

<https://doi.org/10.31861/mediaforum.2021.9.232-244>

УДК: 327.8:32.019.51

© Оксана Запорожець¹

ОПЕРАЦІЇ ВПЛИВУ: КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ВИМІР

232 — У статті розглянуто підходи сучасних дослідників до визначення терміну “операції впливу”. Показано, що дане поняття не має загальноприйнятого визначення, і розглядається або як загальний термін для позначення будь-якої діяльності акторів міжнародних відносин в інформаційному просторі, або як різновид інформаційних операцій, що виходять за рамки військових кампаній. Визначено такі характеристики операцій впливу як націленість на управління сприйняттям і поведінкою цільових аудиторій; високий рівень адаптивності до різних цільових аудиторій; синхронізація і координація дій в інформаційному та фізичному середовищах; поєднання “м’яких” і “жорстких”, легітимних і нелегітимних технологій впливу; участь як державних, так і недержавних агентів впливу; довготривалість; комплексність і варіативність алгоритмів реалізації тощо. Для уникнення подальшої термінологічної плутанини і враховуючи характеристики операцій впливу, доцільно розглядати операції впливу як сучасний різновид інформаційних операцій, які можуть проводитись постійно, з використанням інформаційних та комунікативних технологій, підкріплених широким спектром заходів у фізичному просторі.

Ключові слова: операції впливу, інформаційні операції, стратегічні комунікації.

Influence Operations: Conceptual Dimension

The article focuses on the meaning and features of influence operations. It is shown that this term does not have precise and widely accepted definition. The researchers tend to consider influence operations as general term for any activities of international actors in information environment, or as

¹ Кандидат політичних наук, доцент кафедри міжнародної інформації Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка. E-mail: oxanza@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-0784-9253>

a modern form of information operations that exceed military campaigns. The analysis of researchers' publications made it possible to highlight some features of influence operations. The core of influence operations is perception management. The success of such operations depends largely on understanding vulnerabilities and adaptation to the specifics of target audiences. One of key features of influence operations is synchronization and coordination of activities in information and physical environment. The idea is that communication activities should be reinforced by appropriate actions that also aim to affect perceptions, opinions, and behavior of target audiences and not to obtain advantages in physical environment. Influence operations are also characterized by the use of various combinations of "soft" and "hard", legitimate and partly legitimate influence techniques. The scenarios of influence operations are long lasting and may take different forms that involve the participation of state and non-state agents of influence. Influence operations cover all aspects of information operations and strategic communication, but they are used in more complicated and subtle way. So, it makes sense to regard influence operations as long-term and advanced form of information operations. The emergence of this term may mark the necessity to revise and update existing terminology in the field of information warfare, taking into account modern trends in the development of international relations.

233

Keywords: *influence operations, information operations, strategic communication.*

Постановка проблеми. Впродовж останніх років актуальною темою міжнародного порядку денного є операції впливу. Західні ЗМІ час від часу привертають увагу громадськості до операцій впливу РФ та Китаю. До даного питання також зростає увага науковців та експертів.

Термін «операції впливу» став поширеним поряд із такими поняттями як «інформаційні операції» та «стратегічні комунікації». Якщо визначення інформаційних операцій та стратегічних комунікацій закріплені в офіційних документах низки західних країн, то операції впливу є розмитим поняттям, яке використовується у різних контекстах і породжує різні трактування, що подекуди перетинаються із вже відомими термінами.

За цих умов закономірно виникають питання щодо того, як співвідносяться поняття «операції впливу», «інформаційні операції» та «стратегічні комунікації», чи охоплює це поняття значимі аспекти у

сфері інформаційного протиборства, що не знайшли відображення в інших термінах тощо.

Мета – систематизувати сучасні підходи до визначення «операції впливу» та визначити взаємозв'язок з поняттями «інформаційні операції», «стратегічні комунікації».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Операції впливу розглядаються здебільшого у публікаціях зарубіжних дослідників та експертів, серед яких – експерти американської корпорації RAND, Крістофер Пол, Роб Левінсон, Девід Ріген Марсія Фражо, Томас М. Сканзілло, Едвард М. Лопациєнські, Паскаль Брангетто, Маттіс А. Венендаал, Девід Таюрі, Еліс Томас, Наталі Томпсон та Алісія Ванлесс, Джеймс Пеммент, Говард Нотхафт, Генрік Агардх-Тветман, Алісія Фьялхед тощо. Серед вітчизняних дослідників операціям впливу присвячено низку публікацій професора Георгія Почепцова. У публікаціях дослідників основна увага приділена сутності та характерним рисам операцій впливу. Однак, на сьогодні залишається проблема чіткого розмежування існуючих термінів у сфері інформаційного протиборства. І публікації щодо сутності операцій впливу розкривають окремі характеристики цих операцій, але не вирішують загальної термінологічної проблеми.

Виклад основного матеріалу. У 2009 році фахівцями американської дослідницької корпорації RAND було опубліковано аналітичну доповідь під назвою «Основи ефективних операцій впливу». У даній роботі операції впливу визначено як «скоординоване, інтегроване і синхронізоване застосування національних дипломатичних, інформаційних, військових, економічних та інших можливостей у мирний час, у кризах, конфліктах і постконфліктних ситуаціях для заохочення ставлення, поведінки або рішень з боку іноземних цільових аудиторій, які є сприятливими для реалізації інтересів і цілей держави» (Larson et al., 2009).

Дане визначення є надто широким і по суті охоплює всю зовнішньополітичну діяльність держави. Однак, американські експерти конкретизують, що операції впливу складаються здебільшого з комунікаційних та інформаційних дій, для впливу на когнітивні, психологічні, мотиваційні, ідеологічні та моральні характеристики цільової аудиторії, але можуть бути підкріплені діями у фізичному просторі.

Відповідно, як зазначають експерти, термін «операції впливу» є практично синонімом стратегічних комунікацій, що в офіційних до-

кументах уряду США («Словник військових та пов'язаних термінів» Міністерства оборони США, документ Білого Дому «Національні рамки стратегічних комунікацій») визначаються як урядова діяльність, спрямована на взаємодію та залучення цільових аудиторій до формування сприятливих умов для просування державних інтересів та цілей. Для цього використовується широкий спектр скоординованих меседжів, програм і заходів, які реалізуються, зокрема, фахівцями зі зв'язків з громадськістю, публічної дипломатії та інформаційних операцій.

Водночас, розглядаючи змістовне наповнення операцій впливу, фахівці RAND прописують стратегічні комунікації як один з компонентів цих операцій поряд зі зв'язками з громадськістю, інформаційними операціями, PR-складовою цивільно-військових операцій. Такий підхід створює певну плутанину у термінології.

Фахівці RAND також зазначають, що операції впливу охоплюють військові та цивільні заходи, в тому числі інформаційну діяльність, яка не відноситься до сфери повноважень Міністерства оборони, таку як дипломатична діяльність зовнішньополітичного відомства та діяльність розвідувальних служб (Larson et al., 2009).

Згідно з поглядами фахівців RAND, в операціях впливу значна увага приділяється роз'ясненню та використанню реальних дій, створюючи для них позитивний контекст і тим самим зміцнюючи довіру аудиторії, чи протидіючи заявам опонентів про такі дії фактичною інформацією. Мова йде про переконання окремих осіб або спільнот в тому, що певна дія (або бездіяльність) відповідає їх інтересам. Крім того, в операціях впливу важливо діяти до того, як супротивник ухвалить ключові рішення.

Експерти RAND вважають, що операції впливу під час кризи можуть бути спрямовані на переконання супротивника і стримування ескалації ситуації, під час військових кампаній – на припинення війни на вигідних умовах, а під час операцій зі стабілізації – на відновлення стабільної післявоєнної політичної рівноваги.

Фактично експерти RAND просувають ідею про те, що у сучасних реаліях виникла необхідність комплексного використання державами усіх наявних технологій впливу та формування ефективної системи координації дій різних державних структур для успішної реалізації державних інтересів і цілей.

На офіційному рівні термін «операції впливу» згадується у Доктрині інформаційних операцій ВПС США (AFDD 3-13), в якій це поняття розглядається як один з трьох типів інформаційних операцій (інші два типи – радіоелектронна боротьба та комп'ютерні мережеві операції). Згідно з Доктриною, операції впливу включають психологічні операції, військовий обман, операції безпеки, контррозвідку, зв'язки з громадськістю, контрпропагандистські операції і допоміжні дії, включаючи фізичний напад. Операції впливу є найбільш успішними завдяки поєднанню кінетичних і некінетичних можливостей, націлених на формування чи зміну сприйняття і поведінки лідерів, окремих груп або населення супротивника загалом (Larson et al., 2009).

Томас М. Сканзілло, Едвард М. Лопациєнські (Scanzillo, Lopacienski, 2015) відзначають, що у визначенні експертів корпорації RAND акцент зроблено на стратегічному рівні, і при цьому ігнорується роль операцій впливу на оперативному і тактичному рівнях .

236

— Дослідники зазначають, що операції впливу включають фізичні і нефізичні методи переконання та мають проактивний характер. На локальному рівні такі операції здатні сформувати сприятливе операційне середовище для досягнення державних цілей.

На прикладі антитерористичних операцій впливу Оперативної групи спеціальних операцій на Філіппінах (Joint Special Operations Task Force – Philippines) дослідники показують, що у таких операціях критичне значення має розуміння обстановки і цільових аудиторій, робота з аудиторіями на місцях, підтвердження слів конкретними діями, узгодженість дій усіх задіяних підрозділів.

Оперативна група на Філіппінах проводила тренінги для місцевих поліцейських, реалізувала програми допомоги нужденним верствам населення, поширювала важливу для населення інформацію через доступні канали комунікації, розвивала діалог з місцевим населенням. Одночасно вживались заходи щодо внесення розколу у ряди повстанців, у ЗМІ поширювалась інформація про їх злочинні дії.

Загалом, на думку дослідників, інформаційні операції варто перейменувати на операції впливу.

Вартим уваги є визначення Крістофера Пола (Paul, 2008) операцій впливу як завчасно спланованої та синхронізованої серії заходів, націлених на створення бажаної поведінки у супротивника шляхом прямого чи опосередкованого впливу, загрози чи фактичного вико-

ристання військової могутності та можливостей держави для досягнення переваги чи бажаної кінцевої мети. Дослідник підкреслює, що операції впливу призначені для впливу на поведінку цільової аудиторії, а не для досягнення військових цілей.

Цю думку розвинули інші дослідники – Роб Левінсон, Девід Ріген та Марсія Фразо у праці «Історія впливу у боротьбі з повстанцями» (Levinson, Frazho, Regan, 2011). Вони відзначили, що кінетичні дії можуть вважатись частиною операцій впливу, якщо їхня мета полягає у поширенні повідомлення для аудиторії, а не просто у тому, щоб послабити можливості супротивника чи захопити територію. Відповідно операції впливу мають оцінюватись за досягнутими цілями, а не використаними засобами.

Паскаль Брангетто і Маттіс А. Венендаал (Brangetto, Veenendaal, 2018) вважають, що операції впливу – загальний термін для позначення усіх операцій в інформаційній сфері, включаючи діяльність у сфері м'якої сили.

На їхню думку, операції впливу передбачають використання не-військових [некінетичних] засобів ослаблення сили волі противника, заплутування і обмеження його у процесі прийняття рішень, а також підриву його громадської підтримки, щоб перемога могла бути досягнута без єдиного пострілу. Вони включають всі зусилля, що вживаються державами або будь-якими іншими групами, щоби вплинути на поведінку цільової аудиторії у мирний час або під час збройного конфлікту. Операції впливу не обмежуються застосуванням м'якої сили, і можуть включати таємні і інтрузивні дії, зокрема під час збройного конфлікту або військової кампанії.

Дослідники вважають, що операції впливу є ширшим поняттям, ніж інформаційні операції, які проводяться в рамках військових кампаній. До операцій впливу відносяться стратегічні комунікації, пропагандистська діяльність, дезінформаційні кампанії тощо.

Девід Таюрі (Taouqi, 2020) відмічає, що операції впливу можуть мати різні цілі та наслідки. У мирний час метою операцій впливу може бути просування бажаних ідей або спрямування груп населення у бажаному напрямку. Під час конфлікту або війни мета операцій впливу може полягати у тому, щоб викликати антиурядові дискусії, налаштувати громадську думку проти дій уряду, підірвати суспільну мораль (наприклад, створивши почуття незахищеності через дії уряду) тощо.

Операції впливу можуть бути націлені на широку публіку або на конкретну аудиторію (зокрема, за допомогою соціальних мереж). Операції впливу, націлені на широку аудиторію, включатимуть загальні твердження, які будуть мати мінімальний вплив на мікрорівні, але все ж можуть досягти бажаного ефекту на макрорівні. Операції впливу, націлені на конкретну аудиторію, будуть використовувати твердження, адаптовані до цієї аудиторії, щоб бути більш ефективними.

На думку експертів організації The Intelligence and National Security Alliance, операції впливу є формами інформаційних операцій, метою яких є вплив на процес прийняття рішень супротивником (INSA, 2018). Операції впливу націлені на групи або окремих осіб з повідомленнями, які апелюють до переконань, забобонів і світогляду аудиторії, з метою формування бажаної громадської думки.

238 — У своєму дослідженні Еліс Томас, Наталі Томпсон та Алісія Ванлесс (Thomas, Thompson, Wanless, 2020) дійшли висновку, що операції впливу не піддаються звичайній класифікації, оскільки часто не вписуються в існуючі політичні та законодавчі рамки. Операції впливу реалізуються у складному середовищі, де кордони розмиті, а мотивація учасників є різною/змішаною, що ускладнює застосування правових норм.

Як зазначають дослідниці, агенти впливу знають, як обійти існуючі правила так, щоб їхня діяльність явно не суперечила політичним та правовим нормам. Фактично вони діють на межі допустимого.

Шведські дослідники з Лундського університету розглядають операції (інформаційного) впливу як скоординовані дії зарубіжного суб'єкта, націлені на здійснення впливу на політичні рішення та громадську думку іншої країни, що можуть негативно позначитись на суверенітеті, безпеці та інших інтересах країни-об'єкта впливу. Основною характеристикою таких операцій є їх нелегітимність, оскільки вони вводять в оману громадськість, мімікуючи під легітимні способи і методи формування громадської думки, використовують вразливості суспільства та порушують правила конструктивних і відкритих дебатів (Pamment, Nothhaft, Agardh-Twetman, Fjallhed, 2018).

В операціях впливу використовуються три основні типи наративів: конструктивні (поширення наративу стосовно того чи іншого питання/проблеми, що доповнює існуючі наративи), деструктивні (підрив довіри до існуючого наративу шляхом актуалізації спірних

суспільних питань) та відволікаючи (відвернення уваги від важливих проблем за допомогою гумору, мемів та конспірологічних теорій).

Дослідниками виокремлено низку методів інформаційного впливу: когнітивне хакерство, соціальне хакерство, парасоціальне хакерство, дезінформація і фейки, «Потьомкінські села», фальшиві особистості, ботнети і тролінг, меми тощо.

Когнітивне хакерство проводиться з наміром таємно вплинути на аудиторію і не вимагає чіткого нарративу. Прикладом такого хакерства може бути поширення компрометуючої інформації про політика напередодні виборів, коли політик вже не має можливості відповісти на такий закид.

Когнітивне хакерство реалізується у двох формах: соціокогнітивне хакерство, націлене на експлуатацію когнітивних уразливостей індивіда у соціумі, та психографічне хакерство, націлене на окремих індивідів. У першому випадку відбувається активізація тригерів, що викликають сильні емоції. У другому випадку має місце ізоляція індивідів за допомогою соціальних медіа.

239

Соціальне хакерство націлене на використання уразливостей, породжених племінною природою та схильністю людей до конформізму. До таких уразливостей відноситься схильність приймати на віру те, у що вірять інші; прагнення приєднатись до більшості; схильність шукати і сприймати інформацію, яка відповідає їхнім переконанням (у соціальних мережах – ефект «інформаційної бульбашки»).

Парасоціальне хакерство передбачає експлуатацію парасоціальних (тобто ілюзорних) відносин, які виникають, коли люди сприймають односторонні відносини як двосторонні. Завдяки соціальним мережам кожен індивід може налагодити парасоціальні відносини та обмінюватись інформацією з незнайомцями, знаменитостями і особами, які приймають рішення. Дана технологія може реалізуватись у таких варіантах, як формування відносин між інфлюенсером або пропагандистами, які прикидаються звичайними користувачами, і цільовою аудиторією та створення віртуальної мережі друзів.

Технологія «Потьомкінські села» передбачає створення складних інституційних мереж, що контролюються та використовуються агентами впливу для просування і посилення конкретних нарративів. До «Потьомкінських сел» можна віднести незаконні або фальшиві дослідження, (онлайн) журнали, НУО або аналітичні центри, які публікують інформаційно-аналітичні матеріали з різної тематики тощо.

Дезінформація може використовуватися для побудови нових або альтернативних наративів, або підтримки конкретних існуючих наративів шляхом легітимації неправдивої інформації чи доказів, або шляхом заміни певних частин реальних історій помилковою, але переконливою інформацією, а також для створення «інформаційного шуму», що ускладнює пошук достовірної інформації.

Український дослідник Георгій Почепцов (Почепцов, 2011, 2017), характеризуючи операції впливу, виокремив декілька специфічних рис. По-перше, операції впливу відбуваються у такому форматі, що об'єкт впливу не сприймає це як цілеспрямований вплив. По-друге, на відміну від інформаційних операцій, котрі жорстко програмують поведінку, операції впливу діють «м'якими» методами, надаючи аудиторії вибір (або створюючи ілюзію вибору). По-третє, операції впливу мають довгострокові цілі та не прив'язані до трансформації фізичного простору. По-четверте, операції впливу мають дифузний характер та можуть бути націлені як на утримання існуючої картини світу, так і на її зміну.

240

— **Висновки.** Таким чином, термін «операції впливу» не має загальноприйнятого визначення. Підходи дослідників до визначення даного терміну можна розділити на дві категорії: операції впливу – загальний термін для позначення будь-яких дій акторів міжнародних відносин в інформаційному просторі; операції впливу – різновид інформаційних операцій, що не обмежуються військовими кампаніями.

Аналіз наукових публікацій щодо сутності операцій впливу дає змогу виокремити їх основні характеристики.

Ядром операцій впливу є психологічний вплив для управління сприйняттям та поведінкою цільових аудиторій. Відповідно центральним елементом операцій впливу є наративи, максимально адаптовані до цільових аудиторій.

В операціях впливу некінетичні (інформаційні) способи і методи впливу на цільові аудиторії підкріплюються діями у фізичному просторі. При цьому кінетичні засоби так само розглядаються як один із способів психологічного впливу на цільові аудиторії, що підсилює ефект інформаційних заходів. Важливим є також синхронізація і чітка координація дій в інформаційному та фізичному просторах.

В операціях впливу поєднуються «жорсткі» та «м'які» технології впливу. Фактично операції впливу є своєрідним міксом маніпуля-

тивних методів та фактичної і достовірної інформації, яка викликає довіру цільових аудиторій.

Операції впливу реалізуються як у воєнний, так і у мирний час, та можуть мати як конструктивні, так і деструктивні цілі.

В операціях впливу можуть бути задіяні як державні структури, так і недержавні агенти впливу, що робить такий вплив більш дифузним і опосередкованим.

Отже, в операціях впливу використовується весь інструментарій інформаційних операцій. Однак, якщо інформаційні операції, зазвичай, мають більш менш чіткі часові рамки, то операції впливу розраховані на довгострокову перспективу і можуть проводитись безперервно.

Якщо інформаційні операції націлені на порушення процесу прийняття рішень супротивником, то операції впливу діють на випередження, до того як супротивник ухвалить рішення.

На відміну від інформаційних операцій, націлених на ворожу інформацію та інформаційні системи (за визначенням в офіційних документах США), і передбачають наявність або створення ситуації конфлікту і формування образу ворога, в операціях впливу дихотомія «свій-чужий», «добро-зло», «біле-чорне» стає розпливчатою: явного конфлікту та ворога може не бути, «свій» може виявитись «чужим» і т.д.

Важливу роль в операціях впливу відіграють стратегічні комунікації, які забезпечують системність комунікації, сприяють встановленню довгострокових і довірчих відносин з цільовими аудиторіями з урахуванням їх специфіки, потреб та інтересів. По суті стратегічні комунікації в рамках операцій впливу є реалізацією «м'якого» впливу у формі зв'язків з громадськістю та публічної дипломатії, що дають змогу сформуванню привабливий імідж суб'єктів/агентів впливу, поєднуючи поширення наративів з конкретними діями у фізичному просторі, котрі зокрема викликають позитивний відгук у цільових аудиторіях.

Операції впливу видаються більш складними і комплексними за своєю структурою, способами і формами реалізації. В операціях впливу можливі численні комбінації різних способів і методів впливу на цільові аудиторії, що виходять за рамки «традиційних» алгоритмів і сценаріїв.

Операції впливу можна вважати сучасним різновидом інформаційних операцій, які не обмежуються конфліктами і війнами, а проводяться постійно, з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, відрізняються гнучкістю, варіативністю способів і методів впливу на цільові аудиторії, високим рівнем адаптивності до обстановки, множинністю ефектів тощо.

Загалом, поява терміну «операції впливу», скоріше за все, свідчить про нагальну потребу у перегляді та оновленні існуючої термінології у сфері інформаційного протистояння/війн, враховуючи нові тенденції розвитку міжнародних відносин та значний вплив інформаційно-комунікаційних технологій на всі сфери життєдіяльності суспільства і держави.

Джерела та література:

1. Brangetto, Pascal, Veenendaal, Matthijs A. 2018. Influence Cyber Operations: The Use of Cyberattacks in Support of Influence Operations/ *242* <https://ccdcoe.org/uploads/2018/10/Art-08-Influence-Cyber-Operations-The-Use-of-Cyberattacks-in-Support-of-Influence-Operations.pdf>
2. Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms. 2010 / https://irp.fas.org/doddir/dod/jp1_02.pdf
3. Getting Ahead of Foreign Influence Operations. INSA, 2018/ <https://www.insaonline.org/wp-content/uploads/2018/05/INSA-Position-Paper-Influence-Operations-May-2018.pdf>
4. Larson, Eric V., Darilek, Richard E., Gibran, Daniel, Nichiporuk, Brian, Richardson, Amy, Schwartz, Lowell and Thurston, Cathryn Quantic. 2009. Foundations of Effective Influence Operations: A Framework for Enhancing Army Capabilities /<https://www.rand.org/pubs/monographs/MG654.html>
5. Levinson, Rob, Frazho, Marcia and Regan, David. 2011. The History of Influence in Counterinsurgency. McLean, Virginia: Booz Allen Hamilton.
6. National Framework for Strategic Communication. White House. Washington, DC. 2010 /<https://www.hsdl.org/?view&did=27301>
7. Pamment, James, Nothhaft, Howard, Agardh-Twetman, Henrik and Fjallhed, Alicia. 2018. Countering Information Influence Activities: The State of the Art/ <https://www.msb.se/RibData/Filer/pdf/28697.pdf>
8. Paul, Christopher. 2008. Information Operations: Doctrine and Practice: a Reference Handbook. Westport, Conn.: Praeger.

9. Scanzillo, Thomas M. and Lopacienski, Edward M. 2015. Influence operations and the human domain. Case study. Newport, RI: US Naval War College, Center on Irregular Warfare and Armed Groups. <https://www.hsdl.org/?view&did=814708>

10. Tayouri, David. 2020. “The Secret War of Cyber Influence Operations and How to Identify Them”. *Cyber, Intelligence, and Security*. 4 (1): 3-9.

11. Thomas, Elise, Thompson, Natalie and Wanless, Alicia. 2020. The Challenges of Countering Influence Operations /<https://carnegieendowment.org/2020/06/10/challenges-of-countering-influence-operations-pub-82031>

12. Почепцов, Георгий. 2011. Операции влияния: современные представления военных и учёных/https://ms.detector.media/ethics/manipulation/operatsii_vliyaniya_sovremennye_predstavleniya_voennykh_i_uchenykh/

13. Почепцов, Георгий. 2017. Операции влияния вдали и вблизи / https://ms.detector.media/trends/1411978127/operatsii_vliyaniya_vdali_i_vblizi/ 243

References:

1. Brangetto, Pascal, Veenendaal, Matthijs A. 2018. Influence Cyber Operations: The Use of Cyberattacks in Support of Influence Operations/ <https://ccdcoe.org/uploads/2018/10/Art-08-Influence-Cyber-Operations-The-Use-of-Cyberattacks-in-Support-of-Influence-Operations.pdf>

2. Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms. 2010 / https://irp.fas.org/doddir/dod/jp1_02.pdf

3. Getting Ahead of Foreign Influence Operations. INSA, 2018/ <https://www.insaonline.org/wp-content/uploads/2018/05/INSA-Position-Paper-Influence-Operations-May-2018.pdf>

4. Larson, Eric V., Darilek, Richard E., Gibran, Daniel, Nichiporuk, Brian, Richardson, Amy, Schwartz, Lowell and Thurston, Cathryn Quantic. 2009. Foundations of Effective Influence Operations: A Framework for Enhancing Army Capabilities /<https://www.rand.org/pubs/monographs/MG654.html>

5. Levinson, Rob, Frazho, Marcia and Regan, David. 2011. The History of Influence in Counterinsurgency. McLean, Virginia: Booz Allen Hamilton.

6. National Framework for Strategic Communication. White House. Washington, DC. 2010 /<https://www.hsdl.org/?view&did=27301>

7. Pamment, James, Nothhaft, Howard, Agardh-Twetman, Henrik and Fjallhed, Alicia. 2018. Countering Information Influence Activities: The State of the Art/ <https://www.msb.se/RibData/Filer/pdf/28697.pdf>

8. Paul, Christopher. 2008. Information Operations: Doctrine and Practice: a Reference Handbook. Westport, Conn.: Praeger.

9. Scanzillo, Thomas M. and Lopacienski, Edward M. 2015. Influence operations and the human domain. Case study. Newport, RI: US Naval War College, Center on Irregular Warfare and Armed Groups. <https://www.hsdl.org/?view&did=814708>

10. Tayouri, David. 2020. “The Secret War of Cyber Influence Operations and How to Identify Them”. *Cyber, Intelligence, and Security*. 4 (1): 3-9.

11. Thomas, Elise, Thompson, Natalie and Wanless, Alicia. 2020. The Challenges of Countering Influence Operations /<https://carnegieendowment.org/2020/06/10/challenges-of-countering-influence-operations-pub-82031>

12. Pohepcov, Georgij. 2011. Operacii vliyanija: sovremennye predstavleniya voennyh i uchyonyh/ https://ms.detector.media/ethics/manipulation/operatsii_vliyanija_sovremennye_predstavleniya_voennykh_i_uchenykh/

13. Pohepcov, Georgij. 2017. Operacii vliyanija vdali i vblizi / https://ms.detector.media/trends/1411978127/operatsii_vliyanija_vdali_i_vblizi/