

Link article (Style APA): Halian I. M. (2022). The role of propaganda in the formation of personal semantic constructs. *Insight: the psychological dimensions of society*, 8, 24-38. DOI: 10.32999/2663-970X/2022-8-3

Link article (Style DSTU 8302: 2015): Halian, I. M. The role of propaganda in the formation of personal semantic constructs. *Insight: the psychological dimensions of society*, 2022, 8, 24-38. DOI: 10.32999/2663-970X/2022-8-3

UDC [32.019.51+327.88]:159.923.2

The role of propaganda in the formation of personal semantic constructs

Роль пропаганди у формуванні смислових конструктів особистості

Received: June 26, 2022

Accepted: November 14, 2022

Halian Ihor Mykhailovych

Doctor of Psychological Sciences,

Full Professor,

Department of Theoretical
and Practical Psychology

Lviv Polytechnic National University,

Lviv, Ukraine

halyan@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-7257-6477>

Галян Ігор Михайлович

доктор психологічних наук, професор,

кафедра теоретичної

та практичної психології

Національний університет

“Львівська політехніка”, Україна

halyan@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-7257-6477>

Abstract

The purpose of the publication is to analyze particular mechanisms and means of russian propaganda as a technology of information and psychological influence and peculiarities of its implementation in the Russia-Ukraine war. **The research method** is theoretical analysis, which specifies some of the mechanisms of changing personal semantic constructs used by Russian propaganda in information and semantic warfare. **Results.** The development state of the issue of informational and psychological influence by representatives of sociology, psychology and journalism was described. The features of propaganda as a tool of information and semantic warfare were highlighted, and the factors of its success in the Russian-speaking environment were distinguished. Some propaganda mechanisms for changing semantic constructs of personality were elucidated. Potential ways to counter propaganda in Ukrainian society were proposed. **Conclusions.** Information-semantic warfare seeks the misinterpretation

Анотація

Метою публікації є аналізування деяких механізмів та засобів російської пропаганди як технології інформаційно-психологічного впливу та особливостей її реалізації в умовах російсько-української війни. Методом дослідження є теоретичне аналізування, що уможливило розуміння деяких механізмів зміни смислових конструктів особистості, що застосовуються російською пропагандою в інформаційно-смисловій війні. Результати. Описано стан розвитку проблеми інформаційно-психологічного впливу представниками соціології, психології та журналістики. Висвітлено особливості пропаганди як інструменту інформаційно-смислової війни, виокремлено чинники її успіху в російськомовному середовищі. Розкрито деякі механізми зміни смислових конструктів особистості засобами пропаганди. Запропоновано можливі шляхи протидії пропаганді в українському суспільстві. Висновки. Інформаційно-смислова війна спрямована на

The role of propaganda in the formation of personal semantic constructs



of facts, the destruction of reality, and the impact on the consciousness of recipients to form the desired public opinion. The effectiveness of propaganda depends on the willingness of people to conceive relevant narratives. The instrument of semantic war is propaganda, which strives to provide a person with a sense of “ontological security”. Propaganda tends to “stabilize” the unsustainable sense of ontological security in citizens through its narratives which “help” them get on with their everyday routine and thus find made-up clichés which create a sense of security. An appeal to ethnicity in russian propaganda is the mechanism for changing semantic constructs. By dominating man, it generates collective irresponsibility and is the basis for the development of the Nazi social consciousness inherent in russia. Counterpropaganda entails the provision of truthful information, intellectual discussions, developed autonomous critical thinking, etc.

Keywords: information war, psychological influence, destruction of reality, ontological security, propaganda, identity, demographic effect.

Introduction

You can master the world in different ways. Some countries resort to open military aggression, others – to quiet economic expansion (Edney, 2012). However, to succeed in both cases, one must soften up the ground, primarily – the ideological one. The ideological aspect is realized through political discourse, extending ideological versions or interpretations of events to a mass audience. Thus, the key role belongs to propaganda – a form of communication focused on forming particular views, ideas, or public opinion in specific social groups.

In today’s war in Ukraine, military-technical and information technologies are intertwined. Russian information expansion to the European and world information space has resulted in the ambiguous reaction of the governments of some countries and their citizens, which is evident in treating russian aggression against Ukraine. The above was achieved by the well-prepared information groundwork, which, on the one hand, allowed the aggressor to enlist the support of its citizens and, on the other hand, to convince some countries of its “legitimacy”. To do that, from the beginning of the crisis, the russian government began to promote narratives about justifying open aggression against Ukraine (Theodore, 2016). This resumed the use of social media by the russian

зміну інтерпретацій фактів, на деструкцію реальності, вплив на свідомість реципієнтів задля формування необхідної суспільної думки. Ефективність пропаганди залежить від готовності людей сприймати відповідні нарративи. Інструментом смислової війни є пропаганда, що прагне забезпечити людині відчуття “онтологічної безпеки”. Нестійке почуття онтологічної безпеки у громадян пропаганда прагне “стабілізувати” власними нарративами, що “допомагає” їм повернутися до звичної рутинності, а відтак віднайти готові кліше, які створюють відчуття захищеності. Механізмом зміни смислових конструктів в російській пропаганді є апелювання до етнічності. Домінуючи над особистістю вона породжує колективну безвідповідальність та є підґрунтям для розвитку властивої росії нацистської суспільної свідомості. Протидією пропаганді є подача правдивої інформації, інтелектуальні дискусії, розвинене автономне критичне мислення тощо.

Ключові слова: інформаційна війна, психологічний вплив, деструкція реальності, онтологічна безпека, пропаганда, ідентичність, демографічний ефект.

Вступ

Оволодіти світом можна по-різному. Одні країни вдаються до відкритих військових агресій, інші – до тихої економічної експансії (Edney, 2012). Проте, як в першому, так і в другому випадку для успіху повинен бути “підготовлений ґрунт”, насамперед – ідеологічний. Ідеологічний аспект реалізується через політичний дискурс, поширюючи на масову аудиторію ті чи інші ідеологізовані версії чи інтерпретації подій. Ключова роль у цьому процесі належить пропаганді – формі комунікації, спрямованої на формування у конкретних верств населення певних поглядів, уявлень чи суспільної думки.

У сьогоднішній війні в Україні сплелися воедино військово-технічні та інформаційні технології. Наслідком російської інформаційної експансії на європейський та світовий інформаційний простір є неоднозначна реакція урядів низки країн, а також їхніх громадян, яку ми спостерігаємо щодо сприйняття російської агресії проти України. Це стало можливим завдяки підготовленому для цього інформаційному ґрунту, що, з одного боку, дозволило агресору заручитися підтримкою



government to influence the 2016 presidential elections in the United States and the disruption of electoral processes in Europe. These markedly shifted public and academic discourse towards discussing and investigating the “dark sides” of digital diplomacy (Bjola, 2017).

Propaganda has become one of the factors in accomplishing military goals. In this context, it is used such terms as “psychological warfare”, “information warfare”, “psychological operation”, etc. Being a strategic concept, psychological warfare is considered a set of various forms, methods, and means of influencing a person to change his psychological characteristics, as well as the social consciousness of communities in general (Dictionary, 2021). For the tactical description of psychological warfare, which involves planned actions to convey specific information to audiences to affect their emotions, motives, and goals, the term “psychological operation” (PSYO) is applied (Dictionary, 2021). All these things are an act of information warfare intended to form a specific point of view in people and a system of their beliefs towards the issues which are of interest to its organizer.

Mass communication researchers (Harris, 1983; McQuail, 2010) emphasize the dependence of modern man on the media. Mass communication as a kind of social communication is a process where specifically organized institutions, using technical means, produce and transmit messages to the mass, anonymous, and dispersed in the space audience. Mass media, as part of mass communication, create a so-called “second” subjective or “virtual” reality, the impact of which is no less significant than the influence of the objective one. It is not for nothing that among others, the media are attributed the function of ideological and political influence on an individual and mass consciousness. And the key to success is human information needs.

Therefore, long before the open phases of confrontation, the struggle for the consciousness of people begins, which has its name – *information warfare*. Propaganda is the main means of its outbreak. Influence on individual and mass consciousness through ideologized media representations also constitutes the essence of political propaganda as a means and tool of such influence.

своїх громадян, а з іншого – переконати деякі країни у своїй “правоті”. Для цього з початку кризи російський уряд почав просувати наративи щодо виправдання відкритої агресії проти України (Theodore, 2016). Це стало продовженням використання російським урядом соціальних медіа для впливу на президентські вибори в Сполучених Штатах у 2016 році, зриву виборчих процесів у Європі, що змістило громадський та академічний дискурс у бік обговорення та розслідування “темних сторін” цифрової дипломатії (Bjola, 2017).

Пропаганда стала одним із чинників досягнення військових цілей. У цьому контексті послуговуюся такими термінами як “психологічна війна”, “інформаційна війна”, “психологічна операція” тощо. Психологічна війна, будучи стратегічним поняттям, розглядається як сукупність різноманітних форм, методів і засобів впливу на людину з метою зміни її психологічних характеристик, а також суспільної свідомості спільнот загалом (Dictionary, 2021). Для тактичного опису психологічної війни, що передбачає планові дії з передачі конкретної інформації до аудиторій, щоб вплинути на їхні емоції, мотиви, цілі, застосовується термін “психологічна операція” (ПсО) (Dictionary, 2021). Усе це є частиною, актом інформаційної війни, спрямованої на формування у людей певної точки зору, системи поглядів людей на окремі питання, що цікавлять її організатора.

Дослідники масових комунікацій (Harris, 1983; Мак-Квейл, 2010) акцентують на залежності сучасної людини від засобів масової інформації. Масова комунікація як різновид соціальної комунікації є процесом, де специфічно організовані інститути за допомогою технічних засобів виробляють і передають повідомлення масової, анонімної, розосередженої в просторі аудиторії. Засоби масової інформації, як частина масової комунікації, створюють так звану “другу”, суб’єктивну або “віртуальну” реальність, вплив якої не менш значущий, ніж вплив об’єктивної реальності. Не дарма засобам масової інформації з-поміж інших приписують функцію ідеологічного та політичного впливу на індивіда та масову свідомість. А запорукою успіху в цьому є інформаційна потреба людини.

The role of propaganda in the formation of personal semantic constructs



Purpose. With the growing trend of enlarging information gained from the mass media in social development, there is a need to analyze technologies, means, and mechanisms of information and psychological influence. In this context, it is urgent to gain an insight into the mechanisms of russian propaganda as a technology of information and psychological influence, as well as the peculiarities of its implementation amidst the russian-Ukrainian war.

Methodology and methods

Representatives of various branches of science, including sociology, political science, journalism and psychology, study modern technologies of information influence. Within the framework of sociological research, a specific field has evolved – social informatology, the subject of which is different types of communication and information activities in the social dimension.

Studies of the role of the media and aspects of the information-psychological media influence have their background. The analysis of propaganda during a short ceasefire between the First and Second World Wars was carried out. However, during the First World War, propaganda was transformed into a research subject as part of large-scale scientific activity, complex and, at the same time, attractive, especially amid military actions. Using the cutting-edge forms of communication, national states twisted propaganda into something that is permanently inherent in public administration. The trend persisted after the end of the war, but it was then that propaganda took on an ominous hint in its meaning: it denoted a fanatical appeal to the masses based on unilateral informing and manipulation via communication channels (Czitrom, 1982). The consequence was the emergence of fascism in Italy, Nazism in Germany, and the rise of communist ideology, which in its content did not yield to fascism and Nazism in the Soviet Union. Another explosion of interest in the topic concerned happened in the second half of the 20th century. Technologies of information manipulation of mass and individual consciousness were considered in the works of many mass media researchers (Lasswell, 1969; Castells, 2007;

Тому, задовго до відкритих фаз протистояння починається боротьба за свідомість людей, яка дістала назву – *інформаційна війна*. Основним засобом її реалізації є *пропаганда*. Вплив на індивідуальну та масову свідомість за допомогою ідеологізованих медіарепрезентацій становить також сутність політичної пропаганди як засобу та інструменту цього впливу.

Мета. За зростаючої тенденції збільшення частки інформації, отримуваної з мас-медіа у суспільному розвитку, постає необхідність аналізування технологій, засобів та механізмів інформаційно-психологічного впливу. У контексті цієї проблеми нагальним є розуміння деяких механізмів російської пропаганди як технології інформаційно-психологічного впливу, а також особливостей її реалізації в умовах російсько-української війни.

Методологія та методи

Вивчення сучасних технологій інформаційного впливу ведеться представниками різних галузей науки, з поміж інших соціології, політології, журналістики, психології. У межах соціологічних досліджень виокремився навіть особливий напрям – соціальна інформаціологія, предметом якої є різні види комунікативно-інформаційної діяльності, взяті у цьому соціальному вимірі.

Дослідження, що стосуються ролі засобів масової інформації та різних аспектів інформаційно-психологічного медіавпливу, мають свою історію. Аналізом пропаганди зайнялися в період короткого припинення вогню між першою і другою світовими війнами. Проте вже під час першої світової війни пропаганда перетворилася на предмет дослідження в рамках масштабної наукової діяльності, складної і водночас привабливої особливо на тлі військових дій. Використовуючи найсучасніші форми комунікації, національні держави перетворили пропаганду на щось таке, що властиве на регулярній основі державному управлінню. Ця тенденція збереглася після закінчення війни, проте саме тоді пропаганда набула зловісного відтінку у своєму значенні: вона позначала фанатичне звернення до мас, засноване на односторонньому інформуванні та маніпуляції каналами комунікації (Czitrom,



McLuhan, 1994; Habermas, 2006; Luhmann, 2011; Toffler, 2007; Harris, Dubitsky & Bruno, 1983), and others.

Information warfare is special among the different types of wars because it concerns the struggle for the consciousness of large masses. In this context, an individual type of information warfare – semantic warfare – deserves attention. In the temporal dimension, it is a long war which is not interested in the very facts but in their misinterpretation. It takes place in a virtual space and affects the entire mental sphere: cognitive, emotional, and volitional. Various technologies are used to form public consciousness and influence it both in information and semantic warfare and in peacetime during the political struggle to reduce the rating of opponents. Some of them are elucidated in studies of information influences (Verkholias, 2020; Information Challenges, 2016).

Studies of propaganda as a technology of information and psychological influence within the framework of modern political communications are of particular interest. Foreign sociologists R. Terman, N. Chomsky, N. Fowler, and D. McQuail made a significant contribution to the development of the relevant area. However, given the present time, the elaboration of the relevant scientific topic can be characterized as quite fragmentary. The excessive reorientation of scientists to describe the processes of managing information flows through political advertising, PR communications, and other marketing ways of organizing discourse has put propaganda to the periphery of scientific research. But the works of Pratkanis & Aronson, 2001; Wojtasik, 1986; Pochepstov, 2015; Skulenko, 2011; Brown, 1983; Lasswell, 1969; Jowett & O'Donnell, 2012 and others, together with specific works, contributed to the development of theoretical constructions of the initial period of propaganda study and led to the emergence of different concepts of the information system.

In terms of content, the evolution of the theory of propaganda occurs in two dimensions: as a system of information control (Brown, 1983) and as an information and psychological operation. It is an information and psychological operation of propaganda which is closely associated with numerous concepts of “information weapons”,

1982). Наслідком цього стала поява фашизму в Італії, нацизму в Німеччині, засилля комуністичної ідеології, яка за своїм змістом не поступалася фашизму та нацизму в радянському союзі. Інший спалах інтересу до цієї тематики припадає на другу половину ХХ століття. Технології інформаційного маніпулювання масовою та індивідуальною свідомістю розглядалися в працях багатьох дослідників мас-медіа (Lasswell, 1969; Кастельс, 2007; McLuhan, 1994; Габермас, 2006; Луман, 2011; Тоффлер, 2007; Harris, Dubitsky & Bruno, 1983) та ін.

З-поміж різних типів воєн інформаційна війна є особливою, позаяк стосується боротьби за свідомість великих мас людей. У цьому контексті заслуговує уваги окремий тип інформаційної війни – смислова війна. У часовому вимірі це тривала війна, яку цікавлять не самі факти, а зміна їх інтерпретації. Вона займає віртуальний простір і впливає на всю психічну сферу: пізнавальну, емоційну та вольову. Для формування суспільної свідомості, впливу на неї як в умовах інформаційно-смислової війни, так і в мирний час під час політичної боротьби з метою зменшення рейтингу опонентів застосовуються різноманітні технології. Деякі з них представлені у дослідженнях інформаційних впливів (Верхоляс, 2020; Інформаційні виклики, 2016).

Особливий інтерес становлять дослідження пропаганди як технології інформаційно-психологічного впливу у межах сучасних політичних комунікацій. Значний внесок у розробку цього напрямку зробили зарубіжні соціологи Р. Терман, Н. Хомський, Н. Фаулер, Д. Макквейл. Проте під сучасну пору розробку цієї наукової теми можна охарактеризувати як досить фрагментарну. Надмірна переорієнтація вчених на опис процесів управління інформаційними потоками за допомогою політичної реклами, PR-комунікацій та інших маркетингових способів організації дискурсу витіснили пропаганду на периферію наукових досліджень. Але праці Pratkanis & Aronson, 2001; Wojtasik, 1986; Почепцова, 2015; Скуленка, 2011; Brown LasswellJowett & O'Donnell, 2012 та інших разом із спеціальними працями сприяли розвитку теоретичних конструкцій початкового періоду вивчення пропаганди та зумовили появу різних концептів цієї інформаційної системи.

The role of propaganda in the formation of personal semantic constructs



“information warfare”, “information dominance”, “cyber war”, “information security”, as evidenced by a wide range of works (Linebarger, 2015).

Today we can clearly identify a set of phenomena promoting the emergence of a favorable ground for propaganda actions. First of all, it is about the intensification of the mediatization of political communications and an insufficient level of critical thinking of consumers for analysing the content of information and psychological influence. In addition, there is an improvement in the technologies of information and psychological influence, which makes the propaganda nature more hidden and veiled. Finally, the population is poorly trained to distinguish propaganda techniques in the new reality of the information society. In view of the above, there is a need to identify approaches to analysing propaganda in the media system which are adequate to the current socio-political conditions and the context of the information society.

Methods. The choice of methods is determined by the subject field and the research nature. In this regard, the author primarily relies on the use of systemic, comparative and communicative approaches. The method of theoretical analysis was used to describe propaganda processes: it made it possible to clarify the content and techniques of the information-semantic influence of russian propaganda on the consciousness of the russian population, citizens of Ukraine, and countries of Europe and the world. In addition, participant observation and firsthand experience were applied.

Results and discussions

Propaganda is a socially conditioned form of influence on mass consciousness by manipulating a message’s verbal and visual parts to achieve relevant results. As S. Moskovichi rightly notes “... society is gradually turning into a mass and crowd that is caused by the media, newspapers, radio, and the phenomenon of influence. By penetrating every home, being present in every workplace, capturing resting places, guiding thoughts and disfiguring them, these means mould human minds into mass intellect” (Moscovici, 1985).

Information intervention does not happen without reason. Its effectiveness will depend

У змістовому контексті розвиток теорії пропаганди провадиться в двох площинах: як системи інформаційного контролю (Brown, 1983) та як інформаційно-психологічної операції. Саме інформаційно-психологічну операцію пропаганду тісно пов’язують з численними концептами “інформаційної зброї”, “інформаційної війни”, “інформаційного домінування”, “кібервійни”, “інформаційної безпеки”, про що свідчать різноманітні праці (Linebarger, 2015).

Сьогодні можна чітко констатувати низку явищ, що сприяють появі сприятливого ґрунту для пропагандистських дій. Насамперед це інтенсифікація медіатизації політичних комунікацій та недостатній рівень критичного мислення споживачів цього продукту щодо оцінки контенту інформаційно-психологічного впливу. Окрім цього відбувається удосконалення технологій інформаційно-психологічного впливу, що дає змогу зробити характер пропаганди більш прихованим і завуальованим. І, зрештою, недостатня навченість населення розрізняти пропагандистські прийоми у нових умовах інформаційного суспільства. З огляду на сказане постає необхідність виявлення адекватних сучасним соціально-політичним умовам та контексту інформаційного суспільства підходів до аналізу пропаганди у системі засобів масової інформації.

Методи. Вибір методів визначаються предметним полем та характером дослідження. У зв’язку з цим автор насамперед спирається на використання системного, порівняльного та комунікативного підходів. Для опису пропагандистських процесів використано метод теоретичного аналізування, що уможливило виокремлення змісту та прийомів інформаційно-сміслового впливу російської пропаганди на свідомість населення росії, громадян України, країн Європи та світу. Окрім цього, застосовано метод включеного спостереження та свій особистий досвід.

Результати та дискусії

Пропаганда є соціально зумовленою формою впливу на масову свідомість через маніпуляцію вербальною та візуальною частиною повідомлення задля досягнення певних результатів. Як слушно зауважує С. Московичі,



on the “preparedness” of people to perceive information. The key is in *values* and *narratives* which are formed during a person’s life. It is they – *values, meanings, narratives* – which are constantly attacked by the environment. Information received by a person every day via various systems (visual, auditory (Seo, 2014)) and life practices determine their content. Daily facts and their interpretations (own and heard from authoritative sources) shape personal beliefs and instructions.

It is common knowledge that awareness of reality and the formation of a worldview in people do not shift without the influence of stereotypes emerged under the sway of mass communications, which often interpret in their way or distort facts. The media construct the audience’s visions of the world around them, indirectly influencing their behavior through consciousness. G. Lasswell compared the effect of mass communication reports with a “magic bullet” which the communicator aims at the recipient’s consciousness, altering his ideas, feelings, and motivations. According to G. Lasswell, the recipient of media reports is a passive and defenseless participant in a communication act which ignites him “as a light bulb”, offering its interpretations (Lasswell, 1969). Given such processes, an individual human experience with an appropriate system of interpretation of facts is gained. In reality, man *constructs his inner world based on his experience shaped by the facts interpreted independently*. This fact was also emphasized by a physiologist K. Ukhtomsky who says “we work following instructions which do not show the world but *construct* it”.

Propaganda as a means and instrument of semantic warfare occupies a virtual space and affects the entire mental sphere of a person and forms his semantic constructs. In the temporal dimension, it is a prolonged war which is not interested in the very facts but in *their misinterpretation* (Martin, 1982). Thus, the objective of propaganda as a tool and means of information warfare is the *destruction of reality*.

What is the basis of russian propaganda’s success? In this regard, you can list commonly known mechanisms of social and psychological influence. On the one hand, they are universal, on the other – they depend on the specific situation

“... соціум поступово перетворюється на масу, натовп і причина в засобах комунікації, масової інформації, газетах, радіо та феномені впливу. Проникаючи в кожен дім, будучи присутніми на кожному робочому місці, захоплюючи місця відпочинку, керуючи думками та знеособлюючи їх, ці засоби перетворюють людські уми на масовий розум” (Moscovici, 1985).

Інформаційна інтервенція не проводиться на пустому місці. Її ефективність залежатиме від “підготовленості” людей для сприйняття інформації. Ключовими для цього стають *цінності та сенси (сенси)*, які формуються впродовж життя людини. Саме вони – *цінності, сенси, значення* – постійно атакуються доквіллям. Їх зміст визначає інформація, яку людина щоденно отримує через різні системи (візуальну, аудіальну (Seo, 2014)) та життєві практики. Щоденні факти та їх інтерпретації (власні та почуті з авторитетних джерел) формують у людини переконання, настановлення.

Загальновідомо, що усвідомлення дійсності та формування картини світу у людей не обходиться без впливу стереотипів, що формуються під впливом масових комунікацій, які часто по-своєму інтерпретують чи просто спотворюють факти. Засоби масової комунікації конструюють уявлення аудиторії про навколишню дійсність, опосередковано впливаючи через свідомість на її поведінку. Г. Ласвелл порівнював дію повідомлень масової комунікації з “чарівною кулею”, яку комунікатор безпосередньо спрямовує у свідомість реципієнта, змінюючи його ідеї, почуття та мотивації. На думку Г. Ласвелла, одержувач повідомлень із засобів масової інформації є пасивним та беззахисним учасником комунікативного акту, який запалює реципієнта “як електричну лампочку”, пропонуючи власні інтерпретації (Lasswell, 1969). З огляду на такі процеси формується індивідуальний досвід людини з відповідною системою інтерпретації фактів. В дійсності людина *конструє свій внутрішній світ спираючись на свій досвід, сформований інтерпретованими нею фактами*. На цьому свого часу наголошував фізіолог К. Ухтомський, кажучи: ми працюємо на настановленнях, через які не бачимо світ, а *конструємо* його.

The role of propaganda in the formation of personal semantic constructs



and the level of “preparedness” of the audience to its perception. However, in the Russia-Ukraine war, rounding up support from Russian society for the Putin regime via propaganda has its groundwork. First of all, it is the active exploitation of a sense of identity. Russian propaganda appeals to a sense of belonging (russkiy mir/Russian world), uniqueness (we are liberators, we liberate everyone from oppressors, we liberate the “Russian-speaking population” from the Nazis), while applying the ideology of the “superiority of the nation” (let’s compare Hitler’s Germany and Putin’s Russia). The ideology of superiority is actively exploited today in Putin’s Russia, and the main criterion of identity is “the Russian world”. Therefore, the emphasis on imposing the Russian language and banning other languages, primarily Ukrainian, both in Russia itself and in occupied territories is clear.

Consequently, the following question arises: is the mentioned identity deeply rooted in the Russians? A Ukrainian psychiatrist O. Filiz renders an interesting explanation: “... Russians do not have a deep-rooted sense of identity. They are looking for their identity <...> They do not know now who they are: whether they are empires, whether they are a people uniting all Slavic peoples, or whether they are an imperial-religious society. It is a puzzle for them” (Filiz, 2022).

Despite the lack of a deep-rooted identity, the idea of *ethnicity* is actively used by Russian propaganda. It dominates personality that helps promote the narrative of “group thinking”, which results in the “escape from freedom” (Fromm, 2019). Group thinking, as a manifestation of group consciousness, generates collective irresponsibility, the example and consequence of which is fascism, fundamentalism, fanaticism, and terrorism – a complete set of a modern Russian. Nazi social consciousness is vividly cultivated and manifested in Russia.

While there is no well-defined identity, a search for “braces” which could replace it is taking place, and if they cannot be found, they are invented (DeCook, 2018). The main thing is to form a sense of emotional and intellectual confidence which will ensure “*ontological security*” (Giddens, 1984), “*ontological confidence*” (Laing, 1976) – the existential state of a person with

Propaganda as a seed, an instrument of semantic war in the virtual space and influences the entire psychic sphere of a person, forms its semantic constructs. In the time dimension, it is a long war, which is interesting not only in facts, but in their interpretation (Martin, 1982). Thus, the purpose of propaganda as an instrument, a means of information war is *destruction of reality*.

Why does the success of Russian propaganda? Here we can list the general mechanisms of social-psychological influence. On the one hand, they are universal, on the other – depend on a specific situation and level of “preparedness” of the audience to its acceptance. However, in the Russian-Ukrainian war, the formation of propaganda support of the Russian regime has its groundwork. In the first place, it is the active exploitation of a sense of identity. Russian propaganda appeals to a sense of belonging (Russian world), uniqueness (we are liberators, we liberate everyone from oppressors, we liberate the “Russian-speaking population” from the Nazis), while applying the ideology of the “superiority of the nation” (let’s compare Hitler’s Germany and Putin’s Russia). The ideology of superiority is actively exploited today in Putin’s Russia, and the main criterion of identity is “the Russian world”. Therefore, the emphasis on imposing the Russian language and banning other languages, primarily Ukrainian, both in Russia itself and in occupied territories is clear.

However, the following question arises: is the mentioned identity deeply rooted in the Russians? A Ukrainian psychiatrist O. Filiz renders an interesting explanation: “... Russians do not have a deep-rooted sense of identity. They are looking for their identity <...> They do not know now who they are: whether they are empires, whether they are a people uniting all Slavic peoples, or whether they are an imperial-religious society. It is a puzzle for them” (Filiz, 2022).

Despite the lack of a deep-rooted identity, the idea of *ethnicity* is actively used by Russian propaganda. It dominates personality that helps promote the narrative of “group thinking”, which results in the “escape from freedom” (Fromm, 2019). Group thinking, as a manifestation of group consciousness, generates collective irresponsibility, the example and consequence of which is fascism, fundamentalism, fanaticism, and terrorism – a complete set of a modern Russian. Nazi social consciousness is vividly cultivated and manifested in Russia.

a steady sense of reality and identity. Such feeling evolves in childhood through consistent daily communication and emotional exchange (for example, between parents and the child, especially at the stage of early family relations). There is a sense of internal security, where the foundation is the “father” (in adult life, this image is extrapolated to the authorities in general or the president in particular), who knows everything and can be asked for protection at any time. A sense of primary ontological (existential) security and adequate positioning of an individual in the outside world is shaped. The developed sense of ontological security involves, at the level of practical consciousness, a person’s understanding of his existential essence: insight into human life, coexistence with other individuals, the need for a continuous personal identity, etc. Recent studies have confirmed the importance of the mentioned psychological phenomenon (Hiscock, 2001). Basic trust, which advances in a child through relationships with adults who raise him, is fundamental to the sense of ontological security. Thus, this feeling is formed and maintained with the reliance on the mechanisms of routinization of human behavior in everyday life, hence the learned behavioral programs create a kind of shield, which helps feel “immune”, feel hope and block negativism (Giddens, 1984). Propaganda gives such a feeling to the consumer with a low level of critical thinking and rationality and a paternalistic outlook who seeks to meet basic needs without burdening with intellectual efforts. The desired effect is achieved through pulp political talk shows, TV series, and other propaganda activities.

A prerequisite for ensuring and maintaining ontological security is trust, the lack of which causes a sense of uncertainty which, in turn, exacerbates crises. For example, a person strives to understand social reality in simple and predictable categories. It contributes to the safety of his “self”. But a person wants to project feelings of confidence and stability both on the internal social order and the international system in general. Therefore, a sense of security appears when one feels the order and predictability of own place in society, country, region, and world.

In russian propaganda, the sense of ontological security is exploited as much as possible. In

колективну безвідповідальність, прикладом і наслідком чого є фашизм, фундаменталізм, фанатизм, тероризм – повний набір сучасного рашиста. Сьогодні в росії яскраво культивується і проявляється саме така нацистська суспільна свідомість.

За відсутності чітко визначеної ідентичності йде пошук “скрепів”, які могли б її замінити, а якщо їх не вдається віднайти, то вони придумуються (DeCook, 2018). Головне – сформувати почуття емоційної та інтелектуальної впевненості, що забезпечить “*онтологічну безпеку*” (англ. *ontological security*) (Giddens, 1984), “*онтологічну впевненість*” (Laing, 1976) – екзистенційний стан людини зі стійким відчуттям реальності та ідентичності. Таке відчуття в дитинстві формується завдяки послідовному щоденному спілкуванню, емоційному обміну (наприклад, між батьками та дитиною, особливо на стадії ранніх сімейних стосунків). Виникає відчуття внутрішньої захищеності, де опорою є “*батько*” (у дорослому житті цей образ екстраполюється на владу загалом чи президента зокрема), який все знає і може, до кого будь-коли можна звернутися за захистом. Формується відчуття первинної онтологічної (буттєвої) безпеки й адекватне позиціонування індивіда у навколишньому світі. Розвинене почуття онтологічної безпеки передбачає на рівні практичної свідомості розуміння людиною своєї екзистенційної сутності: розуміння сутності людського життя, співіснування з іншими індивідами, необхідності неперервної особистісної ідентичності тощо. Проведені дослідження останніх років підтверджують важливість цього психологічного феномену (Hiscock, 2001). Засадничими для почуття онтологічної безпеки є базисна довіра (basic trust), яка якраз і розвивається в дитини завдяки стосункам з дорослими, які її виховують. Відтак це почуття формується і підтримується з опорою на механізми рутинізації людської поведінки у повсякденні, завдяки чому засвоєні поведінкові програми створюють своєрідний щит, що допомагає почуватися “невразливим”, відчувати надію та блокувати негативізм (Giddens, 1984). Пропаганда дає таке відчуття споживачу з низьким рівнем критичного мислення,

The role of propaganda in the formation of personal semantic constructs



particular, amidst the theory of ontological security, its success in the post-Soviet space and the countries of Europe with a paternalistic bias is based on the historical realities of recent decades. Due to the inherent unconscious need for existential security, individual sense of security is supported by the routine practices of everyday life, which constitute the majority of social processes. Since part of human identity is formed as a result of interaction with others, routines facilitate maintaining stable interaction and, thus, identity. Any unusual and destructive events affect the essence of routine, creating a sense of unreliability and ontological insecurity. Therefore, most older generation treats the collapse of the Soviet Union as a tragedy because the usual routine has been violated. Consequently, “subjective stability” was disrupted, and the current economic problems, which made many people fall below the poverty line that ultimately gave rise to a feeling of helplessness, appeared. The memory of wars (WW2, Afghan) is also crucial, as it is closely related to “ontological security” or “identity security” (Gustafsson, 2014). Soviet propaganda inspired confidence though twisted. In this case, people find themselves in a situation where they are forced to get back to their “usual routine” to restore the lost sense of “self”. In order to preserve their “destroyed psychological world”, they cling to the idea of reviving the Soviet Union, which is promoted by Russian propaganda as a rescue straw because imaginary subjective stability returns them to habitual routinization, shaping a sense of ontological security. This is common practice for post-colonial countries. In this context, the search for ontological security becomes paramount. However, it should be realized that the common interpretation of human security as “freedom from fear and need” cannot guarantee ontological security from the post-colonial perspective since it acts within the culturally specific, Eurocentric vision of “man” under “bare life” (Shani, 2017).

Another mechanism used by Russian propagandists is *demographic effect*. A sociological survey conducted in Russia in the early summer of 2022 (retrieved from interviews with Russian sociologists who left Russia in the first days of its invasion of Ukraine) showed that about 10.0-

низькою раціональністю, з патерналістським світоглядом, який прагне задоволення базових потреб, не обтяжуючи себе інтелектуальними зусиллями. Реалізується це через низькопробні політичні ток-шоу, телесеріали та інші пропагандистські заходи.

Необхідною умовою забезпечення та підтримки онтологічної безпеки є довіра, відсутність якої викликає почуття невизначеності, яке, своєю чергою, загострює кризові ситуації. Наприклад, людина прагне розуміння соціальної реальності у простих та передбачуваних для неї категоріях. Це сприяє безпеці її особистісного “я”. Але подібні відчуття упевненості та стабільності людина хоче проектувати і на внутрішній суспільний лад, і на міжнародну систему загалом. Тому відчуття безпеки з’являється тоді, коли відчувається порядок і передбачуваність свого місця у соціумі, країні, регіоні, світі.

У російській пропаганді почуття онтологічної безпеки експлуатується якнайбільше. Зокрема, її успіх на пострадянському просторі та й країн Європи з патерналістським ухилом в контексті теорії онтологічної безпеки ґрунтується на історичних реаліях останніх десятиліть. Позаяк людині властива неусвідомлювана потреба в екзистенційній безпеці, то її відчуття підтримується завдяки рутинним практикам повсякденного життя, які становлять більшу частину соціальних процесів. Оскільки частина ідентичності людини формується як результат взаємодії з іншими, саме рутини допомагають підтримувати стабільну взаємодію, а відтак й ідентичність. Будь-які незвичні та деструктивні події впливають на сутність рутинності, формуючи відчуття ненадійності та онтологічної незахищеності. Так, розпад радянського союзу багатьма людьми старшого покоління сприймається як трагедія, позаяк порушилася звична рутинність. Зокрема, порушилася “суб’єктивна стабільність”, додалися теперішні економічні проблеми, через які багато людей опинилися за межею бідності, що, зрештою, породило відчуття безпорадності. Значущою є і пам’ять про війни (другу світову, афганську) оскільки вона тісно пов’язана з “онтологічною безпекою” або “безпекою ідентичності” (Gustafsson, 2014). Радянська пропаганда хоч

20.0% of respondents under the age of 30 who live in a big city and do not watch TV support the Putin regime. Moreover, respondents older than 60 years living in a small city watching TV expressed 80.0% readiness to support the war and the Putin regime. As we can see, the role of propaganda becomes key in shaping their worldview. In addition, *political apathy* which propaganda develops by cultivating distrust of any kind of information appears (Mare, Mabweazara, & Moyo, 2019). At the same time, confidence in the authorities as the “only true source” of information is strengthened via the technology of *narrative repetition*. If governmental narratives are saturated with the propaganda of war, nuclear war, if the user observes/hears a specific narrative on TV and then observes /hears/ meets the same messages in each search engine on the Internet, thus he believes the relevant information. What is the intended effect? One source is difficult to trust, and if many sources transmit the same version, there is a sense of truth and trust. It is difficult for a person to be in a situation of uncertainty for a long time. If a person feels that everything is collapsing around him, one strives to look for what will save him to reproduce the “destroyed” and the stability of his subjective world. In similar conditions, the subject will attempt to restore cognitive consistency, a sense of self, a sense of confidence, and ontological security, mainly through reliance on routine and habitual interactions (Mitzen, 2006; Kinvall, 2004).

Despite the attacks of Russian propaganda on its population, to citizens of other countries fall under the influence of the media. True *facts are the key to countering propaganda*. Since there are no ready-made clichés for the facts, propaganda needs time to appeal to them. Thus, propaganda will always seek to undermine trust in the facts by bombarding them with different versions (the Boeing was shot down by Ukrainians; there were dead people before the accident; Bucha is a performance, etc.).

It is possible to resist propaganda with a full-fledged information policy of the state with a clear emphasis on value priorities shaping the worldview of citizens. Its mechanism should include intellectual discussions focused on universal values, national traditions

у перекрученому варіанті, але вселяла цю впевненість. У цьому випадку люди опиняються в ситуації, коли змушені повернутися до “звичної їм рутинності”, щоб відновити втрачене почуття “себе”. Задля збереження свого “зруйнованого психологічного світу” вони хапаються за ідею відродження радянського союзу, яку просуває російська пропаганда як за рятувальну соломинку, позаяк уявна суб’єктивна стабільність повертає їх до звичної рутинізації, формуючи почуття онтологічної безпеки. Це звична практика для постколоніальних країн. За таких умов першочерговим стає пошук онтологічної безпеки. Проте слід розуміти, що звичайне розуміння безпеки людини як “свободи від страху та потреби” не в змозі з постколоніальної точки зору забезпечити онтологічну безпеку, оскільки воно діє в рамках культурно специфічного, європоцентричного розуміння “людини” як “відкритої для життя” (*bare life*) (Shani, 2017).

Інший механізм, який застосовують російські пропагандисти – *демографічний ефект*. Проведене в Росії на початку літа 2022 року соціологічне опитування (інформація взята з інтерв’ю російських соціологів, що виїхали з Росії в перші дні її вторгнення в Україну) засвідчило, що близько 10.0-20.0% респондентів віком до 30 років, які проживають у великому місті і не дивляться телевизор, підтримують путінський режим. Проте респонденти старші за 60 років, які живуть у невеликому місті, до того ж дивляться телевизор підтвердили 80.0%-ву готовність підтримки війни і путінського режиму. Як бачимо, роль пропаганди стає ключовою у формуванні світогляду цих респондентів. До цього додається *політична апатія*, яку пропаганда розвиває завдяки формуванню недовіри до будь-якої інформації (Mare, Mabweazara, & Moyo, 2019). Водночас посилюється довіра до влади як “єдиного правдивого джерела” інформації через технологію *повторюваності нарративу*. Якщо наративи влади насичені пропагандою війни, ядерної війни, якщо користувач бачить/чує по телевизору певний нарратив, потім бачить /чує/ зустрічає ті самі меседжі в кожній пошуковій системі в Інтернеті, то в нього формується довіра до цієї інформації. На що розрахований такий ефект? Одному джерелу важко довіряти, а якщо багато джерел повторюють одну і ту ж версію, то виникає відчуття правди, довіри. Людині важко довго перебувати в ситуації невизначеності.

The role of propaganda in the formation of personal semantic constructs



and aspirations, consideration of historical events, their mistakes and preferences. Such discussions will form ideal behavioral model which are worth integrating into real-life events. In an individual context, simplistic categorical statements should be avoided and autonomous thinking should be sought. Moreover, discussing the situation in the dialogue will contribute to its understanding. This will contribute to the formation of life narratives, which should assist in rendering an adequate decision in a complex and uncertain situation and critical life moments. Ultimately, it will prevent the harmful effects of propaganda as a means of conducting information-semantic war.

Conclusions

Information-semantic warfare is aimed at misinterpreting facts, destroying reality, and influencing the consciousness of recipients to shape the required public opinion. Its effectiveness depends on the willingness of people to perceive the relevant narratives. Propaganda, which occupies a virtual space and affects the mental sphere of a person by building his semantic constructs, is the instrument of information-semantic warfare.

The mechanism for changing semantic constructs in russian propaganda is an appeal to ethnicity which dominates personality. It generates collective irresponsibility and is the basis for the development of Nazi social consciousness inherent in russia. Another mechanism is recourse to a sense of ontological security. Propaganda seeks to “stabilize” citizens’ unstable sense of ontological security via its narratives, which “help” them return to their usual routine and hence find ready-made clichés giving a sense of security. This feeling is grounded on basic trust which propaganda strives to cultivate via narratives’ repetition, choosing the government or its specific representatives and the media as the object of trust. The maximum use of “demographic effect” as a mechanism of propaganda promotes the detachment of “youth”, which is well-versed in information technologies, and “adulthood”, full of life experience and critical thinking, triggering their political apathy.

It is possible to resist propaganda with true information policy, intellectual discussion,

Якщо вона відчуває, що все навколо неї руйнується, то прагне шукати те, що її врятує щоб відтворити “зруйноване”, відтворити стабільність власного суб’єктивного світу. У подібних умовах суб’єкт намагатиметься відновити когнітивну послідовність, власне відчуття “себе”, відчуття впевненості та онтологічну безпеку, головне через опору на рутинні, звичні взаємодії (Mitzen, 2006; Kinvall, 2004).

Попри атаки російської пропаганди на власне населення, її впливу через засоби масової інформації піддаються громадяни інших країн. Запорукою протидії пропаганді є *правдиві факти*. Оскільки нема готових кліше під факти, то пропаганді потрібен час щоб апелювати до них. Тому пропаганда завжди буде прагнути підірвати довіру до фактів, бомбардуючи їх різними версіями (літак Боїнг збили українці; там до аварії були мертві люди; Буча – це все постановка тощо).

Протистояти пропаганді можна повноцінною інформаційною політикою держави з чітким акцентуванням на ціннісних пріоритетах, що формують світогляд громадян. Її механізмом мають стати інтелектуальні дискусії, орієнтовані на загальнолюдські цінності, національні традиції та прагнення, урахування історичних подій, їх помилок та преваг. Такі дискусії формуватимуть ідеальні моделі поведінки, які варто інтегрувати в реальні життєві події. У індивідуальному контексті слід оминати спрощених категоричних тверджень та прагнути до автономного думання. А проговорювання ситуації в діалозі сприятиме її розумінню. Це сприятиме формуванню життєвих смислів, які в ситуації складності та невизначеності, в критичні моменти життя мають сприяти прийняттю адекватного рішення. Зрештою, це упереджуватиме пагубний вплив пропаганди як засобу ведення інформаційно-сміслової війни.

Висновки

Інформаційно-смілова війна спрямована на зміну інтерпретації фактів, на деструкцію реальності, вплив на свідомість реципієнтів задля формування необхідної суспільної думки. Її ефективність залежить від готовності людей сприймати відповідні наративи. Інструментом інформаційно-сміслової війни є пропаганда, яка займає віртуальний простір і впливає на психічну сферу людини, формуючи її смислові конструкти.



and development of people's autonomous critical thinking, which should lay the groundwork for information security policy of the state.

The sense of ontological security is a protective layer between the individual ontological center of every man and the external environment. Propaganda is the instrument of semantic warfare.

References

- Barovs'ka, A. (Ed.) (2016). *Informatsiyni vyklyky hibrydnoi viyny: kontent, kanaly, mekhanizmy protydyi: analitychna dopovid' [Informational challenges of hybrid warfare: content, channels, countermeasures: analytical report]*. Kyiv: NISD [in Ukrainian].
- Bjola, C. (2017). Propaganda in the digital age. *Global Affairs*, 3(3), 189-191. <https://doi.org/10.1080/23340460.2017.1427694>
- Brown, J.A.C. (1983). *Techniques of persuasion: From propaganda to brainwashing*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Creemers, R. (2017). Cyber China: Upgrading Propaganda, Public Opinion Work and Social Management for the Twenty-First Century. *Journal of Contemporary China*, 26(103), 85-100. <https://doi.org/10.1080/10670564.2016.1206281>
- Czitrom, D. J. (1982). *Media and the american mind*. University of North Carolina Press.
- DeCook, J.R. (2018). Memes and symbolic violence: #proudboys and the use of memes for propaganda and the construction of collective identity. *Learning, Media and Technology*, 43(4), 485-504. <https://doi.org/10.1080/17439884.2018.1544149>
- Dictionary of Military and Associated Terms* (2021). Washington DC: The Joint Staff. URL: <https://irp.fas.org/doddir/dod/dictionary.pdf>
- Edney, K. (2012). Soft Power and the Chinese Propaganda System. *Journal of Contemporary China*, 21(78), 899-914. <https://doi.org/10.1080/10670564.2012.701031>
- Fil'ts, O. (2022). *Pro identychnist' rosiyan, shcho oznachaye buty ukrayintsem ta yak nas mozhe zminyty viyna* [About the identity of Russians, what it means to be Ukrainian and how war can change us]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=WyYAgrr3V7w&ab_channel=%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0-%D1%85%D0%B0%D0%B1%D0%A2%D0%92%D0%9E%D0%84%D0%9C%D0%86%D0%A1%D0%A2%D0%9E [in Ukrainian].
- Fromm, E. (2019). *Vtecha vid svobody [Escape from freedom]*. Kharkiv: Knyzhkovyy Klub "Klub Simeynoho Dozvyillya" [in Ukrainian].
- Gerber, T.P., & Zavisca, J. (2016). Does Russian Propaganda Work? *The Washington Quarterly*,

Механізмом зміни смислових конструктивів в російській пропаганді є апелювання до етнічності, яка домінує над особистістю. Це породжує колективну безвідповідальність та є підґрунтям для розвитку властивої росії нацистської суспільної свідомості. Інший механізм – звернення до почуття онтологічної безпеки. Нестійке почуття онтологічної безпеки у громадян пропаганда прагне “стабілізувати” власними наративами, що “допомагає” їм повернутися до звичної рутинності, а відтак віднайти готові кліше, які створюють відчуття захищеності. Засадничими для цього почуття є базисна довіра, яку пропаганда прагне сформувати через повторюваність власних наративів, вибравши в якості об'єкта довіри владу чи конкретних її представників та засоби масової інформації. Максимальне використання “демографічного ефекту” як механізму пропаганди, сприяє роз'єднанню “молодості”, що досконало володіє інформаційними технологіями та “дорослості”, сповненої життєвим досвідом і критичністю мислення, формуючи в них політичну апатію.

Протистояти пропаганді можна через подачу правдивої інформації, інтелектуальні дискусії, розвиток автономного критичного мислення у населення, що повинно стати основою політики інформаційної безпеки держави.

Почуття онтологічної безпеки є захисним прошарком між індивідуальним онтологічним центром кожної людини та зовнішнім середовищем. Інструментом смислової війни є пропаганда.

Список використаних джерел

- Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії: аналіт. доп. / за заг. ред. А. Баровської. Київ: НІСД, 2016.
- Bjola, C. Propaganda in the digital age. *Global Affairs*, 2017. 3(3), 189-191. <https://doi.org/10.1080/23340460.2017.1427694>
- Brown J. A. C. *Techniques of persuasion: From propaganda to brainwashing*. Harmondsworth: Penguin Books, 1983.
- Creemers, R. Cyber China: Upgrading Propaganda, Public Opinion Work and Social Management for the Twenty-First Century. *Journal of Contemporary China*, 2017. 26(103), 85-100. <https://doi.org/10.1080/10670564.2016.1206281>
- Czitrom D. J. *Media and the american mind*. University of North Carolina Press, 1982.
- DeCook J. R. Memes and symbolic violence: proud boys and the use of memes for propaganda

The role of propaganda in the formation of personal semantic constructs



- 39(2), 79-98. <https://doi.org/10.1080/0163660X.2016.1204398>
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of society: outline of the theory of structuration*. Berkeley & Los Angeles: University of California Press.
- Gustafsson, K. (2014). Memory Politics and Ontological Security in Sino-Japanese Relations. *Asian Studies Review*, 38(1), 71-86. <https://doi.org/10.1080/10357823.2013.852156>
- Habermas, Yu. (2006). *Zaluchennya inshoho: Stuidiyi z politychnoyi teoriyi [Involvement of the Other: Studies in Political Theory]*. L'viv: Astrolyabiya [in Ukrainian].
- Harris, R. J., Dubitsky, T. M., & Bruno, K. J. (1983). Psycholinguistic studies of misleading advertising. In: R.J. Harris (Ed.) *Information processing research in advertising* (pp. 241-262). Hillsdale, New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Henry, R., & Peartree, C.E. (1998). Military theory and information warfare. *Parameters*, 3, 121-135. <https://doi.org/10.55540/0031-1723.1895>
- Hiscock, R., Kearns, A., MacIntyre, S., & Ellaway, A. (2001). Ontological Security and Psycho-Social Benefits from the Home: Qualitative Evidence on Issues of Tenure. *Housing, Theory and Society*, 18(1-2), 50-66. <https://doi.org/10.1080/14036090120617>
- Jowett, G., & O'Donnell, V. (2012). *Propaganda and persuasion* (5nd ed.). London: Sage.
- Kastel's, M. (2007). *Internet-halaktyka. Mirkuvannya shchodo Internetu, biznesu i suspil'stva [Internet galaxy. Considerations regarding the Internet, business and society]*. Kyiv: Vakler [in Ukrainian].
- Kinnvall, C. (2004). Globalization and religious nationalism: self, identity, and the search for ontological security. *Political Psychology*, 25(5), 741-767.
- Laing, R. D. (1976). *The divided self (an existential study in sanity and madness)*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Lasswell, H. (1969). *Propaganda and promotional activities*. Chicago: University of Chicago Press.
- Linebarger, P. M. A. (2015). *Psychological warfare*. Washington. URL: <https://www.gutenberg.org/files/48612/48612-h/48612-h.htm>
- Luman, N. (2011). *Ponyattya tsili i systemna ratsional'nist': shchodo funktsiyi tsiley u sotsial'nykh systemakh [The concept of goals and systemic rationality: regarding the function of goals in social systems]*. Kyiv: Dukh i litera [in Ukrainian].
- Mak-Kveyl, D. (2010). *Teoriya masovoyi komunikatsiyi [Theory of mass communication]*. L'viv: "Litopys" [in Ukrainian].
- Mare, A., Mabweazara, H. M., & Moyo, D. (2019). "Fake News" and Cyber-Propaganda in Sub-Saharan Africa: Recentering the Research Agenda. *African Journalism Studies*, 40(4), 1-12. <https://doi.org/10.1080/23743670.2020.1788295>
- and the construction of collective identity. *Learning, Media and Technology*, 2018. 43(4), 485-504. <https://doi.org/10.1080/17439884.2018.1544149>
- Dictionary of Military and Associated Terms*. Washington DC: The Joint Staff, 2021. URL: <https://irp.fas.org/doddir/dod/dictionary.pdf>
- Edney K. Soft Power and the Chinese Propaganda System. *Journal of Contemporary China*. 2012. 21(78), 899-914. <https://doi.org/10.1080/10670564.2012.701031>
- Фільц, О. Про ідентичність росіян, що означає бути українцем та як нас може змінити війна. 2022. URL: https://www.youtube.com/watch?v=WyYAgRS3V7w&ab_channel=%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0-%D1%85%D0%B0%D0%B1%D0%A2%D0%92%D0%9E%D0%84%D0%9C%D0%86%D0%A1%D0%A2%D0%9E
- Фромм, Е. Втеча від свободи. Харків: Книжковий Клуб "Клуб Сімейного Дозвілля", 2019.
- Gerber T. P., & Zavisca J. Does Russian Propaganda Work? *The Washington Quarterly*, 2016. 39(2), 79-98. <https://doi.org/10.1080/0163660X.2016.1204398>
- Giddens A. *The Constitution of society: outline of the theory of structuration*. Berkeley & Los Angeles: University of California Press, 1984.
- Gustafsson K. Memory Politics and Ontological Security in Sino-Japanese Relations. *Asian Studies Review*. 2014. 38(1), 71-86. <https://doi.org/10.1080/10357823.2013.852156>
- Габермас, Ю. Залучення іншого: Студії з політичної теорії: пер. з нім. А. Дахнія. Львів: Астролябія, 2006.
- Harris R. J., Dubitsky T. M., Bruno K. J. Psycholinguistic studies of misleading advertising. In: R. J. Harris (Ed.) *Information processing research in advertising* (pp.241-262). Hillsdale, New York: Lawrence Erlbaum Associates, 1983.
- Henry R., Peartree C. E. Military theory and information warfare. *Parameters*, 1998. 3, 121-135. <https://doi.org/10.55540/0031-1723.1895>
- Hiscock R., Kearns A., MacIntyre S., Ellaway A. Ontological Security and Psycho-Social Benefits from the Home: Qualitative Evidence on Issues of Tenure. *Housing, Theory and Society*, 2001. 18(1-2), 50-66. <https://doi.org/10.1080/14036090120617>
- Jowett G., O'Donnell V. *Propaganda and persuasion* (5nd ed.). London: Sage, 2012.
- Кастельс, М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства: пер. з англ. Київ: Ваклер, 2007.
- Kinnvall C. Globalization and religious nationalism: self, identity, and the search for ontological security. *Political Psychology*, 2004. 25(5), 741-767.
- Laing R. D. *The divided self (an existential study in sanity and madness)*. Harmondsworth: Penguin Books, 1976.
- Lasswell H. *Propaganda and promotional activities*. Chicago: University of Chicago Press, 1969.
- Linebarger P. M. A. *Psychological warfare*.



- Martin, L.J. (1982). Disinformation: An instrumentality in the propaganda arsenal. *Political Communication*, 2(1), 47-64. <https://doi.org/10.1080/10584609.1982.9962747>
- McLuhan, M. (1994). *Understanding media: the extensions of man*. Cambridge: The MIT Press.
- Military propaganda. *Psychological warfare and operations* (1982). New York: Praeger.
- Mitzen, J. (2006). Anchoring Europe's civilizing identity: habits, capabilities and ontological security. *Journal of European Public Policy*, 13(2), 270-285.
- Moscovici, S. (1985). *The Age of the crowd: A historical treatise on mass psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pocheptsov, H. (2015). *Suchasni informatsiyni viyny [Modern information wars]*. Kyiv: Kyyevo-Mohylyans'ka akademiya [in Ukrainian].
- Pratkanis, A.R., & Aronson, E. (2001). *Age of propaganda: the everyday use and abuse of persuasion*. Santa Cruz: University of California.
- Seo, H. (2014). Visual Propaganda in the Age of Social Media: An Empirical Analysis of Twitter Images During the 2012 Israeli-Hamas Conflict. *Visual Communication Quarterly*, 21(3), 150-161. <https://doi.org/10.1080/15551393.2014.955501>
- Shani, G. (2017). Human Security as ontological security: a post-colonial approach. *Postcolonial Studies*, 20(3), 275-293. <https://doi.org/10.1080/13688790.2017.1378062>
- Skulenko, M. (2011). *Efektivnist' propahandy [Effectiveness of propaganda]*. Zaporizhzhya: Vyd-vo KPU [in Ukrainian].
- Taylor, P.M. (2003). *Munitions of the mind. A history of propaganda from the ancient world to the present day*. Manchester: Manchester University Press.
- Thomas, T.L. (1997). Russian information-psychological actions: implications for U.S. PSYOP. *Special Warfare*, 10(1), 12-19.
- Toffler, E. (2007). *Nova paradyhma vlady. Znannya, bahatstvo y syla [New paradigm of power. Knowledge, wealth and power]*. Kharkiv: Akta [in Ukrainian].
- Verholiyas, O. (2021). Pravove zabezpechennya spetsial'nykh informatsiynykh operatsiy [Legal provision of special information operations]. *Candidate's thesis*. Kyiv [in Ukrainian].
- Wojtasik, L. (1986). *Psychologia propagandy politycznej*. Warszawa: Państwowe Wydawn. Naukowe.
- Washington, 2015. URL: <https://www.gutenberg.org/files/48612/48612-h/48612-h.htm>
- Луман, Н. Поняття цілі і системна раціональність: щодо функції цілей у соціальних системах: пер. з нім. Київ: Дух і літера, 2011.
- Мак-Квейл, Д. Теорія масової комунікації: пер. з англ. Львів: Вид-во "Літопис", 2010.
- Mare A., Mabweazara H. M., Moyo D. "Fake News" and Cyber-Propaganda in Sub-Saharan Africa: Recentering the Research Agenda. *African Journalism Studies*, 2019. 40(4), 1-12. <https://doi.org/10.1080/23743670.2020.1788295>
- Martin L. J. Disinformation: An instrumentality in the propaganda arsenal. *Political Communication*. 1982. 2(1), 47-64. <https://doi.org/10.1080/10584609.1982.9962747>
- McLuhan M. *Understanding media: the extensions of man*. Cambridge: The MIT Press, 1994.
- Military propaganda. *Psychological warfare and operations*. New York: Praeger, 1982.
- Mitzen J. Anchoring Europe's civilizing identity: habits, capabilities and ontological security. *Journal of European Public Policy*, 2006. 13(2), 270-285.
- Moscovici, S. *The Age of the Crowd: A Historical Treatise on Mass Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press, 1985.
- Почепцов, Г. Сучасні інформаційні війни. Київ: Києво-Могилянська академія, 2015.
- Pratkanis A. R. Aronson E. *Age of propaganda: the everyday use and abuse of persuasion*. Santa Cruz: University of California, 2001.
- Seo H. Visual Propaganda in the Age of Social Media: An Empirical Analysis of Twitter Images During the 2012 Israeli-Hamas Conflict. *Visual Communication Quarterly*, 2014. 21(3), 150-161. <https://doi.org/10.1080/15551393.2014.955501>
- Shani G. Human Security as ontological security: a post-colonial approach. *Postcolonial Studies*, 2017. 20(3), 275-293. <https://doi.org/10.1080/13688790.2017.1378062>
- Скуленко, М. Ефективність пропаганди: монографія. Запоріжжя: Вид-во KPU, 2011.
- Taylor P.M. *Munitions of the mind. A history of propaganda from the ancient world to the present day*. Manchester: Manchester University Press, 2003.
- Thomas T. L. Russian information-psychological actions: implications for U.S. PSYOP. *Special Warfare*, 1997. 10(1), 12-19.
- Тоффлер, Е. Нова парадигма влади. Знання, багатство й сила. Харків: Акта, 2007.
- Верголяс, О. Правове забезпечення спеціальних інформаційних операцій: автореф. дис ... канд. юрид. наук: 12.00.07. Київ, 2020.
- Wojtasik L. *Psychologia propagandy politycznej*. Warszawa: Państwowe Wydawn. Naukowe, 1986.