко, П. Інформаційна війна: теорія та практика. – Львів: Світ, 2020. – 205 с.
- 41.Микитенко, В. Критичне мислення як захист від маніпуляцій. – Львів: Майстерня, 2019. – 205 с.
- 42.Морозов, Д. Вплив інформаційної агресії на психіку. – Харків: Основа, 2020. – 175 с.
- 43.Морозова, Ю. Емоційна стабільність у кризових ситуаціях. – Харків: Основа, 2021. – 185 с.
- 44.Нестеренко, С. Управління інформаційними ризиками. – Київ: Академвидав, 2022. – 195 с.

45. Ніколаєва, О. Психологія емоційного виснаження. – Київ: Генеза, 2021. – 220 с.
46. Олексієнко, І. Методи боротьби з дезінформацією. – Львів: ЛНУ, 2019. – 175 с.
47. Орлова, Л. Кібергігієна в сучасному інформаційному просторі. – Одеса: Видавничий дім, 2020. – 185 с.
48. Павленко, І. Основи комунікаційної психології. – Київ: Політехніка, 2022. – 198 с.
49. Павлюк, В. Роль емоційного інтелекту у протидії стресу. – Харків: Основа, 2021. – 185 с.
50. Петренко, Д. Інформаційна безпека особистості. – Київ: Генеза, 2022. – 180 с.
51. Петров, М. Інформаційні загрози та їх вплив на суспільство. – Харків: Основа, 2021. – 205 с.
52. Попович, О. Психологічні наслідки медіаінформаційного впливу. – Київ: Ніка-Центр, 2022. – 175 с.
53. Приходько, Т. Техніки саморегуляції в умовах інформаційного стресу. – Львів: ЛНУ, 2019. – 160 с.
54. Поліщук, А. Навички критичного мислення: підходи та методи. – Львів: ЛНУ, 2020. – 195 с.
55. Ребус, К. Інформаційна культура сучасної людини. – Харків: Основа, 2020.
56. Ремезова, С. Управління емоціями в кризових ситуаціях. – Київ: Академія, 2021. – 170 с.
57. Рибак, Н. Стратегії протидії інформаційному тиску. – Одеса: Видавничий дім, 2022. – 186 с.
58. Романюк, О. Фейкові новини: вплив на суспільство. – Харків: Основа, 2021. – 185 с.
59. Рябченко, І. Технології маніпуляції в інформаційних війнах. – Київ: Академія, 2019. – 210 с.

- 60.Савченко, П. Медіакультура в сучасному суспільстві. – Львів: ЛНУ, 2022. – 220 с.
- 61.Соколова, О. Емоційний інтелект як засіб стійкості до маніпуляцій. – Харків: Основа, 2021. – 190 с.
- 62.Ткаченко, В. Аналіз фейкових новин: методичний підхід. – Львів: Видавництво ЛНУ, 2020. – 185 с.
- 63.Ульянченко, О. Маніпуляції в соціальних мережах: виклики для суспільства. – Одеса: Політехніка, 2022. – 205 с.
- 64.Федоров, А. Основи медіаосвіти та медіаграмотності. – Харків: Основа, 2020. – 230 с.
- 65.Хоменко, Н. Критичне мислення у протидії дезінформації. – Львів: Майстерня, 2021.
- 66.Черненко, В. Інформаційна стійкість особистості. – Київ: Академвидав, 2019.
- 67.Шевченко, Ю. Роль емоційного інтелекту у боротьбі з інформаційним стресом. – Харків: Основа, 2021.
- 68.Шилова, Т. Психологічний захист у медіа-середовищі. – Київ: Генеза, 2021. – 195 с.
- 69.Щербаков, О. Інформаційні маніпуляції: виклики та способи подолання. – Львів: Видавництво ЛНУ, 2018. – 200 с.