

Секція 3. ГІБРИДНІ ВІЙНИ: ІСТОРИЧНІ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ

УДК 355.451 (477)

Онофрійчук О.; Прокопенко О., доктор філософії

Національний університет оборони України, Україна

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОМУ ВИМІРІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ: ДОСВІД УКРАЇНИ

Анотація. На сьогодні, соціальні мережі відіграють ключову роль інформаційного поля бою. Розглянуто основні психологічні механізми, які Україна використовувала у своїх інформаційних кампаніях для формування наративів, мобілізації внутрішньої та міжнародної підтримки, протидії дезінформації та впливу на супротивника. Аналізуються конкретні приклади успішних кампаній, такі як "Be Brave Like Ukraine", "Хочу жити", як інструмент психологічних операцій проти ворожих комбатантів. Наголошується на багатогранності, креативності та гнучкості українських стратегій, що поєднують розуміння психології аудиторії з можливостями цифрових медіа, а також значення цього досвіду для ведення інформаційно-психологічної боротьби в умовах сучасних гібридних війн.

Ключові слова: соціальні мережі, інформаційна війна, інформаційні кампанії, психологічні операції, наратив.

Onofriichuk O.; Prokopenko O., Ph.D

National Defence University of Ukraine, Ukraine

SOCIAL MEDIA'S ROLE IN THE INFORMATION-PSYCHOLOGICAL DIMENSION OF THE RUSSO-UKRAINIAN WAR: THE UKRAINIAN EXPERIENCE

Abstract. Currently, social media play a crucial role as an information battlefield. This work examines the key psychological mechanisms employed by Ukraine in its information campaigns to shape narratives, mobilize domestic and international support, counter disinformation, and influence the adversary. Specific examples of successful campaigns are analyzed, such as "Be Brave Like Ukraine" and the "I Want to Live" (Khochu Zhyty) project, used as a psychological operations tool against enemy combatants. Emphasis is placed on the multifaceted nature, creativity, and flexibility of Ukrainian strategies that combine an understanding of audience psychology with digital media capabilities. The significance of this experience for information-psychological warfare in contemporary hybrid conflicts is also highlighted.

Keywords: social media, information warfare, information campaigns, psychological operations (PSYOPS), narrative(s).

Повномасштабне вторгнення РФ в Україну 2022 року висвітлює безпрецедентну роль соціальних мереж як поля бою в інформаційному та психологічному вимірах конфлікту. Україна з перших днів активно використала ці платформи для формування наративів, мобілізації підтримки та протидії ворожій дезінформації.

У ході інформаційних кампаній у соціальних мережах застосовувалися різноманітні психологічні механізми впливу. Формувалися сильні емоційні наративи, що апелювали до патріотизму, гордості, гніву чи співчуття, представляючи конфлікт як чітку боротьбу добра зі злом для посилення емпатії та підтримки аудиторії. Активно використовувався принцип соціальної ідентичності, консолідуючи внутрішню українську аудиторію навколо образу сміливої та незламної нації, а для зовнішньої – акцентуючи спільні демократичні цінності. Апеляція до моральних норм і справедливості створювала почуття справедливого обурення та бачення підтримки України як морального обов'язку, водночас провокуючи когнітивний дисонанс у російській аудиторії щодо власної пропаганди. Приділялася увага балансу страху та надії: агресору надсилалися сигнали про неминучу поразку, але з пропозицією виходу через здачу в полон, тоді як для власних громадян культивувався оптимізм щодо перемоги.

Особливим засобом впливу став гумор і сатира, що знижували стрес, підтримували моральний дух українців і дискредитували противника, знижуючи авторитетність його пропаганди. Застосовувався й рефлексивний контроль – метод пародіювання та гіперболізації російських наративів для психологічного перехоплення ініціативи та спонукання ворога до вигідних рішень, таких як добровільна здача в полон.

Отже, психологічний арсенал інформаційних кампаній був багатограним, застосовуючись креативно та гнучко, з урахуванням специфіки аудиторії та необхідності збалансування психології аудиторної з можливостями цифрових медіа [1].

Одним із ключових символів інформаційного спротиву стала кампанія “Be Brave Like Ukraine”, ініційована у квітні 2022 року Офісом Президента України, Міністерством культури та інформаційної політики разом із провідними українськими креативними агенціями [2]. Її ідея полягала у просуванні сміливості як головної національної чесноти, із подвійним фокусом: внутрішнім (заклик не втрачати відвагу, зберігати єдність і бойовий дух для психологічної стійкості) і зовнішнім (заохочення бачити українців як хоробрих через англійські матеріали та хештег #BraveUkraine для залучення міжнародної підтримки). Кампанія поширювалася через соцмережі, офіційні акаунти та флешмоби громадян, переосмислюючи українську ідентичність, формуючи “психологічний імунітет” від втоми війною та трансформуючи зовнішнє захоплення у практичну підтримку.

Іншою важливою складовою стали психологічні операції проти військовослужбовців РФ, зокрема державний проєкт “Хочу жити”, запроваджений у вересні 2022 року Головним управлінням розвідки Міністерства оборони України [3]. Цей спеціалізований багатоканальний комунікаційний ресурс (телефонна лінія, веб-сайт, чат-бот) надавав інформацію та інструкції щодо можливості безпечної здачі в полон ЗСУ із гарантіями збереження життя та дотримання норм міжнародного гуманітарного права. Інформаційне забезпечення включало активне використання соцмереж для поширення відеозвернень та детальних алгоритмів дій, з акцентом на Женевські конвенції. Зафіксовані понад 22 000 звернень від російських військових за майже рік існування свідчать про рівень ефективності застосованих комунікаційних інструментів [4].

Підсумовуючи, психологічний аспект інформаційних кампаній у соціальних мережах під час російсько-української війни проявив себе у повну силу: інформація стала зброєю, здатною змінювати поведінку і хід подій. Україна продемонструвала, як у XXI столітті поєднання технологій, масової комунікації та розуміння людської психології дозволяє ефективно протистояти сильнішому агресору в інформаційному протиборстві. Ключем до успіху є завоювання довіри та емоцій людей через чесну, креативну та людиноорієнтовану комунікацію. Цей український досвід, що потребує подальшого глибокого аналізу, вже є важливим уроком і зразком успішного ведення психологічної боротьби у рамках гібридної війни.

Джерела та література

1. Wang L., Wang R. Cyber warfare: a study of Zelenskyy's social media political performance strategies and effects. *Frontiers in Psychology*. 2024. Vol. 15. URL: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1478639> (date of access: 08.04.2025).
2. Горбик Р., Орлова Д. Трансмедійний сторітелінг і меметична війна: публічна дипломатія України часів війни. *Place Brand Public Dipl* 19 , 228–231 (2023). <https://doi.org/10.1057/s41254-022-00283-1>.
3. Spansvoll R. The Weaponisation of Social Media, Crowdfunding and Drones. *The RUSI Journal*. 2024. P. 1–15. URL: <https://doi.org/10.1080/03071847.2024.2350478> (date of access: 09.04.2025).
4. Матвієнко Р. Про проєкт “Хочу жити”: інтерв'ю на Радіо Свобода 18.03.2023 р. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/32553905.html>.