

Електронний журнал «Державне управління: удосконалення та розвиток» включено до переліку наукових фахових видань України з державного управління (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 1643 від 28.12.2019).

Спеціальність – 281.

Державне управління: удосконалення та розвиток. 2024. № 7.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2156.2024.7.5>

УДК [351:659.3:316.6]

I. М. Олійченко,

д. н. з держ. упр., професор,

професор кафедри менеджменту та державної служби,

Національний університет «Чернігівська політехніка»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8424-5432>

О. О. Шебуренков,

аспірант, здобувач наукового ступеня доктора філософії

Національний університет «Чернігівська політехніка»

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0007-5816-5720>

ОРГАНІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

I. Oliychenko,

Doctor of Science in Public Administration, Professor,

Professor of the Department of Management and Public Administration,

National University “Chernihiv Polytechnic”

O. Sheburenkov,

Postgraduate student of the Department of Management and Public Administration,

National University “Chernihiv Polytechnic”

ORGANIZATION OF GOVERNMENT COMMUNICATION DURING RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

У статті проведено аналіз організації державної комунікації України під час російсько-української війни. Досліджено процес становлення національної системи комунікації, функціонал її структурних підрозділів, завдання та частково діяльність. Розглянуто приклади комунікації вибраних установ. Аналіз проведений в межах дослідження показав, що в структурі державної комунікації функціонує значна кількість суб'єктів, залучених до протидії інформаційним загрозам. Узгодженість роботи суб'єктів низька, що призводить до розрізненої інформаційної політики і як наслідок підриву довіри громадян до офіційних джерел.

Відзначено важливість створення єдиного державного органу, відповідального за розробку стратегії інформаційної безпеки та координацію роботи всіх відповідальних за комунікацію суб'єктів. Виявлено, що українська модель державної комунікації має значні подібності з британською моделлю Першої світової війни, та страждає від проблем низької узгодженості, характерної для німецької моделі Другої світової війни. Важливість створення єдиного органу відповідального за інформаційну безпеку підтверджується падінням довіри до представників центральних органів влади.

An organization of state crisis communication in Ukraine during the Russian-Ukrainian war is analyzed. The process of forming the national communication system and the functionality of its individual structural subdivisions, their tasks, and partial activities is studied. Examples of communication practices of selected government institutions are reviewed. The most typical communication errors of state civil authorities and communication of military authorities are analyzed using practical examples. The difference between the main principles of the Ukrainian model of state communication during wartime compared to the model of wartime communication of the Russian Federation is considered. Historical parallels are drawn and typical errors inherent in the organization of state communication in wartime are identified. The analysis conducted within the framework of the study reveals that a significant number of entities involved in countering information threats operate within the structure of state communication. Despite understanding of

high task priority for organizing an effective apparatus of state communication and propaganda, the coherence of the work of the subjects in the second year of the wars is quite low, which leads to a disparate information policy and, as a result, undermines the trust of citizens in official sources in favor of enemy propaganda.

It was found that the Ukrainian model of state communication exhibits significant similarities with the British model of World War I and suffers from low coherence, the issues similar to those in the German model of World War II. The study emphasizes the importance of establishing a unified state body responsible for developing an information security strategy and coordinating of its implementation, as well as overseeing communication of all government agencies. Public opinion surveys outcomes, shows negative consequences of the current state communication model by the loss of confidence in central authorities emphasizing the importance of creating a single body responsible for communication and information security.

Ключові слова: *Комунікація, модель пропаганди, контрпропаганда, методи пропаганди, інформаційна боротьба, канали комунікації, цільова аудиторія, медіа, наратив.*

Keywords: *Communication, propaganda model, counterpropaganda, propaganda methods, information struggle, communication channels, target audience, media, narrative.*

Постановка проблеми. З перших днів повномасштабної російсько-української війни 2022 року частина українського суспільства була переконана, що війна в носить не лише оборонний, але й світоглядний характер. Конфлікт сприймається як боротьба за демократію, європейські цінності та, зрештою, свободу – концепти, які хоча й не мають чіткого визначення, несуть глибокий символічний зміст [1, с. 61]. Така світоглядна парадигма українського суспільства унеможливила для держави скористатися духовним поривом і національним єднанням, що зазвичай виникає на початку війни [2, с. 31-32], і є найбільш сприятливим моментом для запуску пропаганди й введенням цензури [3, с. 89].

Історія війн останніх ста років, наочно демонструє, що країни які вийшли з них переможцями, завдячують цьому не лише військовим успіхам, а більш важливій складовій перемоги – стійкому моральному духу [там само, с. 93]. Підтримка належного рівня морального духу є завданням держави, яке забезпечується через інструменти пропаганди. З огляду на це, у час війни держава змушена вдаватися до непопулярних у мирний час способів комунікації, оскільки суспільство очікує від неї інструкцій та захисту.

Для утримання на належному рівні морального духу і єдності, які демонструють маси на початку війни, держава утворює апарат пропаганди, спрямований на виконання цього завдання [там само, с. 84-85]. Під час війни пропаганда стає «старшим братом», що організовує і спрямовує народ на боротьбу з ворогом, а її невіддільна складова – цензура, як «турботлива матір» оберігає від поганих новин [4, с. 22].

Аналіз досліджень і публікацій. Значний вклад у дослідження питання організації державного апарату комунікації під час ведення воєнних дій та в мирний час внесли американські дослідники Гарольд Ласуел, Джордж Кріл, Волтер Ліппман, Едвард Бернейз, Леонард Дуб, Вільям Албіг, Фредерік Ламлі, Герберт Бланкенгорн, Ганс Тіме, Ганс Бахр.

Питанням комунікації, зокрема пропаганди та ролі медіа у формуванні громадської думки займаються Ноам Чомскі, Талеб Насім, Олівер Бойд-Барретт. Активну роль у вивченні впливу медіа на маси сьогодні відіграють журналісти серед яких варто звернути увагу на Романа Бурко, Іраклі Комахідзе Пітера Померанцева.

Найбільш вагомий внесок в українську наукову думку у висвітлення такого явища як пропаганда зробив Георгій Почепцов. Серед сучасних науковців питання пропаганди в Україні досліджують Притула А.М. Шевців М. Б. Васильєва Н. В. Абакумов В.М. Залевська І.І. Авер'янова Н.М.

Теоретична база дослідження представлена аналізом публікацій, що охоплюють праці присвячені організації пропаганди як складової державної комунікації періоду Першої та Другої світових війн, а також роботи, що

висвітлюють різноманітні аспекти державної пропаганди у конфліктах XXI сторіччя.

Практична база дослідження складається з аналізу публікацій офіційних установ, законодавчих актів та матеріалів онлайн-медіа, які висвітлювали події російсько-української війни у період 2022-2024 років. Ці публікації можуть бути визначені такими, що мали на меті формування певних поглядів, або містили заклики до певних дій. Вибір публікацій проводився шляхом моніторингу новинного агрегатора ukr.net. Основна увага приділялась матеріалам видань, які на час моніторингу, за даними сайту similarweb, займали провідні позиції. Дослідження також включало вивчення коментарів, під новинними матеріалами у соціальних мережах Facebook, Tik-Tok, Telegram, а також їх кількісний та якісний аналіз.

Мета публікації. Дослідити складові організаційної структури державної пропаганди під час російсько-української війни її переваги та недоліки, запропонувати шляхи її покращення.

Актуальність теми полягає в аналізі та визначенні переваг і недоліків моделі української державної комунікації в цифровому комунікаційному просторі в умовах конфлікту.

Виклад основного матеріалу. Державна комунікація, зокрема в частині пропаганди, завжди має інституціональну форму [5, с. 20]. Успіх американської, англійської та французької пропаганди під час світових воєн, як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях, демонструє безсумнівну важливість сильної центральної організації, яка координує і контролює всю діяльність у сфері державної пропаганди [6, с. 303].

Різні країни розробляють специфічні, характерні лише для них моделі державної пропаганди, в основі яких лежить тип управління державою та етнопсихологічні особливості суспільства і його структури [5, с. 99-100]. Виходячи з організаційних критеріїв та досвіду Першої світової війни, Г. Лассвелл виділив найбільш типові моделі організації пропаганди, серед яких американську, британську, Французьку та німецьку моделі.

Німецька модель пропаганди часів Другої світової війни незважаючи на досвід, набутий у під час попереднього конфлікту, високий рівень концентрації каналів комунікації в руках держави та розгалуженість апарату, виявилась найменш ефективною [7, с. 209]. Причина неефективності та подальшого краху німецької моделі полягала у паралельній роботі різних пропагандистських відомств та їх мінімальній координації на найвищому рівні. [8, с. 22].

Попри думку, що Велика Британія в контексті пропаганди підійшла до Другої світової війни так само не підготовленою, як і до попередньої [9, с. 15], на початку Другої світової війни її організаційна структура була достатньо розгалуженою та розбудовувалась з урахуванням помилок і досвіду Першої світової війни. Спеціально створені установи й департаменти відповідали за різні напрямки роботи, яка координувалась спеціально створеною установою [10, с. 9].

В умовах розгалужених каналів цифрової комунікації, найбільш відповідною для України серед моделей організації пропаганди, виділених Лассвеллом, є модель США, яка характеризується найвищим рівнем концентрації влади в руках одного органу, відповідального за цей напрямок діяльності. Комітет публічної інформації, більш знаний як Комітет Кріла, у США виконував не лише функції пропагандистського апарату, але й займався цензуруванням [11, с. 65-66]. Ця модель найбільше відповідає сучасним умовам цифрового медіасередовища, оскільки вона дозволяє забезпечити дотримання політики «одного голосу», оперативно реагувати на кризові ситуації, централізовано розробляти та впроваджувати єдині правила роботи медіа з урахуванням специфіки всіх каналів комунікації, а також ефективно працювати в напрямку контрпропаганди.

Українська модель. До початку війни 2022 року Україна підійшла з усвідомленням важливості протидії загрозам у галузі інформаційної безпеки та необхідності створення «дієвого механізму координації і взаємодії між усіма органами державної влади залученими до здійснення заходів із протидії загрозам в інформаційній сфері» [12]. Для цього центральним координаційним органом з питань національної безпеки та оборони, на який поклали обов'язки з

невідкладних заходів із розв'язання кризових ситуацій, що загрожують національній безпеці України, стала Рада національної безпеки й оборони. Згідно з Положенням, РНБОУ наділений правом визначати стратегічні національні інтереси в інформаційній сфері та здійснювати заходів інформаційного характеру. Відповідальність за втілення заходів щодо протидії поточним і прогнозованим загрозам національній безпеці та національним інтересам України в інформаційній сфері, забезпечення інформаційної безпеки України, виявлення та протидію дезінформації, ефективну протидію пропаганді, деструктивним інформаційним впливам і кампаніям, а також запобігання спробам маніпулювання громадською думкою поклали на робочий орган РНБОУ – Центр протидії дезінформації (ЦПД).

Аналізуючи структуру та діяльність ЦПД, слід звернути увагу, що з самого початку його створення в організаційному плані його створення було проігноровано низку важливих аспектів. У надзвичайних умовах на посаду керівника органу, що відповідає за пропаганду, важливо завербувати висококваліфікованого фахівця, що має престиж, добре знає свою країну і розуміє, як повинен бути організований процес пропаганди [6, с. 303]. Проте, замість того, щоб доручити керівництво Центром цивільній особі, власнику впливового медіа [8, с. 29], на першочерговому етапі роботи ЦПД його очолила фахівчиня з питань антикорупції, кримінальної юстиції та судової реформи. На другому році війни на посаду керівника Центру було відряджено військовослужбовця.

Один з методів, який ЦПД обрав як контрзахід російським інформаційним впливам базувався на спростуванні деструктивної пропаганди з її одночасною публікацією. Цей спосіб активно застосовувався радіокоментатором Гансом Фірче під час Другої світової війни [13]. Однак цифрове середовище ускладнило застосування цього методу, оскільки, на відміну від радіо, яке є «гарячим» засобом комунікації, що не передбачає участі аудиторії у формуванні отриманого від диктора образу [14, с. 36], цифрове середовище і відсутність цензури, яка допомагала пропаганді Фірче, унеможлиблюючи пошук альтернативних джерел інформації [5, с. 10-11] сьогодні надає більшості

користувачів можливість активно взаємодіяти з інформацією, створювати її власний образ, наповнюючи його змістами, а також мати доступ до першоджерела.

Успіх методу Фірче залежав від зовнішніх умов і можливостей каналу комунікації, яким він користувався. Метод був дієвим в умовах обмеженого доступу до альтернативних джерел інформації, а позитивний ефект досягався здебільшого завдяки скеруванню радіослухачів у необхідному ведучому напрямку. Використання такого підходу в цифрових каналах комунікації, при недостатньому розумінні принципів їх функціонування, призводить до зворотного ефекту. Замість спростування, навпаки, через швидку повторюваність збільшується коло обізнаних користувачів, досягаючи ефекту того, що «погано керована колонка завдає більше шкоди, ніж користі» [15, с. 24].

Намагаючись розвінчати якомога більше ворожих наративів ЦПД нерідко ретранслює міфи, що поширюються російською пропагандою в нейтральних країнах і які стають доступними українському читачеві тільки завдяки ЦПД. Разом з цим такі дії не мають жодного позитивного впливу на країни де ця пропаганда поширювалась, оскільки всі спростування публікуються українською мовою, а не мовою оригіналу, і спрямовуються на українську аудиторію, знову приводячи до збільшення кола оповіщених осіб.

Протягом своєї роботи ЦПД також нерідко вдається до спростування наративів, які можуть мати позитивний вплив на українську аудиторію. До таких можна віднести інформацію про участь військ НАТО в російсько-українському конфлікті. Для українського користувача така інформація є радше свідченням підтримки України країнами альянсу, аніж такою, що має негативну конотацію [16]. Разом з цим, обраний ЦПД підхід, спрямований на розвінчання якомога більшої кількості дезінформаційних повідомлень, спричиняє ефект білого шуму та зменшує увагу читачів до інформації, що оприлюднюється центром.

Відповідно до положень та завдань РНБОУ, до яких належить визначення стратегічних національних інтересів України в інформаційній сфері та розробка

заходів інформаційного характеру, обов'язкових для виконання всіма органами державної влади, можна припустити, що Україна підходить до питання управління пропагандою з позиції максимальної централізації. За питання інформаційної безпеки й координацію пропаганди в державі відповідає один орган. Проте підрозділи, створені при інших центральних органах державної влади, що паралельно з РНБОУ та ЦПД активно займаються питанням пропаганди, демонструють вкрай низький ступінь узгодженості. Це свідчить про те, що вони впроваджували незалежну інформаційну політику, а централізована координація на рівні держави слабка або взагалі відсутня. Так питаннями пропаганди опікується Національна Рада України з питань телебачення і радіомовлення. Центр Стратегічних Комунікацій створений при Міністерстві та інформаційної політики України як один з механізмів протидії дезінформації та підрозділи інших державних установ.

Така модель організації швидко демонструє порушення ряду базових правил організації пропаганди. Одним із наслідків такого стану речей стає порушення політики «одного голосу», що найчастіше проявляється у поширенні взаємозаперечних позицій щодо одного й того ж питання керівниками різних державних установ. Це, своєю чергою, призводить до того, що з часом взаємозаперечна інформація, поширювана офіційними джерелами, починає сприйматись як недостовірна, а шкода від такої інформаційної політики стає незворотною [17, с. 2]. Наслідки такої моделі державної комунікації швидко стають помітні у зміні рівня довіри до держави [18], і це значно послаблює ефект від внутрішньої пропаганди [8, с. 13].

Так, наприклад, у травні 2023 року Віцепрем'єр-міністр – міністр з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України публічно закликає мешканців тимчасово окупованих територій не брати російських паспортів і ніяк не співпрацювати з ворогом. Паралельно з цим Уповноважений Верховної Ради з прав людини радить українцям на окупованих територіях брати російські паспорти, щоб вижити. Інший приклад, що демонструє відсутність координації державної комунікаційної політики – позиція МВС, яке обіцяє покарання громадян за перетин державного кордону під час дії воєнного стану.

Паралельно з цим Мінекономіки обіцяє створювати умови для повернення українців з-за кордону. Попри спрямування цих повідомлень на різні аудиторії, такі суперечності в офіційних повідомленнях породжують невизначеність щодо ряду суспільно важливих питань, створюючи тим самим ідеальні умови для народження чуток [15, с. 43].

Непродумана й децентралізована комунікація органів державної влади призводить до того, що російська федерація активно використовує офіційні заяви представників української влади у своїй пропаганді. До тем, що на постійній основі використовується російською пропагандою, можна віднести інформацію про можливість призову на військову службу жінок [19]. Цей дезінформаційний наратив з'являвся кожного разу як тільки в українських медіа публікується будь-яка інформація, що стосувалась призову жінок або проходження ними військової служби. Сплески дезінформації з'являються після новин про затвердження Мініборони України жіночого бронжилета, або обліку для жінок, які мають медичну спеціальність.

Протягом війни ЦПД й сам нерідко забезпечував підґрунтя (pre-propaganda) для (active propaganda) пропаганди противника, яку згодом доводилось спростовувати як самому ЦПД [20], так і іншим установам, що займаються питаннями протидії пропаганді. Так априклад, в численних відео матеріалах, що виготовлялись ЦПД, активно педалювалось питання мобілізації жінок [21], яке знаходило підтримку у гостей сюжетів. Ця інформація виступала одночасно базисом й підкріпленням дезінформаційних наративів ворога, працюючи на запевнення українців у начеб то справжності намірів української влади.

Така інформаційна політика сприяла руйнуванню довіри між державною і громадянами, адже не зважаючи на офіційні заяви про відсутність намірів мобілізувати жінок, українцям було не важко знайти умовне підтвердження російській пропаганді в українських офіційних джерелах і медіа. Це свідчить про те, що довгий час державна комунікація будувалась з ігноруванням того факту, що війна змінила формат і перейшла у стан затяжної, а оприлюднення неправдивої інформації, яке може бути допустимим для досягнення ефекту в

короткотривалому конфлікту, у випадку затяжного конфлікту є недопустимим [17, с. 3]. Зміна ситуації на полі бою накладає на державну комунікацію і пропаганду значні обмеження, ігнорування яких невідворотно призводить до суттєвої шкоди у вигляді руйнування довіри між державою і громадянами.

Комунікація військових відомств також була організована не кращим чином. Так, нерідко, Міністерство оборони України з незрозумілих причин заперечує втрату населених пунктів, про захоплення яких оголошують окупаційні війська [22], проте вже днем пізніше підтверджує їх втрату [23]. Такі дії створюють ситуацію коли читач починає довіряти ворожій інформації і пропаганді, оскільки це вона поширює правдиву інформацію, а не власна держава.

Загалом військове керівництво, як і цивільна влада, зіштовхуються зі значними складнощами в організації комунікації в умовах воєнного стану. зокрема проблемами упорядкування комунікації та роботи з медіа виникають у військових через швидке зростання кількості мобілізованих, які стають до війська з початком повномасштабного вторгнення. Цивільні, які не звикли до обмежень і правил воєнного життя, набувши нового статусу військовослужбовців і користуючись правами, закріпленими Законом України «Про соціальний і правовий захист військовослужбовців та членів їх сімей», а також Конституцією України, яка кожному гарантує право на свободу думки й слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань продовжували висвітлювати перебіг військових дій у межах персональної онлайн-присутності, не зважаючи на нові реалії воєнного часу.

Комунікаційна культура мирного часу, яка почала домінувати у війську завдяки мобілізованим, неодноразово приводила до витоків інформації, що формувала хибне уявлення про перебіг події та вимагала реакції з боку вищого керівництва [24]. Проте навіть за такого розвитку подій не було введено жорстких обмежень на поширення інформації для військовослужбовців. Запропоновані зміни обмежились лише заборонаю на поширення інформації, яка дозволяє визначити геопросторові дані про військові об'єкти, військові частини (підрозділи) та військовослужбовців під час виконання покладених на

них завдань; характер цих завдань та сили і засоби, що залучені до їх виконання» [25].

Окрім складнощів з упорядкуванням внутрішньої комунікації, окремою проблемою для військових стало налагодження взаємодії з представниками медіа. Для розв'язання цієї проблеми було прийнято Наказ «Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками медіа на час дії правового режиму воєнного стану» [26]. Проте цей документ наштовхнувся на суттєву критику з боку медіа і призвів до ряду конфліктів між військовим керівництвом та медіаспільнотою [27].

ВИСНОВКИ

На основі аналізу діяльності Центру протидії дезінформації (ЦПД), а також військових та цивільних комунікаційних практик, можна зробити наступні висновки.

Координація пропаганди. В частині централізації координації пропаганди наявність органу, який не забезпечує належної координації інформаційної діяльності різних державних структур призводить до розрізненої інформаційної політики та підриву довіри громадян до офіційних джерел інформації, що допомагає ворожій пропаганді досягти головної стратегічної цілі, а саме, зменшення рівень довіри до правлячої особи [8, с. 169]. Так згідно з даними соціальних досліджень рейтинг президента України знизився з 69% у травні 2022 року до 36% у лютому 2024 [28].

Узгодженість комунікації. Непродумана інформаційна політика та суперечливі офіційні заяви підривають довіру громадян до влади. Внаслідок чого на третьому році повномасштабної війни, на відміну від її початку, коли російським чиновникам ні в чому не вірили, навіть тоді, коли вони говорили правду [29], російські пропагандистські наративи починають мати успіх.

Відсутність політики «єдиного голосу» спричиняє появу суперечливих повідомлень від різних державних органів, що призводить до невизначеності серед громадян, яку ворожа пропаганда використовувала для підсилення своїх пропагандистських наративів.

Цифрове середовище. Нехтування новими умовами цифрового комунікаційного середовища та використання традиційних методів комунікації й методів контрпропаганди, відсутність цензури та широкий доступ до альтернативних джерел інформації значно ускладнюють контроль за інформаційними потоками. Відсутність жорстких обмежень призводить до ситуацій, в якій ворожа пропаганда, робота якої в умовах іншого культурного і медійного поля за замовчанням є складною і майже завжди провальною [5, с. 21-22], досягає успіхів.

Військова комунікація. Військові відомства ігнорують реалії широкомасштабної війни, а саме зростання кількості мобілізованих, які не готові до нових умов воєнного часу. Відсутність адекватної реакції на нові виклики й відсутність комунікаційної культури призводить до витоків інформації, що формує хибне уявлення про стан речей у війську не лише всередині країни, але й в країнах-союзниках і нейтральних державах.

Російська інформаційна стратегія. Російська федерація демонструє глибше розуміння принципів ведення інформаційної війни. Завдяки обмеженню стороннього впливу на власні медіа через низку законів, зокрема Закон «Про контроль за діяльністю осіб, які перебувають під іноземним впливом», так званий «закон про іноагентів» та розширення відповідальності в рамках кримінального кодексу до якого були внесені доповнення, що забороняють ображати військових, дискредитувати армію («закон про фейки») їй вдається досягти значного контролю за традиційними та новими медіа. Це дозволяє сконцентрувати більшу частину зусиль у напрямку пропаганди.

Українська інформаційна стратегія. Україна, продовжуючи свій шлях на приєднання до Європейського союзу, який у значної кількості українців асоціюється зі свободою слова й іншими демократичними цінностями, не наважуються на пряму обмежити роботу медіа. Замість посилення контролю, навпаки, розробляються дорожні карти для повернення до плюралістичного, прозорого та незалежного післявоєнного медіапростору [30].

Український підхід до організації державної комунікації під час російсько-української війни, ведення пропагандистської та

контрпропагандистської роботи виявив чимало спільного з британською моделлю початку Першої світової війни, що характеризувалась як спонтанна і хаотична. Він також мав такі вади німецької моделі пропаганди, як низька узгодженість роботи відомств, що врешті-решт привело до поразки.

Наші загальні висновки підкреслюють важливість для держави в цілому й окремих її відомств розробки та впровадження централізованої, узгодженої та інтегрованої в єдину систему комунікації інформаційної комунікаційної стратегії, що має бути адаптованою до сучасних умов цифрового комунікаційного середовища, та буде знаходитись в зоні відповідальності єдиного державного органу, основною метою діяльності якого буде збереження довіри громадян і підвищення стійкості суспільства до інформаційних загроз.

Література

1. Le Bone, G. (2021), *The crowd: a study of a popular mind*, 2nd ed, Dover Publications, New York, USA.
2. Gregory, A. (2008), *The Great War. British society and the First World War*, Cambridge University Press, New York, USA.
3. Trotter, W. (2019), *Instinct of the herd in peace and war*, Suzeteo Enterprise, Milton Keynes, UK.
4. Lipman, W. (2023), *Public Opinion*, Adanson Press, Middletown, USA.
5. Ellul, J. (1973), *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, Vintage books, New York, USA.
6. Doob, L. (1935), *Propaganda its technology and technique*, Henry Holt and Company, New York, USA.
7. Herzstein, R. (1978), *The war that Hitler won: the most infamous propaganda campaign in history*, Putnam, New York, USA.
8. Lasswell, H. (2013), *Propaganda Technique in the World War*, Martino Publishing, New York, USA.
9. Sanders. M. L. and Taylor, P. M. (1982), *British Propaganda during the First World War, 1914–18*. Macmillan Press LTD, London, UK.

10. Welch, D. (2017), *World War II Propaganda Analyzing the Art of Persuasion during Wartime*, ABC-CLIO, Santa Barbara, USA.
11. Myers, C. (2021), *Public relation History Theory Practice and Profession*, Routledge, New York, USA.
12. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 «Про Стратегію інформаційної безпеки» : Указ Президента України від 28.12. 2021 р. № 685/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/685/2021#Text> (дата звернення: 15.02.2024).
13. Sulzmann, R. (1953), “*Die Propaganda als Waffe im Kriege*”, Bilanz des Zweiten Weltkrieges, Erkenntnisse und Verpflichtung für die Zukunft, Hamburg, Deutschland pp. 381-402.
14. McLuhan, M. (1964), *Understanding media, the extensions of man*, McGraw-Hill, New York, USA.
15. Allport, G. and Postman, L. (1984), *The psychology of rumors*, Henry Holt Co., New York, USA.
16. Центр протидії дезінформації. «Дезінформація про план таємного введення сил НАТО в Україну». URL: https://www.instagram.com/p/C27w23PtCyq/?utm_source=ig_web_copy_link (дата звернення: 15.02.2024).
17. Campbell, S. (1920), *Secrets of crew house: The story of a famous campaign*, Hodder and Stoughton, London, UK.
18. Всеукраїнське опитування громадської думки 29 листопада – 9 грудня 2023 р. «Динаміка довіри соціальним інституціям у 2021-2023 роках». URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1335&page=1> (дата звернення: 15.02.2024).
19. The Times. “With recruits dwindling Ukraine is urged to mobilise women”. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/with-recruits-dwindling-ukraine-urged-to-mobilise-women-6bz929qvq> (дата звернення: 15.02.2024).
20. Центр протидії дезінформації. «Питання мобілізації жінок в Україні не стоїть на порядку денному». URL: <https://www.facebook.com/protydiyadezinformatiyi.cpd/posts/pfbid0a9sd4BZJa41N>

q1eZzyf9NOKza8QgZ4MFtjvoQEMc27dxSoka38PQ97NzZ689AgPel (дата звернення: 15.02.2024).

21. Центр протидії дезінформації. «Проект «Станція Краматорськ». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oUd5GHDRXwg> (дата звернення: 15.02.2024).

22. Hromadske. «Шойгу заявив про повне захоплення Мар'їнки. У ЗСУ заперечили — бої за місто тривають». URL: <https://hromadske.ua/posts/shojgu-zayaviv-pro-povne-zahoplennya-maryinki-u-zsu-zaperechili-boyi-za-misto-trivayut#tag=marinka> (дата звернення: 15.02.2024).

23. Hromadske. «Залужний: Мар'їнки більше немає». URL: <https://hromadske.ua/posts/zaluzhnij-maryinki-bilshe-nemaye?fbclid=IwAR0TT4l8h8LuqeYsKDJIEDAUQf92HtVzydVrv7JRVi9ypAa71Iokrxph6Aw> (дата звернення: 15.02.2024).

24. Hromadske. «CNN процитував військового Нацгвардії, який сказав про неготовність укріплень на Харківщині. У його бригаді пояснили». URL: <https://hromadske.ua/viyna/224621-cnn-protsytuvalo-viyskovoho-natshvardiyi-iakyu-skazav-pro-nehotovnist-ukriplen-na-kharkivshchyni-u-yoho-bryhadi-poiasnyly>

25. Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прав військовослужбовців та поліцейських на соціальний захи : Закон України URL: <https://itd.rada.gov.ua/9dbf609c-b8b1-4861-8a49-b48334555ddc> (дата звернення: 15.02.2024).

26. Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками медіа на час дії правового режиму воєнного стану : Наказ Головнокомандувача збройних сил України № 73 від 3.03. 2022 р. URL: https://www.mil.gov.ua/content/files/nakaz73_zi_zminamu_2024.pdf (дата звернення: 15.02.2024).

27. Детектор медіа, «Воєнкор'и вимагають скасувати списки медіа, які можуть працювати в «червоних» зонах» URL: <https://detector.media/community/article/209431/2023-03-27-voienkory-vymagayut-skasuvaty-spysky-media-yaki-mozhut-pratsyuvaty-v-chervonykh-zonakh-video/>

28. Результати всеукраїнського опитування громадської думки «Довіра телемарафону єдині новини». КМІС. 5-10 лютого 2024 року URL: <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1369&page=1> (дата звернення: 12.04.2024).

29. Freedman, L. (2017), *The future of war. A history*, Public Affairs, New York, USA.

30. Про затвердження плану пріоритетних дій Уряду на 2024 рік : Розпорядження Кабінету міністрів України № 137-р від 16.02.2024 р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennia-planu-priorytetnykh-dii-uriadu-na-2024-rik-137r-160224?fbclid=IwAR3B4reHM95TLzaZxTjeg1posNowdT4QGszRd3ZSDGS0iNsR0AEFSSEOMZ8> (дата звернення: 17.03.2024).

References

1. Le Bone, G. (2021), *The crowd: a study of a popular mind*, 2nd ed, Dover Publications, New York, USA.

2. Gregory, A. (2008), *The Great War. British society and the First World War*, Cambridge University Press, New York, USA.

3. Trotter, W. (2019), *Instinct of the herd in peace and war*, Suzeteo Enterprise, Milton Keynes, UK.

4. Lipman, W. (2023), *Public Opinion*, Adanson Press, Middletown, USA.

5. Ellul, J. (1973), *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, Vintage books, New York, USA.

6. Doob, L. (1935), *Propaganda its technology and technique*, Henry Holt and Company, New York, USA.

7. Herzstein, R. (1978), *The war that Hitler won: the most infamous propaganda campaign in history*, Putnam, New York, USA.

8. Lasswell, H. (2013), *Propaganda Technique in the World War*, Martino Publishing, New York, USA.

9. Sanders, M.L. and Taylor, P.M. (1982), *British Propaganda during the First World War, 1914–18*, Macmillan Press LTD, London, UK.
10. Welch, D. (2017), *World War II Propaganda Analyzing the Art of Persuasion during Wartime*, ABC-CLIO, Santa Barbara, USA.
11. Myers, C. (2021), *Public relation History Theory Practice and Profession*, Routledge, New York, USA.
12. President of Ukraine (2021), Decree “On the decision of the National Security and Defense Council of Ukraine dated October 15, 2021 "On Information Security Strategy"”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/685/2021#Text> (Accessed 15.02.2024).
13. Sulzmann, R. (1953), “Die Propaganda als Waffe im Kriege”, *Bilanz des Zweiten Weltkrieges, Erkenntnisse und Verpflichtung für die Zukunft*, Hamburg, Deutschland, pp. 381-402.
14. McLuhan, M. (1964), *Understanding media, the extensions of man*, McGraw-Hill, New York, USA.
15. Allport, G. and Postman, L. (1984), *The psychology of rumors*, Henry Holt Co., New York, USA.
16. Center for Countering Disinformation (2024), “Disinformation about the plan to secretly introduce NATO forces into Ukraine”, available at: https://www.instagram.com/p/C27w23PtCyq/?utm_source=ig_web_copy_link (Accessed 15.02.2024).
17. Campbell, S. (1920), *Secrets of crew house: The story of a famous campaign*, Hodder and Stoughton, London, UK.
18. KIIS (2023), “All-Ukrainian public opinion survey November 29 - December 9, 2023 "Dynamics of trust in social institutions in 2021-2023"”, available at: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1335&page=1> (Accessed 15.02.2024).
19. The Times (2023), “With recruits dwindling Ukraine is urged to mobilise women”, available at: <https://www.thetimes.co.uk/article/with-recruits-dwindling-ukraine-urged-to-mobilise-women-6bz929qvq> (Accessed 15.02.2024).

20. Center for Countering Disinformation (2024), “The issue of women's mobilization in Ukraine is not on the agenda”, available at: <https://www.facebook.com/protydiyadezinformatsiyi.cpd/posts/pfbid0a9sd4BZJa41Nq1eZzyf9NQKza8QgZ4MFtjvoQEMc27dxSoka38PQ97NzZ689AgPel> (Accessed 15.02.2024).

21. Center for Countering Disinformation (2024), “Project "Kramatorsk Station"”, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=KTCvP-kArks> (Accessed 15.02.2024).

22. Hromadske (2023), “Shoigu declared the complete capture of Maryinka. The Armed Forces denied that the fighting for the city continues”, available at: <https://hromadske.ua/posts/shojgu-zayaviv-pro-povne-zahoplennya-maryinki-u-zsu-zaperechili-boyi-za-misto-trivayut#tag=marinka> (Accessed 15.02.2024).

23. Hromadske (2023), “Zaluzhnyi: Maryinka is no more”, available at: <https://hromadske.ua/posts/zaluzhnyj-maryinki-bilshe-nemaye?fbclid=IwAR0TT4l8h8LuqeYsKDJIEDAUQf92HtVzydVrv7JRVi9ypAa71Iokrxph6Aw> (Accessed 15.02.2024).

24. Hromadske (2024), “CNN quoted a military officer of the National Guard who said that the fortifications in the Kharkiv region were not ready. His team explained”, available at: <https://hromadske.ua/viyna/224621-cnn-protsytuvalo-viyskovoho-natshvardiyi-iakyy-skazav-pro-nehotovnist-ukriplen-na-kharkivshchyni-u-yoho-bryhadi-poiasnyly> (Accessed 15.02.2024).

25. Verkhovna Rada of Ukraine (2024), The Law of Ukraine “On making changes to some laws of Ukraine regarding ensuring the rights of military personnel and policemen to social protection”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3621-20#Text> (Accessed 15.02.2024).

26. Armed Forces of Ukraine (2022), “On the organization of interaction between the Armed Forces of Ukraine, other components of the defense forces and representatives of the media during the legal regime of martial law: Order of the Commander-in-Chief of the Armed Forces of Ukraine”, available at: https://www.mil.gov.ua/content/files/nakaz73_zi_zminamu_2024.pdf (Accessed 15.02.2024).

27. Detektor media (2023), “Militants demand to cancel lists of media that can work in "red" zones”, available at: <https://detector.media/community/article/209431/2023-03-27-voienkory-vymagayut-skasuvaty-spysky-media-yaki-mozhut-pratsyuvaty-v-chervonykh-zonakh-video/> (Accessed 12.04.2024).

28. KIIS (2024), “The results of the all-Ukrainian public opinion survey "Trust in telethon single news". KMIS. February 5-10, 2024”, available at: <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1369&page=1> (Accessed 12.04.2024).

29. Freedman, L. (2017), The future of war. A history, Public Affairs, New York, USA.

30. Cabinet of Ministers of Ukraine (2024), Resolution “On approval of the plan of priority actions of the Government for 2024”, available at: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennia-planu-priorytetnykh-dii-uriadu-na-2024-rik-137r-160224?fbclid=IwAR3B4reHM95TLzaZxTjeg1posNowdT4QGszRd3ZSDGS0iNsRoAEFSSEOMZ8> (Accessed 17.03.2024).

Стаття надійшла до редакції 26.06.2024 р.