

КОГНІТИВНА ВІЙНА: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ІНСТИТУЦІЙНА ПРАКТИКА

COGNITIVE WARFARE: THEORETICAL FOUNDATIONS AND INSTITUTIONAL PRACTICE

Савчук В.А.,

*аспірант кафедри соціально-гуманітарних дисциплін
Приватного вищого навчального закладу «Європейський Університет»*

Стаття подає узагальнену концептуалізацію когнітивної війни як парадигми некінетичного протиборства, що зміщує акцент із контролю потоків даних на цілеспрямований вплив на сприйняття, пам'ять, емоції та прийняття рішень. Після анексії Криму відбувся перехід від техноцентричного розуміння «інформаційної війни» до «битви за свідомість», де ключовими є когнітивні фрейми та семантичні зсуви. Еволюція підходу в НАТО простежується від ініціатив Allied Command Transformation до інституційного «повороту» 2020–2021 рр., коли Innovation Hub окреслив «людський розум» як поле бою й фактично шостий домен воєнних дій. Теоретичне ядро подано у The Cognitive Warfare Concept, де когнітивна війна визначається як «використання технологічних засобів для зміни когніції цільових груп», що інтегрує кібероперації, PSYOPS, нейронауки та соціотехнічні практики; відмежовано рівні «cognitive conflict» і «cognitive combat». Окреслено інституціоналізацію когнітивного домену в КНР шляхом створення у квітні 2024 р. Сил інформаційного забезпечення НВАК, покликаних «замикати цикл» від збору даних до модифікації сприйняття. Теоретичний фундамент спирається на двосистемну модель мислення, ефект ілюзорної правди та архітектуру вибору. Практичний вимір показано через російські ІПСО як когнітивні операції з персоналізацією меседжів, мультимедійним підсиленням і багатократним підкріпленням. Автор обґрунтовує трактування цих кампаній як спроб перепрограмування сприйняття дійсності цільовою аудиторією, а не лише поширення дезінформації. Водночас зафіксовано розрив між практикою та нормотворенням: попри широку імплементацію терміна в українському публічному дискурсі, внутрішня нормативна база ще узгоджується з міжнародними підходами. Стаття формує міждисциплінарну рамку для розроблення політик стійкості, яка може бути забезпечена поєднанням інституційного розвитку, когнітивно-поведінкових моделей і емпіричних індикаторів медіасередовища. Це дозволить проектувати багаторівневі стратегії протидії у сучасному інформаційному ландшафті.

Ключові слова: когнітивна війна, кібероперації, нейронауки, інформаційно-психологічні операції, персоналізація повідомлень, мультимедійне підсилення, ефект ілюзорної правди, двосистемна модель мислення.

The article presents a consolidated conceptualization of cognitive warfare as a paradigm of non-kinetic confrontation that shifts the emphasis from controlling data flows to the targeted shaping of perception, memory, emotions, and decision-making. Following the annexation of Crimea, there was a turn from a technocentric understanding of “information warfare” to a “battle for the mind,” in which cognitive frames and semantic shifts are decisive. The evolution of NATO’s approach can be traced from Allied Command Transformation initiatives to the institutional “pivot” of 2020–2021, when the Innovation Hub designated the “human mind” as a battlespace and, in effect, a sixth domain of warfare. The theoretical core is set out in The Cognitive Warfare Concept, which defines cognitive warfare as “the use of technological means to alter the cognition of target groups,” integrating cyber operations, PSYOPS, neuroscience, and sociotechnical practices; it also differentiates the levels of “cognitive conflict” and “cognitive combat.” The institutionalization of the cognitive domain in the PRC is outlined through the creation, in April 2024, of the PLA Information Support Force, intended to “close the loop” from data collection to perception modification. The theoretical foundation draws on the dual-process model of thinking, the illusory truth effect, and choice architecture. The practical dimension is illustrated through Russian information-psychological operations as cognitive operations employing message personalization, multimedia amplification, and repeated reinforcement. The author substantiates the interpretation of these campaigns as attempts to reprogram the target audience’s perception of reality rather than merely to disseminate disinformation. At the same time, a gap is recorded between practice and norm-setting: despite the term’s broad uptake in Ukrainian public discourse, the domestic regulatory base is still being aligned with international approaches. The article proposes an interdisciplinary framework for developing resilience policies enabled by the combination of institutional development, cognitive-behavioral models, and empirical indicators of the media environment. This, in turn, makes it possible to design multi-level counter-strategies for the contemporary information landscape.

Key words: cognitive warfare, cyber operations, neuroscience, information-psychological operations, message personalization, multimedia amplification, illusory truth effect, dual-process model of thinking.

Постановка проблеми. Інституціоналізація поняття «когнітивна війна» у стратегічних документах і публічних комунікаціях, яку ми спостерігаємо останні десять років, відбувається за умов відсутності усталених дефініцій і вимірюваних метрик. Через це у безпековому дискурсі зберігається концептуальна та інституційна невизначе-

ність. Не розмежовано належним чином cognitive warfare, класичні інформаційно-психологічні операції (PSYOPS) і кібероперації. Відсутність узгодженої системи показників, яка б дозволяла оцінювати когнітивну перевагу, породжує розрив між доктринальними інтенціями і практичними режимами стратегічних комунікацій. Для України, яка

знаходиться під постійним інформаційно-психологічним тиском з боку агресора, в не залежності від інтенсивності кінетичної складової протистояння з Росією, це ускладнює розробку національних механізмів протидії і інтеграцію когнітивного виміру в систему безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Після анексії Криму (2014) та початку гібридної агресії на Донбасі (2014–2016) в українській науковій спільноті почався поступовий перехід у розумінні інформаційної війни: від акценту на технологіях передачі повідомлень до дослідження впливу на самі механізми мислення індивіда та масових аудиторій. У низці досліджень цього періоду, з'являються перші спроби концептуалізувати агресію Росії як війну за свідомість і сприйняття. Так, в 2015 р. один із провідних українських фахівців у сфері комунікативних технологій професор Георгій Почепцов стверджував: «Поки що ми говоримо про інформаційну війну, але насправді це війна психічна, адже інформаційні потоки налаштовані на отримання ефекту в головах людей. Саме це є ціллю інформаційної війни» [1]. В своєму дослідженні «Інформаційне супроводження російської гібридної агресії в Донбасі (2014–2016)» український політолог Олександр Курбан акцентує увагу на тому, що інформаційна кампанія Росії мала чітко виражену психологічну складову, спрямовану на дестабілізацію внутрішньої картини світу в українського реципієнта [2]. Цей вплив реалізовувався не лише через формування альтернативної картини реальності, а й через закріплення в масовій свідомості емоційних «тригерів» – образів, що активізували недовіру, страх, ненависть або відчуття безсилля. Дослідник ще прямо не вживає термін «когнітивна війна», проте фактично описує її ключові механізми: нав'язування когнітивних фреймів, семантичне переміщення смислів і створення психологічно спроектованого медіапростору. Розуміння інформаційної складової сучасної гібридної війни, як «битви за свідомість», отримало розвиток у наступних дослідженнях української наукової спільноти. У статті «Війна в когнітивному просторі» Георгій Почепцов констатує, що «ми неадекватно уявляємо собі суть інформаційної війни, коли акцентуємо рух інформації як основний аспект», і стверджує, що сучасна війна за своєю суттю – це війна наративів. Автор чи не вперше в політологічному українському дискурсі використовує поняття «інформаційна бульбашка» і «когнітивна безпека» і переконливо доводить, що «когнітивний простір є метою будь-якої інформаційної війни і в мирній, наприклад, під час виборів, і у військовій ситуації. [3]. На рівні НАТО тему когнітивної війни вперше зафіксувала внутрішня записка Allied Command Transformation Human Capital in the Cognitive Age (2003). У ній

наголошувалося на необхідності «об'єднати розвіддані, інформацію та когніцію солдата в єдину систему превентивного прийняття рішень», а швидкість цього прийняття оголошувалася «визначальною у некінетичному протистоянні майбутнього» [4]. У сучасному науковому дискурсі когнітивна проблематика інформаційних впливів спирається на класичну двосистемну модель мислення, сформульовану психологом і нобелівським лауреатом Даніелем Канеманом («Мислення, швидке й повільне») [11], а також на програмну працю Д. Канемана та Е. Тверські «Судження в умовах невизначеності: евристики та упередження» [12], де описано механізми евристичної обробки сигналів і систематичних когнітивних помилок. Емпіричну базу сприйнятливості аудиторії до повторюваних повідомлень доповнюють дослідження Лізи К. Фазіо з колегами [14], які показали стійкість «ефекту ілюзорної правди», та робота А. Хассана і С. Барбер про вплив частоти повторення на зростання сприйнятої правдивості [24]. Стратегічно-теоретичний вимір когнітивної війни вибудовується на поєднанні традиції «рефлексивного управління», сформульованого ще за радянських часів В. Лефевром, яка моделює «подвійне віддзеркалення» суб'єктів у процесі ухвалення рішень, та її військово-практичної інтерпретації у працях Тімоті Л. Томаса про російську доктрину рефлексивного контролю [22].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Термін «когнітивна війна» уже закріпився в українському публічному дискурсі, але нормативна база ще не встигає за практичним розвитком подій. У пояснювальних записках до відповідних законопроектів, інших нормативних документах зустрічаємо формулювання про інформаційні та психологічні загрози, тоді як окремого визначення когнітивної загрози досі немає. Також бракує прозорих і придатних до вимірювання показників, які б фіксували ефекти когнітивних атак, а не лише кількісні метрики залученості аудиторії. Так само не сформовано узгоджених процедур інституційної відповіді, що поєднували б стратегічні комунікації та когнітивно-поведінкові підходи.

Мета статті – сформулювати узагальнену концепцію когнітивної війни як парадигми некінетичного протистояння, простежити її еволюцію в міжнародному та українському дискурсі, ув'язати теоретичне ядро з практикою сучасних когнітивних операцій. На основі проведеного дослідження запропонувати міждисциплінарну рамку політики стійкості і протидії негативному інформаційно-психологічному впливу.

Виклад основного матеріалу. Справжній поворот у розумінні когнітивного виміру війни стався у 2020–2021 рр., коли Центр інновацій НАТО (NATO Innovation Hub) розпочав серію

дослідницьких ініціатив, присвячених концепції когнітивної війни як «шостої сфери воєнних дій». У межах «Осіннього інноваційного виклику» (Fall Innovation Challenge 2021) когнітивна війна визначалася як «формування середовища, в якому людський розум стає полем бою» [5]. Йдеться про зрушення парадигми: якщо раніше метою інформаційної війни було здобуття контролю над інформаційними потоками, то тепер метою стає безпосередній вплив на когнітивні процеси суб'єкта – пам'ять, сприйняття, емоції, переконання, світогляд.

Публікація засновника Національної вищої школи когнітивних наук при Політехнічному інституті Бордо, професора Бернара Клавері та керівника інноваційних проектів у Центрі інновацій трансформації Об'єднаних збройних сил США (Норфолк, штат Вірджинія) Франсуа дю Клузеля *The Cognitive Warfare Concept (2021)*, підготовлена під егідою NATO ACT, систематизувала концепт. У ній наголошується, що когнітивна війна – це «мистецтво використання технологічних засобів для зміни когніції людських цілей», яка відбувається на глобальному рівні, є безконтактною, некінетичною і сутнісно не має визначених фронтів. Автори вказують на поєднання кібероперацій, психологічних операцій (PSYOPS), інформаційних технологій, нейронаук і соціотехнічних практик, з метою досягнення переваги шляхом впливу на свідомість опонента – як індивідуальну, так і колективну. У статті зроблена спроба розрізнити пов'язані між собою, але різні поняття: когнітивна війна (cognitive warfare), когнітивний конфлікт (cognitive conflict) і когнітивний бій (cognitive combat). Останній описується як «локальне, тимчасове використання тактичних засобів для впливу на когніцію в рамках ширшої стратегії», а когнітивна війна – як міждисциплінарне поєднання знань з психології, соціології, кібернетики, етики, релігієзнавства, штучного інтелекту, нейротехнологій тощо [6].

У 2010-х концепт взяла на озброєння Народно-визвольна армія Китаю (НВАК). У часописі Народно-визвольної армії Китаю PLA Daily викладач Академії військових наук Китаю Ян Цуньше ґрунтовно досліджує поняття «когнітивна війна» разом із визначенням «операції в когнітивному домені». У своїй статті «Аналіз характеристик та тенденцій розвитку операцій когнітивної області» від 16 серпня 2022 р. автор розкладає поняття на три складники: «когнітивна перевага» – спроможність нав'язати ворогові власний образ ситуації, «когнітивне придушення» – руйнування здатності супротивника до раціональної оцінки та «когнітивне формування» – довгострокове конструювання вигідної ворогові системи цінностей. Він наголошує: «Когнітивна сфера є ключовою сферою для перетворення військо-

вої переваги на політичну». На думку автора, скоординована робота військового і політичного керівництва у когнітивному протиборстві з противником має за мету «захопити право визначати характер дії чи діяльності, право контролювати процес і право оцінювати результат» [7]. У відповідь на доктринальний зсув у науково-політологічному дискурсі керівництво КПК провела кардинальні організаційні перетворення в структурі китайських збройних сил. У квітні 2024 року КНР офіційно оголосила про формування нового роду військ – Сил інформаційного забезпечення (Information Support Force), що має «консолідувати кібер-, електронну та когнітивну проєкцію сили для досягнення когнітивної переваги на рівні театру та стратегії». Аналітики Asian Military Review підкреслюють: нова служба покликана «закрити ланцюг від збору даних до модифікації сприйняття», тобто забезпечити безшовний перехід від інформаційної інтеграції до безпосередньої дії на процеси мислення опонента [8]. Можемо стверджувати, що китайський підхід демонструє найпослідовніше інституційне оформлення когнітивної сфери як окремого бойового домену й виводить «битву за свідомість» на рівень окремого виду військ. В українському публічному дискурсі термін «когнітивна війна» закріпився після публікації у липні 2021 року статті українського експерта із стратегічних комунікацій Дмитра Золотухіна, де його названо «шостим полем бою» після кібер- та інформаційного [9]. Водночас у пояснювальних записках чинних законопроектів про стратегічні комунікації (№ 11438, липень 2024) поки фігурують лише «інформаційні» та «психологічні» загрози, без окремого терміна «когнітивна загроза» [10]. Отже, внутрішня нормативна база України перебуває на стадії концептуального узгодження з новими міжнародними підходами, тоді як практичне поле вже активно використовує дефініцію «когнітивної війни» для опису російських операцій.

Таким чином, еволюція самого поняття «когнітивна війна» пройшла шлях від ранніх натяків на «когнітивну перевагу» в документах НАТО АСТ (2003) до чіткого усвідомлення, що сучасне поле бою перемістилося у простір нейропроцесів, а зброєю стає механіка людського судження. Для кращого розуміння, як саме інформаційний сигнал перетворюється на зміну поведінки, спробуємо звернутися до трьох дисциплін, що конвергували у XXI ст.: когнітивної психології, нейронаук і поведінкової економіки. У цьому теоретичний трикутник когнітивна психологія пояснює архітектуру мислення (модель Система 1 / Система 2 Деніеля Канемана), нейронауки описують біохімічні «шлюзи» впливу (дофамінове підкріплення, ефект емоційного кодування), а поведінкова економіка формалізує алгоритми «м'якого штов-

ханья» (nudge) і показує, як архітектура вибору зсуває рішення без прямого примусу. Разом ці дисципліни створюють інженерну основу когнітивних операцій, якою користуються як державні, так і недержавні актори.

Людський мозок обробляє переважну частину зовнішніх стимулів підпорогово – тобто без участі свідомого аналізу; саме тому інформаційний сигнал часто «проходить» до поведінки, не зустрівши опору критичного мислення. Цю дихотомію переконливо формалізував Нобелівський лауреат Деніель Канеман у моделі двох систем мислення: Система 1 (швидке, інтуїтивне, автоматичне) генерує миттєву оцінку й ухвалює більшість рутинних рішень, тоді як Система 2 (повільне, раціональне) підключається лише за потреби глибокого опрацювання [11]. У власних експериментах Канеман показав, що понад 90% повсякденних реакцій людини запускаються саме Система 1, тоді як Система 2 здатна переглянути або заблокувати рішення лише за умови додаткового часу й когнітивного ресурсу [12]. Для операторів інформаційно-психологічних дій критично утримати аудиторію в рамках Системи 1, адже тоді повідомлення минає свідомий контроль. Будь-яка успішна когнітивна атака прагне залишитися в полі «швидкого мислення», де сигнал приймається підсвідомо і миттєво конвертується у поведінку. Другий наріжний камінь когнітивного впливу – «ілюзорна правда» (illusory truth effect). Це явище описує зростання сприйняття достовірності твердження внаслідок його повторення. Вперше воно було зафіксоване в експерименті соціального психолога Роберта Зайонца (США), де учасники, яким фраза повторювалася багаторазово, оцінювали її як більш правдиву порівняно з тими, хто чув її лише один раз [13]. Подальші емпіричні дослідження підтвердили цю закономірність. Зокрема, експеримент американської дослідниці Лізи Фазіо у 2015 році показав, що навіть очевидні фейки – наприклад, «Атлантичний океан є найбільшим у світі» – оцінюються як правдиві, якщо були повторені кілька разів [14]. Сучасні нейропсихологічні дані уточнюють біологічну основу цього ефекту. Дослідження, проведені з допомогою функціональної магнітно-резонансної томографії (fMRI), довели, що повторення інформації активує зони, пов'язані з обробкою знайомості (familiarity), навіть тоді, коли відсутня когнітивна оцінка її достовірності. А згідно з результатами досліджень науковців з Університету штату Пенсільванія у 2020 році, ефект ілюзної правди залишається значущим навіть у осіб із високою цифровою грамотністю, якщо твердження звучить тричі й більше – рівень згоди з ним зростає на 30–40% [15]. Нейробіологічний механізм цього явища ґрунтується на тому, що повторювана або емоційно підсилена інформація активує мезолімбічну дофамінову систему,

яка відповідає за формування мотиваційної значущості повідомлень. У дослідженні вчених з Каліфорнійського університету у 2015 році показано, що негативно забарвлені повідомлення спричиняють зростання дофамінової активності на 12–15%, що підвищує ймовірність запам'ятовування навіть через 48 годин [16]. У практичному контексті це має безпосередній вплив на функціонування соціальних мереж. Результати експерименту, проведеного PhD Марком Чіоссі та іншими дослідниками з Університету Торонто у 2023 році, переконливо засвідчили, що десятихвилинна взаємодія зі стрічкою TikTok суттєво знижує точність «пам'яті на наміри» (prospective memory) порівняно з відпочинком, пасивним переглядом довших YouTube-відео чи читанням: середнє падіння показника сягнуло $\approx 40\%$, тоді як паралельне лексичне завдання не зазнало змін. Drift-diffusion-аналіз додатково показав нульову швидкість накопичення доказів та зростання когнітивного шуму, що вказує на порушення саме механізмів підтримання наміру, а не загальної уваги. Автори роблять висновок, що короткий відеоформат із швидким перемиканням контекстів накладає подвійне навантаження на робочу пам'яті – він одночасно відбирає увагу та перевантажує її новими стимулами. З огляду на стратегічні комунікації та когнітивну безпеку це означає, що TikTok-подібні платформи з безперервним скролінгом коротких відео можуть несвідомо знижувати індивідуальну саморегуляцію та створювати вікно вразливості, у якому інформаційні стимули мають підвищений шанс закріпитися без критичної перевірки [17]. Такі ефекти активно підсилюються технологіями поведінкової економіки. Зокрема, концепція «архітектури вибору» (choice architecture), запропонована лауреатом Нобелівської премії Річардом Х. Талером і професором Гарвардської школи права Кассом Р. Санстейном, передбачає не прямий примус, а м'яке «шттовхання» (nudge) до певної дії через структурування інформаційного середовища – порядок опцій, колір кнопок, короткі підказки [18]. У когнітивних операціях такі «підшттовхування» стають мікро-тригерами, які фіксують локальну лояльність до повідомлення й відкривають шлях до подальшої поведінкової маніпуляції. Також важливо зазначити, що сучасна західна когнітивна школа зосереджує увагу на біопсихологічних аспектах маніпуляції: 1) швидкості – сигнал обробляється автоматично Системою 1 до активації критичного мислення; 2) повторюваності – чим частіше повідомлення звучить, тим вищою стає його суб'єктивна достовірність; 3) емоційній активації – емоція $\rightarrow$ дофамін $\rightarrow$ закріплення поведінки. Саме ці фактори сьогодні лягають в основу роботи алгоритмів генеративного ШІ, які створюють мікроконтент із заданою емоційною інтенсивністю та частотою –

ідеальне середовище для когнітивних атак у часи гібридної війни. Однак доктринальна рамка сучасних операцій в когнітивній сфері з боку агресора – РФ формується не лише під впливом цих поведінкових інсайтів, а й на основі ще радянських розробок у сфері рефлексивного управління. Творцем теорії рефлексивних ігор і концепцій рефлексивна система та рефлексивне управління був радянський (з 1974 року – американський) психолог і математик Володимир Лефевр. На думку дослідника проблем з національної безпеки Джонатана Фарлі зі Стенфордського університету, саме теорія рефлексії Лефєвра була радянською альтернативою теорії ігор, широко прийнятої на той час істеблішментом американського міністерства оборони [19]. У книзі «Алгебра сумління» Лефєвр вводить «подвійну рефлексію»: «Актор А вибудовує образ Б і водночас – образ того, як Б бачить А» [20]. Саме цей другий рівень «дзеркала» дозволяє вмонтувати у рішення Б заздалегідь задану опцію. В своїй ранній роботі вчений дав чітке визначення: «Завдання рефлексивного впливу полягає в тому, щоб змусити супротивника обрати дію, передбачену оператором, але в межах його власної логіки» [21]. Сама маніпуляція відбувається не з контентом факту, а з матрицею, в якій цей факт інтерпретується. Звідси ключова умова: інформаційна дія має бути логічно сумісною з картиною світу Б, інакше Система 2 (за термінологією Д. Канемана) її відкине.

У 1990-х роках концепт «рефлексивного управління» був адаптований до військової сфери фахівцями інформаційних структур Генерального штабу РФ. Американський військовий аналітик Тімоті Л. Томас, який спеціалізується на радянських та російських студіях, так характеризує російський підхід у використанні концепту: «рефлексивне управління – це засіб передачі партнеру або супротивнику спеціально підготовленої інформації, яка схиляє його добровільно ухвалити заздалегідь заплановане рішення, бажане для ініціатора дії» [22]. Т.Л.Томас в своїх дослідженнях стверджує, що у російські військові аналітики ще в період існування Радянського Союзу розробили чотири основні методи рефлексивного управління для військового командування:

1) тиск влади – демонстрація сили, нагнітання і реклама своєї перемоги, демонстрація безжальних дій і жорстокості до противника (що постійно застосовує армія російського агресора по відношенню до українських військовополонених і мирного населення під час повномасштабного вторгнення);

2) прийоми подання неправдивої інформації про ситуацію – блеф з приводу зброї, провокування противника до пошуку нових напрямів ескалації або згортання конфлікту, підривна діяльність і провокації;

3) вплив на алгоритм прийняття рішення супротивником – публікацію навмисно перевернутої доктрини, вплив на елементи системи управління та ключові фігури противника, дії для нейтралізації оперативного мислення супротивника;

4) зміна часу ухвалення рішення, яке може бути виконане через несподіваний початок воєнних дій, передачу інформації про обстановку аналогічного конфлікту.

Сучасні російські ПІСО, від операції «Doppelgänger» до кампаній проти мобілізації в Україні, відтворюють структурну логіку: сіяти (seed) → віддзеркалювати (mirror) → посилювати (amplify), де фаза «mirror» відповідає вбудовуванню сигналу у ціннісну модель цільової аудиторії. «Етична алгебра» Лефєвра передбачає вплив без примусу, що зближує її з концептом «підштовхування» (nudge). Вже згадувані Річард Талер та Касс Санстейн так оцінюють результати прихованого впливу: «Ми не примушуємо людей; ми вдосконалюємо архітектуру вибору, щоб вони захопили того, що вже відповідає їхнім інтересам» [23]. У воєнному вимірі таке «підштовхування» стає трендом мікро-триггеру: лайк-реакція або репост виступає маркером лояльності й розкриває внутрішню модель користувача, яку надалі можна цілеспрямовано «прошивати». З погляду алгоритмів соціальних мереж, «підштовхування» перетворюється на «програмований імпульс»: системи рекомендацій оптимізують стрічку під емоційно-когнітивний профіль. Можемо припустити, що концепт «підштовхування» і практики рефлексивного управління сходяться у спільній точці – перевизначення внутрішньої моделі світу користувача. У підсумку рефлексивний контроль функціонує як логічний «двигун» когнітивної війни, доповнюючи емоційно-фізіологічні та поведінкові механізми.

Сучасні моделі штучного інтелекту, зокрема великі мовні моделі (LLM) – ChatGPT (розробник OpenAI), Claude (Anthropic), Gemini (Google) – стають не лише інструментами генерації тексту, а й потужними акселераторами когнітивного впливу. Мультиmodalні AI-системи моделі здатні адаптувати повідомлення до особливостей сприйняття конкретного користувача, враховуючи емоційний профіль і когнітивні уподобання. Така персоналізація формує основу прихованого впливу на процес прийняття рішень. З іншого боку, сучасні великі мовні моделі, здатні генерувати персоналізовані тексти за лічені секунди, уже інтегруються у тактики «інформаційного насичення»: коли користувач отримує десятки повідомлень, мозок переходить у стан когнітивного виснаження і схильний приймати повторювану інформацію за достовірну. Американські когнітивні психологи Аумо Гассан і Сара Барбер з Університету Джорджії продемонстрували, що

зростання частоти повторення твердження з 1 до 27 разів логарифмічно збільшує його «відчутну правдивість», найбільший стрибок відбувається вже після другого показу [24]. Генеративні відеосистеми, побудовані на GAN-архітектурі, переводять текстові наративи у візуальну сферу. Створені за допомогою генеративних систем високоякісні deepfake-ролики стирають межу між фактом і вигадкою, роблячи когнітивну перевірку «надто дорогою» для пересічного глядача. Суміжний ефект виявлено й у коротких музично-візуальних постах у соціальній мережі TikTok. Згідно з нейровізуалізаційним дослідженням Конгуй Су з Чжецзянського університету, перегляд персоналізованих кліпів активує мережу пасивного режиму мозку та вентральну тегментальну область, що відповідають за дофамінове підкріплення, а отже – за формування звичок і прихильностей [25].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Виходячи з вищенаведеного, можемо стверджувати, що ядром когнітивної війни є персоналізовані нейро-тригери, багаторазове підкріплення й емоційна петля, що разом змінюють мисленнєві схеми аудиторії. Російські інформаційно-психологічні кампанії проти України точно відтворюють цю тріаду: вони підлаштовують меседжі під внутрішні моделі адресатів, тиражують їх бот-мережами й підсилюють мультимедійними ефектами, щоб схилити людей до потрібних оцінок і дій. Отже, такі ІПСО доцільно трактувати саме як когнітивні операції, адже їхня мета – не просто поширити дезінформацію, а перепрограмувати сам спосіб сприйняття реальності. Подальші дослідження мають зосередитися на виробленні узгодженої термінології для внутрішнього нормативного поля, валідації індикаторів впливу та практиках інституційної протидії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Почепцов Г. З історії поняття гібридної війни в США і Росії. Детектор Медіа : інтернет-видання. 2015. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/14619/2015-11-01-z-istorii-ponyattya-gibrydnoi-viyny-v-ssha-i-rosii/> (дата звернення: 19.08.2025).
2. Курбан О. Інформаційне супроводження російської гібридної агресії в Донбасі (2014–2016). Гілея : науковий вісник. 2016. Вип. 107(8). С. 62.
3. Почепцов Г. Війна в когнітивному просторі. Ї : журнал. 2017. URL: https://www.ji-magazine.lviv.ua/2017/Rocheptsov_Vijna_v_kognityvnomu_prostori.htm (дата звернення: 19.08.2025).
4. Allied Command Transformation. Human Capital in the Cognitive Age. Norfolk, 2003. 27 p.
5. NATO Innovation Hub. Cognitive Warfare. Norfolk, 2020. 45 p.
6. Claverie B., du Cluzel F. The Cognitive Warfare Concept. Norfolk : NATO Innovation Hub, 2021. 11 p. URL: <https://www.act.nato.int/activities/cognitive-warfare/> (дата звернення: 28.07.2025).
7. Yang Cunshe. Grasping the Pulse of Cognitive Domain Operations. PLA Daily. 16 Aug. 2022. URL: http://www.81.cn/jfjbmap/content/2022-08/16/content_322064.htm (дата звернення: 19.08.2025).
8. Arthur G. China's PLA Reshapes to Deliver "Intelligentisation". Asian Military Review. 15 Nov. 2024. URL: <https://www.asianmilitaryreview.com/2024/11/chinas-pla-reshapes-to-deliver-intelligentisation/> (дата звернення: 19.08.2025).
9. Detector Media. Когнітивна війна: новомодне словосполучення чи концепція шостого поля бою? Детектор Медіа. 06 лип. 2021. URL: <https://detector.media/infospace/article/189826/2021-07-06-kognityvna-viyna-novomodne-slovespoluchennya-chy-kontsepsiya-shostogo-polya-boyu/> (дата звернення: 19.08.2025).
10. Верховна Рада України. Законопроект № 11438 «Про стратегічні комунікації у сфері безпеки та оборони», пояснювальна записка. 15 лип. 2024. URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Compare/11438> (дата звернення: 19.08.2025).
11. Kahneman D. Thinking, Fast and Slow. New York : Farrar, Straus & Giroux, 2011. 499 p.
12. Kahneman D., Tversky A. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. Science. 1974. Vol. 185, № 4157. P. 1124–1131.
13. Zajonc R. Feeling and Thinking: Preferences Need No Inferences. American Psychologist. 1980. Vol. 35, № 2. P. 151–175.
14. Fazio L.K., Brashier N.M., Payne B.K., Marsh E.J. Knowledge Does Not Protect Against Illusory Truth. Journal of Experimental Psychology: General. 2015. Vol. 144, № 5. P. 993–1002. DOI: <https://doi.org/10.1037/xge0000098>.
15. Brashier N.M., Pennycook G., Berinsky A.J., Rand D.G. Beyond Cognitive Ability: Susceptibility to Fake News Is Also Explained by Associative Inference. Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1145/3334480.3383077>.
16. Falk E.B., Cascio C.N., O'Donnell M.B. Neural Mechanisms of Social Influence in Adolescence. Social Cognitive and Affective Neuroscience. 2015. Vol. 11, № 1. DOI: 10.1093/scan/nsv095.
17. Chiossi M., Noor M., Cheng J. TikTok Disrupts Prospective Memory: A Dual-Task Study. Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. Hamburg : ACM, 2023. P. 1–12.

-
18. Thaler R., Sunstein C. Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness. New Haven : Yale University Press, 2008. 312 p.
 19. Lefebvre V.A., Farley J.D. Reflexive Control: The Soviet Concept of Influence and Its Use in Conflicts. Studies in Conflict & Terrorism. 2007. Vol. 30, № 7.
 20. Lefebvre V.A. Algebra of Conscience: A Comparative Analysis of Western and Soviet Ethical Systems. Boston : D. Reidel Publishing Company, 1982.
 21. Lefebvre Vladimir . Conflicting Structures. Leaf & Oaks Publishers, 2015.
 22. Thomas T.L. Russia's Reflexive Control Theory and the Military. The Journal of Slavic Military Studies. 2004. Vol. 17, № 2. P. 237–256.
 23. Thaler R.H., Sunstein C.R. Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. New Haven : Yale University Press, 2008. 312 p.
 24. Hassan A., Barber S.J. The effects of repetition frequency on the illusory truth effect. Cognitive Research: Principles and Implications. 2021. Vol. 6, Article 38. P. 1–12. DOI: 10.1186/s41235-021-00301-5.
 25. Su C. Viewing personalized video clips recommended by TikTok activates default mode network and ventral tegmental area. Bohrium Research Repository. 2024. URL: <https://www.bohrium.com/paper-details/viewing-personalized-video-clips-recommended-by-tiktok-activates-default-mode-network-and-ventral-tegmental-area/812464733981507584-10372> (дата звернення: 19.08.2025).

Дата першого надходження рукопису до видання: 21.07.2025
Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 25.08.2025
Дата публікації: 30.09.2025