

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

**Факультет історії, політології та міжнародних відносин
Кафедра міжнародних відносин та суспільних комунікацій**

**ІНФОРМАЦІЙНІ ОПЕРАЦІЇ США У ВІЙНАХ ПРОТИ ІРАКУ 1990-
2011 РР.: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ**

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Виконала:

студентка 6 курсу, 603 групи

Рошка Юліанна Юліанівна

Керівник:

кандидатка політичних наук,

доцентка **Макух-Федоркова І.І.**

До захисту допущено

на засіданні кафедри

протокол №_____ від _____ 2025 р.

Зав. кафедрою _____ проф. Макар В.Ю.

Чернівці – 2025

Анотація

У кваліфікаційній роботі здійснено порівняльний аналіз інформаційних операцій США у війнах проти Іраку 1990-2011 рр. Досліджено еволюцію стратегій та тактик інформаційно-психологічного впливу, їх роль у легітимації воєнних дій і формуванні суспільної думки. Виокремлено ключові наративи, риторичні прийоми та медійні інструменти, що використовувалися для внутрішньої та міжнародної аудиторії. Окреслено практичне значення досвіду США для сучасних гібридних конфліктів та інформаційної безпеки України.

Ключові слова: *інформаційні операції, США, Ірак, пропаганда, стратегічні комунікації, гібридна війна, психологічний вплив, медіа, наративи.*

Summary

In the qualification thesis, a comparative analysis is provided of U.S. information operations in the wars against Iraq from 1990 to 2011. It examines the transformation of strategies and tactics of information and psychological influence, their role in legitimizing military actions, and shaping public opinion. The study analyzes key narratives, manipulative techniques, and media resources targeting domestic and international audiences. The practical significance of the U.S. experience is outlined for countering modern hybrid threats and strengthening Ukraine's information security.

Keywords: *information operations, USA, Iraq, propaganda, strategic communications, hybrid war, psychological influence, media, narratives.*

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____Ю.Ю. Рошка
(підпис)

Заява

(Студент,-ка)

Номер студентської книжки: _____

Я заявляю, що наукова робота:

Була підготовлена виключно мною, * і:

А. Не порушує авторські права третіх осіб у відповідність із законом про авторське право.

Б. Повністю або частково була використана в якості основи для отримання диплому про вищу освіту або наукового ступеня мною чи іншою особою.

1) Крім того, я заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи збігається з друкованою.

Даною заявою я підтверджую, що був, (-ла) проінформований, (-а) про права та обов'язки студента,(-ки) Університету, про правила, що стосуються перевірки оригінальності наукових робіт. Тому я заявляю, що я згоден,(-на) на обробку моїх письмових робіт у відповідності з антиплагіатними процедурами Університету, а також на архівування цих робіт в базі даних інтернет системи Turnitin Similarity згідно з антиплагіатними правилами і процедурами Університету.

Я також свідомий, (-ма) того, що у випадку, якщо робота написана мною, за рішенням Комісії університету буде містити факти, які суперечать умовам зазначеним у цій заяві, або, якщо коефіцієнти виходять за межі гранично допустимих норм (згідно **Додатку 2**), робота буде повернута на доопрацювання.

Дата

Підпис

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ У СУЧАСНИХ ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТАХ	9
1.1. Теоретико-методологічні засади аналізу інструментів та методів інформаційних операцій у військових стратегіях США XX-XXI століття	9
1.2. Джерельна база дослідження	17
Висновки до 1-го розділу	24
РОЗДІЛ 2 ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ США ТА ЇХ СОЮЗНИКІВ ПРОТИ ІРАКУ 1990-1998 РР.	26
2.1. Передумови застосування інформаційних операцій у війні 1990-1991 рр.	26
2.2. Інформаційно-психологічні впливи при проведенні операції «Щит в пустелі», «Буря в пустелі», «Лис в пустелі»	33
2.3. Еволюція американської громадської думки щодо війни проти Іраку (серпень 1990-1998 рр.)	45
Висновки до 2-го розділу	52
РОЗДІЛ 3 ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ У ДРУГІЙ ВІЙНІ США ПРОТИ ІРАКУ (2003-2011 РР.)	54
3.1. Друга війна США проти Іраку (2003 р.): причини застосування військової сили і наслідки	54
3.2. Операція США і їх союзників «Іракська свобода» («Шок і трепет») в Іраку в 2003 р.	60
3.3. Еволюція американської громадської думки щодо війни Іраку (2003-2011 рр.)	69
Висновки до 3-го розділу	75
РОЗДІЛ 4 ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ США У ВІЙНАХ 1990-1991 ТА 2003-2011 РР.	77
4.1. Спільні та відмінні риси у підходах до інформаційних операцій США у війнах проти Іраку	77
4.2. Вплив інформаційних операцій на громадську думку в США, Іраку та світі	83
Висновки до 4-го розділу	88
ВИСНОВКИ	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	93
ДОДАТКИ	107
SUMMARY	113

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасна міжнародна безпекова ситуація характеризується зростанням ролі інформаційного виміру у воєнних конфліктах. Перемога дедалі більше залежить не лише від традиційної військової сили, а й від здатності держави контролювати інформаційний простір, формувати потрібні наративи та впливати на суспільну свідомість як власного населення, так і міжнародної спільноти. Війни США проти Іраку 1990-2011 рр. стали яскравим прикладом комплексного застосування інформаційних операцій, які інтегрували медіа, психологічний вплив, дипломатію та кіберкомпоненти, започаткувавши нову еру інформаційного забезпечення воєнних дій.

Перша війна в Перській затоці (1990-1991) стала полігоном для випробування можливостей глобальних медіа у створенні сприятливого образу коаліційних сил та делегітимації іракського режиму. Уперше на такому рівні було продемонстровано ефективність синхронізації дипломатичних, військових та інформаційних інструментів. При цьому застосовувалися психологічний тиск на іракських військових, маніпулятивні технології у висвітленні бойових дій, формувалося уявлення про «чисту війну», що мінімізує жертви серед цивільних. Цей досвід став основою для вдосконалення інформаційних операцій у подальших конфліктах.

Війна 2003 р. та подальша присутність США в Іраку до 2011 р. продемонстрували новий рівень інтеграції інформаційно-психологічних технологій. Якщо у 1991 р. кампанії мали переважно зовнішньополітичне спрямування, то у 2000-х значна увага приділялася впливу на іракське суспільство, протидії антиамериканським настроям та боротьбі з радикальною пропагандою. Використовувалися стратегічні комунікації, мережеві операції, інформаційні кампанії в медіа та соціальних мережах. Одночасно зросла роль недержавних акторів, зокрема терористичних організацій, які активно застосовували власні канали комунікації, що перетворило інформаційний простір на ключове поле протистояння.

Порівняльний аналіз інформаційних операцій США проти Іраку дозволяє простежити еволюцію від використання традиційних ЗМІ до комплексних стратегічних наративів та новітніх технологій впливу. Він дає змогу виявити сильні та слабкі сторони американської стратегії, зрозуміти причини її ефективності чи обмеженості та оцінити наслідки для регіональної й глобальної безпеки.

Актуальність теми посилюється тим, що досвід США в Іраку став підґрунтям сучасних підходів до гібридних воєн та інформаційних стратегій. У контексті нинішніх загроз, пов'язаних із дезінформацією, кібератаками і психологічним тиском, аналіз цих прецедентів має значне практичне значення для вироблення ефективних механізмів протидії. Для України, яка перебуває у стані війни та стикається з масштабними інформаційними атаками, вивчення американського досвіду дозволяє краще зрозуміти природу інформаційних воєн, адаптувати зарубіжні практики та посилити власну стратегію інформаційної безпеки.

Отже, дослідження інформаційних операцій США у війнах проти Іраку 1990-2011 рр. є актуальним як з наукової, так і з практичної точки зору. Воно поєднує аналіз історичного досвіду з оцінкою сучасних викликів, сприяє розумінню ролі інформаційного чинника у збройних конфліктах та формує підґрунтя для розробки ефективних стратегій комунікацій і безпеки в умовах глобальної нестабільності.

Метою дослідження є комплексний аналіз інформаційних операцій США у війнах проти Іраку 1990-2011 рр., виявлення їхньої еволюції, специфіки та впливу на перебіг воєнних дій і громадську думку.

Завдання дослідження:

В процесі дослідження вирішувалися наступні завдання:

- Визначити теоретичні засади та інструменти інформаційних операцій США кінця XX - початку XXI ст., охарактеризувати джерельну базу.

- Дослідити інформаційно-психологічні впливи США у війні 1990-1991 рр. та простежити трансформацію громадської думки у 1990-1998 рр.
- Проаналізувати особливості інформаційних операцій у війні 2003-2011 рр. та їхній вплив на американське суспільство.
- Провести порівняльний аналіз інформаційних кампаній США у війнах 1990-1991 та 2003-2011 рр., визначивши спільні й відмінні риси.
- Обґрунтувати значення досвіду США для розуміння специфіки сучасних конфліктів та можливостей його застосування в умовах глобальних загроз безпеці.

Об'єктом дослідження є інформаційні операції як складова воєнних стратегій США кінця XX-початку XXI століття.

Предметом дослідження є інформаційні операції США у війнах проти Іраку 1990-2011 рр., їхні цілі, засоби, особливості реалізації та вплив на громадську думку у США, Іраку та міжнародній спільноті.

Хронологічні межі дослідження охоплюють період з 1990 р. по 2011 рр. Нижня межа охоплює 1990 р., коли розпочалася Перша війна в Перській затоці та було задіяно широкомасштабні інформаційно-психологічні операції США проти Іраку. Верхня межа визначається 2011 р., коли Сполучені Штати завершили виведення своїх військ з Іраку, що фактично означало завершення активної фази їхніх інформаційних кампаній у цьому конфлікті.

Методи дослідження

У процесі дослідження теми було застосовано принципи всебічного аналізу фактів і явищ, об'єктивності та системності. Водночас використання хронологічної та логічної послідовності у відповідному історичному контексті дало змогу забезпечити цілісність викладу та уникнути упереджених оцінок подій досліджуваного періоду.

Для дослідження теми «Інформаційні операції США у війнах проти Іраку 1990-2011 рр.: порівняльний аналіз» застосовується комплекс методів,

що поєднує історико-політологічний та комунікативний підходи. Насамперед використовується історико-порівняльний метод для виявлення спільних і відмінних рис у стратегіях і тактиках інформаційних операцій у двох війнах, що дозволяє оцінити ступінь їхньої трансформації під впливом змін міжнародного безпекового середовища та розвитку технологій масових комунікацій. Метод контент-аналізу застосовувався для систематичного вивчення офіційних документів США, матеріалів медіа, виступів політичних і військових лідерів, що допомагає виявити ключові наративи, маніпулятивні техніки та домінантні образи ворога. Дискурс-аналіз спрямований на дослідження риторичних прийомів і мовних стратегій, які формували легітимність воєнних дій та створювали суспільну підтримку у внутрішній і міжнародній аудиторії. Метод системного аналізу дозволяє розглядати інформаційні операції як складову ширшої воєнно-політичної стратегії США, що поєднує військові, дипломатичні та медійні інструменти. Для підвищення достовірності висновків використовується метод джерелознавчої критики, що дає можливість зіставити офіційні заяви, медійні повідомлення та наукові інтерпретації. Нарешті, елементи прогностичного методу застосовуються з метою оцінки актуальності досвіду США для сучасних воєн і гібридних конфліктів, зокрема в контексті розвитку інформаційно-психологічних операцій у XXI столітті.

Практичне значення проблеми дослідження полягає у можливості використання отриманих результатів для вдосконалення сучасних підходів до аналізу та протидії інформаційним операціям у воєнно-політичних конфліктах. Вивчення досвіду США у війнах проти Іраку 1990-2011 рр. дозволяє не лише глибше зрозуміти механізми організації та реалізації інформаційно-психологічних впливів, але й виробити рекомендації для формування ефективних комунікаційних стратегій у сучасних умовах гібридної війни. Результати дослідження можуть бути застосовані у практичній діяльності державних структур, що відповідають за інформаційну безпеку, у військовій сфері для підвищення ефективності стратегічних

комунікацій, а також у діяльності медіа та громадських організацій, які займаються протидією дезінформації. Крім того, напрацювання можуть слугувати базою для освітніх програм з міжнародних відносин, безпекознавства та комунікаційних студій, сприяючи підготовці фахівців, здатних аналізувати та нейтралізувати сучасні інформаційні загрози.

Апробація результатів дослідження

Основні положення та результати даного дослідження доповідалися на XIX Міжнародній науково-практичній конференції студентів та молодих вчених «Актуальні проблеми зовнішньої політики України». Рошка Ю.Ю. Стратегії інформаційно-психологічного впливу США у військових компаніях проти Іраку (1990-1998 рр.) / *Актуальні проблеми зовнішньої політики України. Матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених*, Чернівці. 3 грудня 2025 р. С. 290-293.

Структура роботи

Структурно робота відповідає поставленій меті і завданням та складається з вступу, чотирьох розділів, поділених на 10 підрозділів, висновків, додатків, списку використаних джерел та літератури, анотації англійською мовою.

Список використаних джерел та літератури налічує 127 позицій. Загальний обсяг роботи складає 116 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ У СУЧАСНИХ ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТАХ

1.1 Теоретико-методологічні засади аналізу інструментів та методів інформаційних операцій у військових стратегіях США XX-XXI століття

Інформаційні операції як складова сучасних воєнних стратегій сформувалися на стику військової науки, психології та комунікаційних досліджень. У другій половині XX ст. провідні держави, передусім США, почали усвідомлювати, що результат війни визначається не лише фізичним знищенням військових ресурсів противника, а й здатністю впливати на його свідомість, волю до опору та міжнародну легітимність. Теоретичне підґрунтя цього процесу розроблялося у працях із військової стратегії, зокрема у концепції «революції у військових справах», де інформація визначалася як стратегічний ресурс, а контроль над нею – як ключ до перемоги [108].

На теоретичному рівні інформаційні операції розглядаються як комплекс дій, спрямованих на управління інформаційним середовищем, створення вигідних наративів та підрив морального стану противника. Американська військова доктрина трактує їх як поєднання психологічних операцій, кіберзаходів, стратегічних комунікацій, а також інформаційного забезпечення військових дій [109]. У сучасних конфліктах, де пряма перемога часто є утрудненою через політичні чи міжнародні обмеження, значення цих інструментів різко зросло.

З практичного боку, досвід США у XX-XXI ст. дозволяє виявити еволюцію методів інформаційних операцій. У війні в Перській затоці (1990–1991 рр.) основу складали централізовані кампанії з контролю над медіа. Такі інструменти, як «пулінг» журналістів, ретельно контрольовані брифінги Пентагону та широке використання телевізійних каналів CNN, створювали картину «чистої» війни, майже позбавленої людських втрат [110]. Теоретично це узгоджувалося з моделлю «ефекту CNN», коли медіа ставали не лише

каналом поширення інформації, а й інструментом формування політичних рішень.

У 2003-2011 рр. у війні проти Іраку спостерігався перехід до більш гнучких і багатошарових інструментів інформаційного впливу. По-перше, США активно застосовували практику *embedded journalism* – інтеграції журналістів у військові підрозділи. Такий підхід дозволяв формувати «керовану прозорість»: з одного боку, журналісти отримували унікальний доступ до бойових дій і могли транслявати події у режимі реального часу, з іншого – їхня залежність від військових створювала ефект лояльності та співпричетності. В результаті формувався наратив «спільного досвіду», який підсилював позитивне висвітлення американських дій та мінімізував увагу до жертв серед мирного населення чи критичних моментів операції [111]. У перспективі це сприяло легітимації військової кампанії в очах західної аудиторії.

По-друге, у стратегіях США зросла роль приватних підрядників на кшталт *Rendon Group* чи *Lincoln Group*, які виконували функції з підготовки й поширення інформаційних матеріалів, орієнтованих насамперед на місцеві іракські медіа. Вони спеціалізувалися на створенні новинних повідомлень, статей і навіть «зрежисованих» сюжетів, що мали на меті сформувати у місцевого населення образ США як визволителя та делегітимізувати іракський режим. Така практика уособлювала процес «приватизації війни», коли інформаційний компонент виходив за межі виключно державних структур і ставав сферою діяльності комерційних акторів [112]. Це відкривало нові можливості для гнучкості та оперативності інформаційних кампаній, але водночас породжувало дискусії про етичні стандарти, прозорість та відповідальність за подібні дії.

Крім того, в іракській кампанії активно поєднувалися традиційні та новітні канали впливу: від розповсюдження друкованих листівок і радіопередач до використання Інтернету й мобільних комунікацій для поширення меседжів. Це свідчило про формування багатошарової

інформаційної стратегії, де різні засоби підсилювали одне одного, створюючи ефект комплексного охоплення цільових аудиторій – від солдатів противника до місцевого населення й міжнародної громадськості. Отже, інформаційні операції США у війні 2003-2011 рр. демонструють якісний стрибок у розвитку: від централізованого контролю медіа, характерного для початку 1990-х, до децентралізованої, гнучкої та багатовекторної системи, в якій ключову роль відіграють нові комунікаційні технології та недержавні актори.

Ще одним важливим інструментом стали психологічні операції (PSYOP), що включали поширення листівок, радіопередачі та спеціально розроблені меседжі для деморалізації противника. Цей метод був застосований і в 1991 р., і в 2003 р., однак у другому випадку він поєднувався з новими технологіями – інтернетом та мобільними комунікаціями [113]. Це підтверджує теоретичну тезу про те, що інформаційні операції розвиваються синхронно з розвитком медіа-технологій, адже кожна нова комунікаційна платформа стає полем битви за увагу аудиторії.

Сучасні дослідники вказують, що у XXI ст. США приділяють особливу увагу стратегічним комунікаціям, які інтегрують дипломатичні, військові та культурні засоби впливу. Ця концепція передбачає, що перемога у війні можлива лише тоді, коли міжнародна та внутрішня аудиторія приймає легітимність дій. Тому ключовими інструментами стали створення позитивного іміджу США як «визволителя» та делегітимізація режиму противника через акценти на його авторитарності чи загрозі світовій безпеці [114].

У подальшому розвитку воєнної думки США з'являється концепт мережево-центричної війни (*network-centric warfare*), що сформувався у 1990-х рр. під впливом досягнень у сфері інформаційних технологій. Він ґрунтувався на тезі про те, що перемога у війні досягається не стільки завдяки чисельності військ чи перевазі в озброєнні, скільки через швидкий доступ до інформації, її якісну обробку та здатність оперативно координувати дії різних

підрозділів [115]. Таким чином, інформація розглядається не лише як допоміжний ресурс, а як чинник, що формує нову архітектуру ведення війни.

Мережево-центрична концепція передбачала інтеграцію усіх елементів військової машини, від розвідувальних структур до бойових підрозділів, у єдину інформаційну мережу. Це забезпечувало ефект «спільної обізнаності» (*shared awareness*), завдяки якій командування могло ухвалювати рішення швидше за противника, зменшуючи власні втрати й підвищуючи точність ураження цілей. У цьому контексті інформаційні операції отримали новий вимір: вони перестали бути окремим інструментом і стали системоутворюючим елементом бойових дій, що визначав темп, координацію та стратегічні пріоритети.

Більше того, мережево-центрична війна суттєво розширила спектр адресатів інформаційного впливу. Якщо раніше головним об'єктом були війська противника та власне населення, то відтепер у фокус потрапили також міжнародні медіа, глобальна аудиторія та навіть недержавні актори, спроможні впливати на хід конфлікту. Це зумовило появу нових форм стратегічних комунікацій, у яких інформаційна перевага стала рівнозначною матеріально-технічній перевазі на полі бою.

Особливої ваги ця концепція набула під час антитерористичних операцій США у 2000-х рр., коли ворогом виступали не регулярні армії, а розгалужені мережі на кшталт «Аль-Каїди» чи «Ісламської держави». Тут інформаційний вплив розглядався не тільки як спосіб деморалізації супротивника, але й як ключовий інструмент боротьби за «серця і розум» місцевого населення [116].

Війни в Афганістані та Іраку показали, що традиційні психологічні операції (листівки, радіо, телепрограми) більше не є достатніми. Їм на зміну прийшли цифрові кампанії, які включали створення вебсайтів, контроль над інформаційними потоками в інтернеті та використання соціальних мереж для поширення потрібних меседжів. При цьому США активно співпрацювали з

приватними підрядниками й технологічними корпораціями, що підтверджувало тренд на «гібридизацію» війни [117].

Показовим прикладом стала боротьба проти інформаційної машини ІДІЛ, яка використовувала Twitter, Telegram та YouTube для рекрутингу і пропаганди. У відповідь США створювали альтернативні наративи, блокували акаунти й запускали контрпропагандистські кампанії. Таким чином, інформаційні операції у XXI ст. стали багаторівневими: від класичних PSYOP до кібероперацій, що включають атаки на інформаційну інфраструктуру супротивника [118].

Важливим аспектом американської стратегії є також інтеграція інформаційних операцій у дипломатію та міжнародні альянси. США координують інформаційні кампанії з партнерами по НАТО, створюючи спільні центри стратегічних комунікацій (наприклад, у Ризі, Латвія), де напрацьовуються методики протидії дезінформації та операцій впливу [119]. Це свідчить, що інформаційні операції стали не лише військовим, а й політико-дипломатичним інструментом глобального масштабу.

Отже, аналіз інструментів та методів інформаційних операцій США у XX–XXI століттях показує їхню гнучкість, багатофункціональність і здатність адаптуватися до нових технологічних, політичних та соціокультурних умов. Від «ефекту CNN» у війні 1991 р. до цілеспрямованих цифрових кампаній у соціальних мережах 2010-х рр. простежується еволюція, у межах якої інформаційний компонент послідовно трансформується з додаткового засобу забезпечення бойових дій на ключовий ресурс формування стратегічного середовища.

Сутність цієї еволюції полягає у зростанні ролі інформації як інструменту впливу на свідомість як власного населення, так і міжнародної спільноти та супротивника. Якщо у другій половині XX ст. акцент робився переважно на традиційних ЗМІ та контролі над потоками новин, то на початку XXI ст. на перший план виходять інтерактивні платформи, візуальні наративи,

а також алгоритмічні механізми поширення контенту, що дозволяють точніше сегментувати аудиторії та швидше формувати потрібні інформаційні рамки.

Дослідження інформаційних операцій у військових стратегіях США базується на міждисциплінарному поєднанні теорій комунікації, стратегічних студій, когнітивної психології та міжнародних відносин. Теоретико-методологічні засади цього аналізу сформувалися під впливом кількох наукових шкіл, що заклали основу сучасного розуміння інформаційної війни як багатовимірного феномену.

Передусім, американська школа стратегічних комунікацій, представлена працями Г. Лассуелла, Дж. Ная та Ф. Холладі, розглядає інформаційний вплив як інструмент формування сприятливого сприйняття політичних дій і військових кампаній [120]. Концепція «м'якої сили» (soft power) Дж. Ная стала ключовою у формуванні ідеї використання інформаційних засобів для забезпечення стратегічних інтересів США без прямого застосування військової сили [121]. Теоретичним підґрунтям для розуміння інструментів інформаційних операцій виступає системний і когнітивний підходи. Системна парадигма, започаткована Л. фон Берталанфі та розвинена в соціальних науках Н. Луманом, дозволяє розглядати інформаційні операції як складні адаптивні системи, в яких взаємодіють технологічні, комунікативні та психологічні елементи [122]. Когнітивний підхід, який представлений у працях Р. Кейгана, Г. Пентленда та С. Краусса, зосереджується на процесах сприйняття, інтерпретації та фреймінгу інформації як засобах впливу на прийняття рішень супротивника [123].

У межах критичної школи безпеки (Critical Security Studies) сформувалася ідея «інформаційного домену» як нового поля влади, у якому домінування досягається через контроль над потоками значень і наративів. Представники цієї школи, такі як Б. Бузан і О. Вейвер, наголошують, що інформаційна безпека є процесом сек'юритизації певних дискурсів, тобто надання їм статусу загрози [124]. Це положення суттєво вплинуло на

інтерпретацію американських стратегій інформаційної війни початку XXI століття, від операцій у Перській затоці до сучасних кіберкампаній.

Іншим впливовим напрямом є конструктивістський підхід, що пояснює інформаційні операції як боротьбу за смисли у міжнародному просторі. За О. Вендтом, ідентичність та інтереси акторів формуються через комунікацію, а отже, інформаційний вплив – це не лише технічна, а й соціальна практика [125]. У цьому контексті методи стратегічних комунікацій США, від Public Diplomacy до Psychological Operations можна розглядати як форми конструювання сприятливого образу дій держави у глобальному інформаційному полі.

Методологічно дослідження американських інформаційних стратегій поєднує елементи дискурсивного аналізу, контент-аналізу військових доктрин і кейс-стаді. Так, аналіз операцій «Щит у пустелі» та «Буря в пустелі» показує, що інформаційна складова використовувалася для легітимації військових дій через наративи «захисту демократії» та «боротьби зі злом» [126]. У XXI столітті ці підходи були доповнені когнітивними моделями, що використовують штучний інтелект і аналіз поведінкових даних для прогнозування реакцій суспільства в умовах конфлікту [127].

Отже, теоретико-методологічні засади аналізу інформаційних операцій у військових стратегіях США виражаються в синтезі системного, когнітивного, конструктивістського та критичного підходів, що дає змогу розглядати інформацію як автономний операційний домен. Такий міждисциплінарний підхід забезпечує цілісне розуміння ІО як сукупності технологічних, комунікативних і психологічних практик, спрямованих не лише на інформування аудиторії, а й на конструювання її сприйняття, ідентичностей та поведінкових реакцій. Досвід воєн США кінця XX початку XXI ст. підтверджує, що інформація стала не допоміжним засобом, а рівноцінним елементом воєнної стратегії, який може формувати політичні наслідки конфлікту задовго до його завершення. Теорія й практика тут взаємодіють циклічно: доктринальні концепції визначають рамки

операційного планування, а конкретні інструменти, від медіа-менеджменту та PSYOP до комплексних систем стратегічної комунікації й кібероперацій ілюструють шлях реалізації цих рамок у реальному полі. Наслідком такої трансформації є зміщення акценту від суто військової координації до багаторівневої взаємодії між урядовими, медійними, науковими та громадськими інституціями. Це зумовлює зростання ролі етичних стандартів, прозорості та методологічної верифікованості у вивченні та застосуванні інформаційних операцій. У практичному вимірі така еволюція відкриває простір для формування ефективних стратегій контрдезінформації, розвитку систем стратегічних комунікацій, а також посилення когнітивної та інформаційної стійкості суспільства перед зовнішніми впливами. У цьому контексті інформаційна безпека постає не лише як сфера оборони, а як інтегральний компонент національної стратегії, що поєднує науку, технології та гуманітарні підходи у спільному завданні збереження суверенітету свідомості.

1.2. Джерельна база дослідження

Джерельна база кваліфікаційної роботи дає змогу комплексно проаналізувати проблематику війни в Перській затоці, а також інформаційно-психологічні та дипломатичні аспекти, які супроводжували ці події. Джерела умовно можна поділити на кілька груп: науково-аналітичні праці та монографії, документи міжнародних організацій та урядові матеріали, публікації в академічних журналах, аналітичні звіти та матеріали дослідницьких центрів, мас-медійні джерела, а також соціологічні дослідження громадської думки.

Першу групу складають наукові монографії та узагальнюючі дослідження, які аналізують витoki, перебіг та наслідки війни в Перській затоці. Серед них варто виокремити працю А. Фінлана «Війна в Перській затоці» (2003) [101], що висвітлює військово-політичні події із залученням фактичного матеріалу. Важливим внеском у розуміння західного підходу до війни є монографія Л. Фрідмана та Е. Карша «Конфлікт у Перській затоці, 1990-1991: дипломатія і війна в новому світовому порядку» (1993) [102], яка акцентує на дипломатичних зусиллях та зміні міжнародного порядку після завершення холодної війни. Американський дослідник питань міжнародної безпеки, політичного насильства та суспільної думки. Дж. Мюллер («Політика і громадська думка під час війни в Перській затоці», 1994) [103] пропонує міждисциплінарний аналіз поєднання політики й громадської думки, а американський політолог Р. Собел («Вплив громадської думки на зовнішню політику США після В'єтнаму», 2002) [104] показує вплив війни в затоці на довготривалі трансформації американської зовнішньої політики.

Важливу роль відіграють також публікації з медіа- та комунікаційних студій. Так, один із провідних американських теоретиків аналізу медіа-війни Д. Келлнер у працях «Телевізійна війна в Перській затоці» (1992) [105], «Криза в затоці та мейнстримні медіа» та «Медійний спектакль і криза демократії» (2005) аналізує, як медіа конструювали образ війни, формуючи суспільні настрої та легітимуючи військові рішення. У свою чергу, американський

дослідник проблем масових комунікацій і війни П. ЛаМей та колективна праця «Медіа на війні» (1991) [106] висвітлюють роль журналістів у конфлікті, тоді як С. Адей, С. Лівінгстон та М. Хеберт («Вбудована правда») [107] розглядають практику «вбудованих журналістів» під час війни в Іраку. Подібні дослідження демонструють, що медійний вимір конфліктів став ключовим чинником у сприйнятті воєн на Заході та на Близькому Сході.

До окремої групи відносяться документи міжнародних організацій і державні матеріали. Насамперед це резолюції Ради Безпеки ООН за 1990 рік та резолюція 1441 (2002), які визначили правові рамки міжнародної відповіді на агресію Іраку та подальші претензії щодо зброї масового знищення. Важливим джерелом є також «Директива з національної безпеки № 45» (1990), матеріали Міністерства оборони США («Дорожня карта інформаційних операцій», 2003; стенограми брифінгів) та звіти спеціальних радників (наприклад, звіт Ч. Дюелфера про іракські програми ЗМЗ, 2004) [113]. Ці документи дозволяють дослідити офіційну позицію США та міжнародних інституцій. Окреме місце у формуванні сучасної концептуалізації інформаційних операцій займає діяльність NATO Strategic Communications Centre of Excellence (STRATCOM COE), створеного у 2015 р. у Ризі [114]. Центр об'єднав дослідників, військових і комунікаційних фахівців із країн НАТО для розробки стратегічних підходів до комунікацій у воєнній та гібридній сфері. Його аналітичні матеріали та методичні рекомендації стали важливим ресурсом для узагальнення досвіду США та їхніх союзників у сфері стратегічних комунікацій.

Вагоме місце посідають спогади й матеріали військових командувачів та аналітичні огляди, створені військовими відомствами. До них належать «Огляд застосування авіації у війні в Перській затоці» під редакцією американського військового історика і політолога Е. Коена [108], праця Д. Патні «Перевага авіації: планування кампанії війни в Перській затоці» (2004) [109], а також матеріали про операції «Щит пустелі», «Буря в пустелі» та «Лис пустелі». Вони відображають військово-стратегічний вимір конфліктів,

зокрема планування повітряних кампаній, оцінку ефективності психологічних операцій і застосування концепції «шок і трепет» (Ульман, Вейд) [110]. Широкий спектр наукових, аналітичних та публіцистичних праць, а також офіційних документів дозволяють комплексно розглянути політичні, військові та комунікаційні аспекти війни у Перській затоці 1990-1991 рр., подальшої операції в Іраку 2003 р., а також їхні довгострокові наслідки. Також важливою складовою джерельної бази є соціологічні дослідження та дані опитувань громадської думки. Звіти Pew Research Center, Gallup та CNN/ORC висвітлюють зміну ставлення американців і міжнародної спільноти до війни в Іраку у 2003-2011 рр. Ці дані дозволяють дослідити, як страхи, маніпуляції інформацією та пропаганда впливали на суспільну підтримку військових дій.

Окрему категорію становлять праці з психологічних операцій та інформаційно-психологічних впливів. Тут варто виділити роботи українських дослідників, які працюють у сфері військової науки, інформаційної безпеки та комунікаційних стратегій П. Черника та А. Шумки, присвячені інформаційно-психологічним операціям у війнах XX-XXI ст. [14] характеризують досвід США у використанні інформаційно-психологічних операцій під час воєнних конфліктів.

Не менш значущою є група джерел медійного походження – статті «The Washington Post» [93], «The Guardian» [62], «The New York Times» [92], «Rolling Stone» [103], «Los Angeles Times» [104], «Vanity Fair» [96], «The New Yorker» [95] та ін. Вони не лише відображають журналістські інтерпретації подій, але й містять викривальні матеріали про роль пропаганди, дезінформаційних кампаній та «чорних» інформаційних операцій у перебігу війни. Оцінку медійної складової війни подають також публікації у «The Washington Post» (1999) [24] та «Foreign Affairs» (1991, 1994) [26; 31], де наголошується на формуванні позитивного іміджу США та союзників. Сучасні дослідження, зокрема аналітика видання «War on the Rocks» (2020) [15], підкреслюють, що війна в Перській затоці стала своєрідним полігоном

для відпрацювання стратегічних комунікацій та інформаційно-психологічних операцій.

Окрему увагу слід звернути на праці, що розкривають ширший контекст війни у Перській затоці та Іраку в системі американської зовнішньої політики. Сюди належать книги М. Клара («Кров і нафта») [43], Д. Стокса і С. Рафаеля («Глобальна енергетична безпека і американська гегемонія») [47], П. Кокберна («Злет Ісламської держави») [50] та Т. Доджа («Ірак: від війни до нового авторитаризму») [53]. Вони демонструють зв'язок війни з питаннями енергетичної безпеки, формуванням нових авторитарних режимів і трансформацією Близького Сходу.

Щодо війни в Перській затоці, то особливе місце належить дослідженню Д. Чарделла «The Origins of the Iraqi Invasion of Kuwait Reconsidered» [1], де автор аналізує передумови іракського вторгнення у Кувейт. Своєю чергою, А. Фінлан у роботі «The Gulf War 1991» [2] окреслює військово-політичний контекст і робить акцент на стратегічних комунікаціях коаліційних сил. Ці дослідження доповнюють висновки Л. Фрідмана та Е. Карша, викладені у праці «The Gulf Conflict, 1990-1991: Diplomacy and War in the New World Order» [83], які наголошують на значенні дипломатії та інформаційної складової у війні.

Важливим джерелом є резолюції Ради Безпеки ООН 1990 р. [4] та директива Ради національної безпеки США №45 (1990) [13], що визначили політичні рамки конфлікту. Значний інтерес становить колективне дослідження під ред. Е. Коена «Gulf War Air Power Survey» [20], яке містить детальний аналіз ефективності інформаційного супроводу військових операцій.

Варто відзначити також, що 8-й батальйон психологічних операцій армії США активно застосовував засоби радіомовлення, листівки та інші форми впливу на іракських солдатів [18]. У цьому контексті цінними є спостереження М. Фергюсона [68], який підкреслював, що інформаційний тиск та контроль над наративами значною мірою зумовили швидке падіння бойового духу

іракських військ. Не менш важливими є спогади генерала Нормана Шварцкопфа [11], головнокомандувача коаліційних сил, який описує роль психологічних операцій у досягненні перемоги.

Важливим напрямом досліджень є також праця Д. Келлнера «The Persian Gulf TV War» (1992) [27], де аналізується вплив телебачення на сприйняття війни у західних суспільствах. Подібні акценти містяться у збірнику «The Gulf Crisis and the Media» [35], де розглядається роль мейнстримних ЗМІ у легітимації дій коаліційних сил. Ці медіадослідження доповнюють розвідки Дж. Бехбехані (2005) [9], що торкаються питання інформаційного контролю над висвітленням війни в арабському світі.

У наступних конфліктах, зокрема під час війни в Іраку 2003 р., інформаційно-психологічні операції отримали ще більш системний характер. Т. Рікс у книзі «Fiasco: The American Military Adventure in Iraq» (2006) [54] наголошує, що інформаційні кампанії були невіддільними від військової стратегії. П. Кокберн у дослідженні «The Rise of Islamic State» (2015) [50] звертає увагу на зворотний ефект інформаційних операцій, що інколи сприяли радикалізації. Аналітичні звіти RAND Corporation, зокрема «Enlisting Madison Avenue» (2007) [105], систематизують американський досвід використання методів маркетингових комунікацій для досягнення політичних і військових цілей.

Серед фундаментальних джерел, що визначили сучасні підходи до інформаційних операцій, особливе місце посідає колективна праця Д. Альбертса, Дж. Гарстки та Ф. Стейна «Network Centric Warfare: Developing and Leveraging Information Superiority» (1999) [115]. Діяльність цих провідних американських військових теоретиків, пов'язана з Центром передових концепцій у галузі командування та управління (CCRP). У своїй роботі вони заклали основи концепції мережево-центричної війни, де вирішальним фактором успіху стає не чисельність армії чи технологічна перевага, а здатність ефективно управляти інформаційними потоками та забезпечувати перевагу в знаннях. Це дослідження визначає теоретичний фундамент для

подальшого розвитку інформаційних операцій як системоутворюючого елементу сучасних воєнних стратегій.

Інший важливий напрям дослідження розкриває американський військовий аналітик, який розробив концепцію «гібридних війн» Ф. Гоффман у роботі «Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars» (2007) [116]. Його аналіз спрямований на пояснення того, як сучасні війни набувають гібридного характеру, поєднуючи регулярні бойові дії з партизанськими тактиками, кібератаками та інформаційними кампаніями. Ідея «гібридності» дозволила краще усвідомити, чому США та їхні союзники у воєнних кампаніях від 1990-х років приділяють таку увагу саме інформаційній складовій, адже вона стає невіддільною від традиційних методів ведення війни.

Суттєвий внесок у вивчення новітніх інформаційних викликів зробили П. Сінгер та Е. Брукінг у книзі «LikeWar: The Weaponization of Social Media» (2018) [117]. Сінгер є відомим американським політологом і стратегом та Брукінг – аналітик у сфері цифрових комунікацій. Вони аналізують феномен соціальних мереж як нового поля бою, де інформація перетворюється на «зброю масового впливу». Праця демонструє, що інформаційні операції ХХІ ст. уже неможливо розглядати поза цифровим середовищем, а досвід США в Іраку й Афганістані став лише передумовою для ще масштабніших інформаційних кампаній у глобальному масштабі.

Питання кіберпростору та його взаємозв'язку з інформаційними війнами ґрунтовно розглянув Т. Рід у книзі «Cyber War Will Not Take Place» (2013) [118]. Рід є британським дослідником, експертом у галузі кібербезпеки та воєнних студій. У своїй праці він критикує перебільшені уявлення про «кібервійну» як самодостатнє явище, підкреслюючи, що головна загроза полягає саме у поєднанні кіберзасобів із інформаційними та психологічними інструментами. Це робить його дослідження актуальним у контексті аналізу американських інформаційних операцій, які інтегрують кібер- та медіа-інструменти.

Таким чином, джерельна база роботи охоплює широкий спектр матеріалів – від офіційних документів і військових звітів до соціологічних досліджень, академічних монографій та журналістських розслідувань. Її комплексність дозволяє поєднувати аналіз політичних рішень, військових стратегій і міжнародно-правових аспектів із вивченням інформаційних та психологічних вимірів війни. Саме така різноплановість створює умови для багатовимірного дослідження, яке здатне розкрити як традиційні військово-політичні фактори, так і сучасні виклики, пов'язані з інформаційними операціями, громадською думкою та медійною динамікою міжнародних конфліктів.

Висновки до 1-го розділу

Аналіз становлення та розвитку інформаційних операцій у воєнних стратегіях США XX-XXI століття засвідчує глибоку еволюцію у розумінні природи війни та ролі інформації в ній. Якщо у другій половині XX століття головним завданням військової стратегії було забезпечення переваги у силових і технічних ресурсах, то вже наприкінці сторіччя інформація перетворюється на самостійний і стратегічно вирішальний ресурс. Це зумовило зміщення акцентів із фізичного знищення супротивника на формування контролю над його свідомістю, волею до опору та міжнародним сприйняттям конфлікту.

Починаючи з війни в Перській затоці (1990-1991 рр.), США продемонстрували системне використання інформаційних технологій і медіа як елементів бойових дій. Від контрольованих брифінгів та «ефекту CNN» до практики «вбудованих журналістів» у війні 2003 р., інформаційні операції поступово перетворювалися на механізм створення потрібних наративів і легітимації військових дій. Водночас розширювався інституційний і технологічний арсенал інформаційного впливу: приватні підрядники, психологічні операції (PSYOP), стратегічні комунікації, кіберкампанії та мережево-центричні концепції війни стали невід’ємними складовими єдиної інформаційно-військової системи.

Особливої ваги набуло поєднання військових, дипломатичних і медійних інструментів. США усвідомили, що перемога у сучасних війнах досягається не лише на полі бою, а й у просторі сприйняття – у медіа, соціальних мережах, міжнародних інституціях. Звідси випливає перехід до мережево-центричної та когнітивно орієнтованої моделі війни, де ключову роль відіграє швидкість обміну інформацією, спільна обізнаність та інформаційна перевага над противником.

Війни в Іраку стали етапом інтеграції новітніх технологій у структуру інформаційних операцій. Від традиційних засобів пропаганди – радіо, листівок, телебачення США перейшли до цифрових кампаній, які

використовували Інтернет, соціальні мережі, алгоритмічне таргетування й навіть штучний інтелект для формування і керування громадською думкою. Таким чином, інформаційні операції з інструменту супроводу війни перетворилися на її структуроутворюючий елемент.

Таким чином, усвідомлення того, що у ХХІ столітті інформаційна сфера стала рівнозначною традиційним військовим театрам. Інформаційні операції більше не є допоміжним засобом, бо вони визначають темп і характер війни, її політичні наслідки та сприйняття у світі. Досвід США демонструє, що сучасні конфлікти виграються не лише завдяки зброї, а завдяки контролю над наративами, алгоритмами і свідомістю, тобто над інформаційним простором у найширшому сенсі.

РОЗДІЛ 2

ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ США ТА ЇХ СОЮЗНИКІВ ПРОТИ ІРАКУ 1990-1998 РР.

2.1. Передумови застосування інформаційних операцій у війні 1990-1991 рр.

Саддам Хусейн, президент Іраку з 1979 року до 2003 року, був центральною політичною фігурою у кувейтській кризі 1991 року. Його дії та рішення стали причиною одного з наймасштабніших військових конфліктів у регіоні Близького Сходу – війни в Перській затоці (1990–1991 рр.), що мала далекосяжні наслідки для Іраку, регіону та світу. Його вторгнення в Кувейт не лише стало військовим конфліктом, але й відкрито продемонструвало нову епоху ведення війни, в якій інформаційні операції стали важливим елементом боротьби. Передумови застосування інформаційних операцій у війні були обумовлені кількома ключовими факторами: по-перше, глобалізація засобів масової інформації зробила війну не лише полем битви, а й інформаційним простором. Під час конфлікту 1990–1991 років міжнародні медіа, такі як CNN, транслювали події в реальному часі, формуючи громадську думку у всьому світі. Коаліція на чолі з США активно використовувала медіа для демонстрації своєї сили, легітимності військових дій та створення негативного образу Саддама Хусейна як агресора; по-друге, інформаційні операції були спрямовані на деморалізацію іракських військ і підтримку морального духу союзників. Розповсюдження листівок із закликами до іракських солдатів здаватися, радіопередачі та психологічний тиск сприяли зниженню бойового духу серед іракської армії; по-третє, інформаційна війна стала інструментом для зміцнення міжнародної коаліції. За допомогою інформаційних операцій країни Заходу наголошували на загрозі, яку становила агресія Іраку для стабільності регіону та доступу до нафтових ресурсів. Це дозволило забезпечити підтримку ООН і легітимізувати військове втручання [2].

Зупинимось на передісторії кувейтської кризи 1991 року. Варто нагадати, що початку 1990-х років іраксько-кувейтські відносини загострилися, що зрештою призвело до вторгнення Іраку в Кувейт 2 серпня

1990 року. Основною причиною конфлікту стали спірні нафтові родовища Румайла, розташовані на кордоні між Кувейтом і Іраком. Захоплення Кувейту дозволило іракському президенту Саддаму Хусейну, який прагнув утвердити своє лідерство в арабському світі через «нафтовий фактор», збільшити контроль над світовими запасами нафти, додавши до іракських 10 % ще 10 %, які належали Кувейту. Окупація Кувейту, а також загроза, яку Ірак становив для Саудівської Аравії та інших країн Перської затоки, створили серйозну небезпеку для стратегічних інтересів Заходу і США, залежних від постачання нафти з цього регіону.

Агресія Іраку проти Кувейту викликала осуд усього світу. У день початку конфлікту Рада Безпеки ООН провела позачергову сесію, на якій одноголосно ухвалила резолюцію № 660. У цьому документі було засуджено дії Іраку, висунуто вимогу негайного припинення вогню та виведення іракських військ із території Кувейту. 6 серпня Рада Безпеки ООН ухвалила резолюцію, яка передбачала запровадження економічних санкцій проти режиму в Багдаді. У відповідь на це Саддам Хусейн 8 серпня 1990 року оголосив про анексію Кувейту, наказавши закрити всі іноземні посольства в країні. Згодом, 28 серпня, Кувейт було проголошено дев'ятнадцятою провінцією Іраку. Рада Безпеки ООН у резолюції № 662 визнала цю анексію незаконною та недійсною [4]. Незважаючи на 12 резолюцій, ухвалених Радою Безпеки після початку агресії, Ірак продовжував ігнорувати їх. Зрештою, резолюція № 678 від 29 листопада 1990 року санкціонувала використання сили державами-членами ООН, якщо Ірак не виведе свої війська з Кувейту до 15 січня 1991 року.

Війна в Перській затоці стала відправною точкою для реалізації односторонніх амбіцій Сполучених Штатів на глобальній арені. Поразка Саддама Хусейна у 1991 році не лише усунула давнього противника США, але й дискредитувала його режим в очах міжнародної спільноти, поглибивши розкол серед арабських країн. Американські війська, які були введені до Іраку, залишилися в регіоні Затоки, на землях, що є історично арабськими.

Попри розгром 1991 р., С. Хусейн продовжував вірити, що завдяки агресивній політиці, яку він застосовував по відношенню до Заходу йому вдасться рано чи пізно домогтися зняття економічних санкцій. Можливо, така позиція пов'язана з тим, що упереджене оточення лідера не надавало йому неупереджену, об'єктивну картину реального стану справ у країні та міжнародної обстановки в цілому. Міжнародна спільнота суворо засудила дії іракського правителя – всі внески Кувейту та Іраку до міжнародних банках були заморожені, РБ ООН ухвалила резолюцію № 660, яка засудила окупацію Кувейту і закликала до виведення іракських військ, а потім і резолюцію № 661 про економічні санкції проти Іраку та про ембарго на постачання до Іраку озброєння [4].

Отже, Садам Хусейн захопив Кувейт 2 серпня 1990 року з низки причин: економічні, Ірак після війни з Іраном (1980–1988) мав величезний зовнішній борг, частина якого була позичена у Кувейту. Адже, Ірак значною мірою фінансував військові зусилля за рахунок позик і був винен близько 37 мільярдів доларів кредиторам Перської затоки в 1990 році [5]. Саддам Хусейн вважав, що Кувейт повинен анулювати борги, оскільки Ірак «захищав арабські країни» від Ірану. Однак Кувейт відмовився списати борг; суперечки щодо нафти, Ірак звинувачував Кувейт у тому, що той видобуває нафту з прикордонного родовища «Румайла», яке Саддам вважав частиною іракської території. Також Ірак обвинувачував Кувейт у зниженні цін на нафту шляхом перевищення квот ОПЕК, що негативно впливало на іракську економіку; історичні претензії, Ірак стверджував, що Кувейт історично є частиною іракської території і був штучно відділений Британією в 1920-х роках. Саддам використовував цей аргумент, щоб виправдати анексію Кувейту; геополітичні амбіції, захоплення Кувейту дало б Іраку доступ до великих запасів нафти, а також стратегічного виходу до Перської затоки. Це могло б зміцнити позиції Саддама як регіонального лідера.

Вторгнення мало значні глобальні наслідки, включаючи різке зростання цін на нафту. У відповідь на агресію ООН запровадила ембарго проти Іраку та

Кувейту, що скоротило світову пропозицію нафти на 4,3 мільйона барелів на день, або 7% від загального світового виробництва.

Наслідки вторгнення в Кувейт у 1990 році мали серйозний вплив на економіку. Уряд Кувейту оцінив загальні економічні втрати в 65 мільярдів доларів [6]. ООН оцінила загальні економічні втрати щонайменше в 30 мільярдів доларів, що все одно перевищувало довоєнний ВВП Кувейту.

Одним із головних факторів, що призвели до економічного спаду, було знищення нафтової промисловості. Іракські війська підпалили близько 750 з 1300 свердловин Кувейту. Це спричинило відчутну втрату доходу, оцінену від 12,3 до 38,4 мільярдів доларів США за дев'ять місяців війни. ВВП Кувейту різко скоротився з 24 мільярдів доларів у 1989 році до 10 мільярдів доларів у 1991 році [7]. Державний борг також зріс до більш ніж 200% у 1991 році, при цьому військові витрати сприяли зростанню. Крім того, приблизно 1,3 трильйона унцій золота, вартістю понад 500 мільйонів доларів, було втрачено з Центрального банку Кувейту [7].

Під час вторгнення в Кувейт близько 600 000 іноземних громадян втекли з країни [8], в основному до Йорданії, включаючи значну частину палестинського населення. Більше 300 000 палестинців були переміщені. Багато палестинських і єгипетських робітників займали важливі посади по всій країні. Втрата кваліфікованої робочої сили мала тривалий вплив на економіку, особливо в таких секторах, як охорона здоров'я та освіта. Цей розрив став особливо помітним, коли вони не змогли повернутися після війни. Масове переміщення сильно вплинуло на Кувейт, порушивши робочу силу та посиливши залежність від сусідніх країн.

Вторгнення в Кувейт у 1990 році мало тривалий психологічний вплив на націю [9], викликаючи такі тривожні переживання, як насильство та страх смерті, що спричинило високий рівень посттравматичного стресового розладу (ПТСР) серед населення. Дослідження Epidemiology 1993 року виявило поширеність ПТСР: 16,4% у дітей і 27,3% у дорослих [7].

Після вторгнення в Кувейт у 1990 році країна швидко відновилася, досягнувши довоєнного рівня економіки до 1996 року. Згідно з дослідженням Університету Західної Австралії, уряд Кувейту зосереджувався на відбудові інфраструктури та нафтового сектору, а також на відновленні економічних і соціальних послуг. Завдяки військовій допомозі Кувейт зміг загасити пожежі на нафтових родовищах і відновити видобуток нафти, а до кінця 1991 року Кувейт відновив експорт нафти. Якщо говорити про процес відновлення, то фінансування післявоєнної реконструкції Кувейт звернувся до зовнішнього боргу, що дозволило уряду запроваджувати воєнні положення для реалізації політики, не вимагаючи втручання парламенту, і підняло верхню межу державного боргу до 33 мільярдів доларів, що є найвищим показником в історії Кувейту. Кошти на репарації також надходили через Компенсаційну комісію ООН, яка керувала виплатами Іраку. У 1992 р. економіка Кувейту значно зросла, а ВВП на душу населення перевищив довоєнний рівень [7].

Якщо говорити про передумови застосування інформаційних операцій під час війни 1990–1991 рр., то варто підкреслити що вони базувалися на необхідності виправдання військових дій, мобілізації внутрішньої та міжнародної підтримки, а також досягнення стратегічних політичних, економічних та військових цілей США. Застосування інформаційних операцій під час війни в Перській затоці (1990–1991 рр.) ґрунтувалися на багатьох факторах, що вплинули на характер ведення війни та рішення США використовувати інформаційну складову як стратегічний інструмент. Ось основні передумови: розвиток інформаційних технологій. До 1990-х років спостерігався стрімкий розвиток супутникових комунікацій, телебачення, комп'ютерних систем і засобів масової інформації. Особливу роль відіграв міжнародний вплив таких каналів, як CNN, що забезпечували постійне висвітлення подій у режимі реального часу. Це дозволило США впливати на міжнародну та внутрішню аудиторію через контроль інформаційного простору; потреба в підтримці міжнародної коаліції. Вторгнення Іраку в Кувейт стало викликом міжнародному правопорядку. США прагнули

залучити до боротьби з Саддамом Хусейном широку коаліцію з країн Близького Сходу, Європи, Азії та інших регіонів. Для цього важливо було створити інформаційний наратив, який би виправдовував військове втручання. США наголошували на загрозі іракської агресії для регіональної стабільності, міжнародної безпеки та доступу до енергоресурсів, використовуючи ЗМІ для посилення цього меседжу; пропаганда як елемент сучасної війни. США врахували уроки попередніх конфліктів, таких як війна у В'єтнамі, де інформаційний простір і громадська думка мали значний вплив на хід війни. Війна в Перській затоці стала можливістю уникнути помилок минулого через контроль інформації, спрямування уваги на успіхи та мінімізацію негативного висвітлення; деморалізація противника. Режим Саддама Хусейна сильно залежав від підтримки армії та населення. США планували використати інформаційні операції для деморалізації іракських військових, поширюючи серед них листівки, радіопередачі та звернення, які наголошували на їхній безнадійній ситуації та гуманності ставлення до тих, хто здається; стратегія забезпечення переваги. Військові стратеги США врахували важливість інформаційної переваги на сучасному полі бою. Контроль за інформацією дозволив США впливати на хід бойових дій, забезпечуючи плани дезінформації іракських командирів і уникнення витоку важливих даних; глобалізація ЗМІ. Війна в Перській затоці стала першою війною, яка активно висвітлювалася глобальними ЗМІ. Цей «медіа-фактор» став передумовою створення позитивного іміджу військової операції та забезпечення підтримки з боку громадян США та міжнародної спільноти; потреба у швидкій перемозі. Оскільки громадськість і міжнародна спільнота були чутливими до тривалих і кровопролитних конфліктів, США прагнули забезпечити стрімку й ефективну перемогу. Інформаційні операції стали ключовим інструментом для формування враження про технологічну перевагу США та зниження підтримки режиму Хусейна.

Таким чином, інформаційні операції в цій війні базувалися на синтезі політичних, технологічних та соціальних факторів, що сприяли ефективному

використанню інформаційної стратегії як важливого інструменту сучасної війни.

Отже, конфлікт у Перській затоці став переломним моментом у військовій історії через впровадження нових стратегій і технологій, серед яких інформаційні операції відігравали ключову роль. Передумови їхнього застосування та дії США і Саддама Хусейна в цьому конфлікті були глибоко обумовлені політичними, економічними й технологічними факторами. Після завершення Холодної війни США прагнули закріпити свій статус єдиної супердержави та продемонструвати здатність формувати новий міжнародний порядок. Вторгнення Іраку в Кувейт стало викликом для цього порядку, адже агресивна політика Саддама Хусейна загрожувала не лише регіональній стабільності, а й світовій економіці через контроль над нафтовими ресурсами. У свою чергу, Саддам Хусейн прагнув зміцнити свій авторитарний режим і зробити Ірак лідером арабського світу. Однак його рішення захопити Кувейт викликало глобальне обурення. Політика репресій, порушення прав людини та застосування сили проти сусідів дали США та їхнім союзникам привід ініціювати військові дії. Для цього була потрібна сильна інформаційна кампанія, яка могла виправдати інтервенцію перед світовою спільнотою. Саддам Хусейн застосовував власну пропаганду, прагнучи представити вторгнення в Кувейт як спробу захисту арабських інтересів. Однак його жорстока політика та агресивна риторика лише посилювали міжнародну ізоляцію. Спроби Хусейна залякати сусідів і загравати з антизахідними настроями не змогли зламати інформаційну перевагу США, котра ефективно поєднувала військову силу та інформаційну стратегію.

2.2. Інформаційно-психологічні впливи при проведенні операції «Щит в пустелі», «Буря в пустелі», «Лис в пустелі»

Війна в Перській затоці (2 серпня 1990- 28 лютого 1991) був конфліктом, яку вели коаліційні сили 35 країн на чолі зі Сполученими Штатами проти Іраку у відповідь на вторгнення Іраку та анексію Кувейту. Війна складалася з двох етапів, перший з яких отримав кодову назву «Операція «Щит пустелі» (7 серпня 1990 –16 січня 1991) для операцій, спрямованих на нарощування військ і захист Саудівської Аравії. Друга операція «Буря в пустелі» (17 січня 1991- 28 лютого 1991) була бойовою фазою.

Операція «Щит у пустелі» (Operation Desert Shield) – це військова операція, проведена коаліційними силами під керівництвом США з метою захисту Саудівської Аравії після вторгнення Іраку до Кувейту у 1990 році. Ця операція тривала з 7 серпня 1990 року до 16 січня 1991 року і стала першим етапом війни в Перській затоці (див. додаток А). Передумовою стало вторгнення 2 серпня 1990 року Іраку до свого сусіда Кувейту. Президент Джордж Буш-старший швидко оголосив, що Сполучені Штати вважають агресію Іраку неприйнятною. Це спричинило кризу в регіоні та загрозу стабільності світового енергетичного ринку, оскільки Саудівська Аравія, сусід Кувейту, є ключовим експортером нафти.

7 серпня 1990 року президент підкріпив свої слова військовою відповіддю під назвою «Операція «Щит пустелі»» та організував коаліцію з 35 країн для захисту Саудівської Аравії та остаточного звільнення Кувейту. Метою операції був захист Саудівської Аравії від можливої іракської агресії; створення військового плацдарму для звільнення Кувейту; забезпечення присутності коаліційних військ для стримування Іраку. Наступного дня XVIII повітряно-десантний корпус зі своєю елітною 82-ю повітряно-десантною дивізією почав переміщення до Саудівської Аравії, поклавши початок нарощуванню бойової потужності в регіоні, досягнувши на піку своєї чисельності близько 600 000 американських військовослужбовців [10].

Швидко одна за одною 24-та піхотна дивізія (механізована), 197-а піхотна бригада та 101-ша повітряно-десантна дивізія (десантно-штурмова) рушили до Перської затоки. Резерв армії США розпочав найбільшу мобілізацію з часів Корейської війни. На початку листопада, із додаванням 1-ї кавалерійської дивізії (броньованої), 1-ї (або «Тигрової») бригади 2-ї бронетанкової дивізії та 3-го ACR (броньованого кавалерійського полку), смертоносна сила чисельністю понад 100 000 солдатів була зібрана для захисту міста. Саудівська Аравія [10].

8 листопада 1990 року президент Буш оголосив, що VII корпус США переміститься до Перської затоки зі своїх баз у Європі та Сполучених Штатах. Організовував військову операцією командувач об'єднаних сил генерал В. Шварцкопф [11]. Операція «Щит у пустелі» (Operation Desert Shield) [12], яка проводилася в 1990–1991 роках, стала однією з наймасштабніших військових кампаній США після Другої світової війни. Ця операція мала на меті захистити Саудівську Аравію від можливої агресії з боку Іраку після вторгнення іракських військ у Кувейт 2 серпня 1990 року.

Важливим аспектом цієї кампанії був інформаційно-психологічний вплив, який США використовували для мобілізації підтримки всередині країни, серед союзників, а також для деморалізації супротивника. Ще в серпні 1990 року командувач об'єднаних сил генерал Норман Шварцкопф направив президентові США Джорджу Бушу-старшому доповідь, у якій наполягав на плануванні психологічних операцій на рівні бойових. На основі цієї доповіді президент США підписав три секретні директиви, які передбачали: активне використання психологічних операцій – поширення дезінформації серед іракських військ, радіо- та листівки для підриву їхнього бойового духу; посилення економічних і дипломатичних санкцій проти Іраку, щоб змусити його керівництво капітулювати без широкомасштабної війни; підготовку до військового вторгнення у разі, якщо Саддам Хусейн не виведе війська з Кувейту. Однією з ключових була Національна директива безпеки 45 (NSD

45), підписана 20 серпня 1990 року [13], яка окреслювала інтереси США в Перській затоці та встановлювала принципи політики під час кризи.

Початку бойових дій у війні в Перській затоці (січень 1991 року) передувала масштабна стратегічна інформаційно-психологічна операція, спрямована на деморалізацію іракських військ, підрив підтримки режиму Саддама Хусейна та зниження бойового духу противника. Початку бойових дій передувала стратегічна інформаційно-психологічна операція: *1. міжнародній спільноті активно формували думку про неминучість майбутньої війни, підкреслюючи її справедливий характер із боку союзників.* Це обґрунтовувалося такими цілями: звільнення Кувейту від іракської окупації та відновлення його незалежності й суверенітету; запобігання можливій агресії Іраку проти Саудівської Аравії, ОАЕ, Катару та Оману; гарантування вільного судноплавства для всіх країн у Перській затоці; захист прав і свобод національних меншин в Іраку (курдів і шиїтів); повалення диктатури Саддама Хусейна та встановлення демократичного режиму в країні [15]. *2. світову спільноту вводили в оману щодо масштабу іракської загрози для всього світу.* Війна супроводжувалася активним «інформуванням» через пресу, радіо та телебачення, де поширювалися відомості про наявність в Іраку значних запасів хімічної зброї, ймовірність її використання, перебільшувалися дані про чисельність і боєздатність іракської армії, а також акцентувалася увага на нібито тісних зв'язках Саддама Хусейна з терористичними угрупованнями та його підтримці цих організацій. *3. дезінформували також армію США та союзників.* Щоб посилити ворожість до Іраку серед військовослужбовців багатонаціональних сил, офіційні особи США свідомо спотворювали розвідувальні дані про армію противника. Паралельно поширювалися прогнози щодо можливих втрат серед коаліційних військ у разі початку бойових дій, які мали сягати десятків тисяч. У ЗМІ з'являлася інформація про відправку до Саудівської Аравії 55 тисяч пластикових мішків для транспортування тіл загиблих, а також про прибуття до району майбутніх бойових дій плавучих госпіталів — американського «Мерсі» та французького

«Ла-Рансе», кожен із яких міг приймати до 200 поранених щодня [16]. 4. дезінформували іракську сторону. Для проведення операції були залучені 96-й батальйон з роботи з цивільним населенням та 8-й батальйон психологічних операцій [18]. В їхньому розпорядженні перебували мобільні друкарні, телевізійні та радіостанції, а також звукотрансляційні установки. Окрім цих підрозділів, для радіомовлення використовувалась радіостанція Бі-бі-сі, для чого було сформовано спеціальну групу з 80 осіб. Тривалість арабомовних передач зросла з 3 до 10,5 годин на добу. Опозиційні сили, що виступали проти С. Хусейна, та їхня радіостанція «Голос вільного Іраку» вели мовлення на чотирьох частотах державних радіостанцій Саудівської Аравії та Бахрейну, а також через підпільні радіостанції на окупованих територіях Кувейту та в Іраку [17].

Для забезпечення іракського населення можливістю слухати ці радіопередачі було розповсюджено близько 150 тисяч радіоприймачів із зафіксованими частотами, налаштованими виключно на прийом сигналів коаліційних радіостанцій. Їх поширювали серед іракців за допомогою кочівників, торговців, а також авіаційним методом – шляхом скидання з повітря [19].

Паралельно через сусідні з Іраком країни активно поширювалися відеокасети, які переправлялися на територію Іраку. Вони демонстрували високу бойову міць армії США, професіоналізм військовослужбовців коаліційних сил, а також містили матеріали, що викривали режим С. Хусейна, підкреслюючи його корумпованість, брехливість і жорстокість.

Іракське керівництво ввели в оману, надаючи безліч суперечливих дат початку бойових дій – їх налічувалося понад десять. Напередодні операції американські інформаційні агентства, посилаючись на «таємні джерела», повідомляли, що президент США Дж. Буш ще не ухвалив остаточного рішення щодо Іраку.

Ірак також був введений в оману щодо способу початку бойових дій. У західних ЗМІ з'явилася інформація, що перед початком наземної операції

проти Іраку буде проведено висадку морського десанту. Щоб підтвердити цю версію, у Перській затоці зосередили десантно-амфібійне угруповання, розпочали роботи зі знищення рифів і піщаних мілин, розмінування протидесантних загороджень, а авіація завдавала ударів по вогневих точках на узбережжі. Це змусило іракське командування посилити оборонні рубежі на узбережжі Кувейту та перекинути туди п'ять бойових дивізій.

Від початку бойових дій міжнаціональних сил проти Іраку основними цілями інформаційно-психологічного впливу були: формування підтримки політики США та дій коаліційних сил серед міжнародної спільноти, арабських країн і населення США; підрив авторитету іракського режиму та особисто Саддама Хусейна; зниження морально-психологічного стану й бойового духу іракської армії, а також окремих підрозділів; надання психологічної підтримки іракським опозиційним силам; поширення дезінформації для введення в оману противника та його союзників.

Для виконання цих завдань було використано комплекс різноманітних *форм і методів інформаційно-психологічного впливу*, що доповнювали одне одного чи посилювали вплив інших методів: 1. Міжнародні сили активно та всебічно застосовували радіопропаганду, паралельно здійснюючи заходи з глушіння ефіру іракської державної радіостанції «Голос Багдада». Результати аналізу показали високу ефективність радіопропаганди як інструменту впливу. Чотири з п'яти іракських військовополонених слухали програми радіостанції «Голос затоки», які готували фахівці 4-ї групи психологічних операцій. Більшість із них довіряли цій радіостанції майже на рівні з Бі-бі-сі, значно більше, ніж офіційним урядовим ЗМІ [20].

2. Під час операції «Буря в пустелі» (17 січня 1991 р. – 28 лютого 1991 р.) (*див. додаток Б*) була використана така форма інформаційного впливу, як відеопропаганда. Через Йорданію та інші країни поширювалися відеокасети з виступами авторитетних ісламських учених із Єгипту, Саудівської Аравії та інших арабських держав. У своїх промовах вони, спираючись на тлумачення Корану, переконливо доводили, що війна, яку веде Ірак, є несправедливою, не

має нічого спільного з істинним джихадом, а відмова військовослужбовців брати в ній участь – це вчинок, що знаходить благословення Аллаха.

Телевізійна пропаганда ефективно спростувала іракські фальсифікації про нібито осквернення ісламських святинь у Мецці та Медині силами міжнародної коаліції. Для цього до святих міст були відправлені спеціальні делегації, які склалися з відомих єгипетських мусульманських богословів і тележурналістів. Відеозаписи їхніх візитів до святинь та публічні виступи активно використовувалися в телевізійних і радіоефірах для підкріплення достовірності інформаційної кампанії.

3. Активно використовувався інформаційний вплив *друкованої продукції*. На позиції іракських військ за допомогою авіації та артилерії було скинуто понад 30 мільйонів листівок. Їхня висока ефективність підтверджується тим, що 98% військовополонених бачили ці матеріали, 88% повірили їхньому змісту, а 70% визнали, що саме під їхнім впливом прийняли рішення здатися в полон [23].

Комбінація цілеспрямованих інформаційних впливів через друковані матеріали, радіо- та телепропаганду у поєднанні з постійними артилерійськими та авіаційними ударами сприяла деморалізації іракських військ, що значною мірою полегшило їх капітуляцію. Важливо зазначити, що органи інформаційно-психологічного впливу міжнародної коаліції оперативно адаптували свої дії до змін у бойових умовах, аналізували ефективність заходів і постійно коригували зміст інформаційних матеріалів.

Усі інформаційні продукти вирізнялися лаконічністю, чітким і зрозумілим змістом, доброзичливим і щирим тоном викладу. Технічне виконання листівок забезпечувало їхню стійкість до вологи та впливу сонячного проміння, що дозволяло використовувати їх у різних погодних умовах

4. *Звукова пропаганда* здійснювалася за допомогою спеціальних звукотрансляційних станцій. Для проведення усної пропаганди було задіяно 66 мобільних груп, обладнаних такими станціями, які передавалися

командирам підрозділів уздовж усього фронту міжнародних сил. Ці мобільні установки, встановлені на позашляховиках, розташовувалися на передових позиціях і трансливали звернення арабською мовою, доповнюючи їх національною музикою для створення емоційного впливу.

Передачі готувалися з урахуванням морально-психологічного стану іракських військових і велись місцевими діалектами, що підвищувало їхню ефективність. Наприклад, гарнізон острова Файлак капітулював під впливом мовлення звукотрансляційної станції потужністю 2700 Вт, розміщеної на борту гелікоптера. Це свідчить про високий рівень психологічного впливу таких засобів [23].

Отже, основними напрямками інформаційно-психологічного впливу були такі: *пропаганда військової переваги міжнародної коаліції*. Акцент робився на демонстрації могутності об'єднаних сил, наголошувалося на неминучості поразки іракської армії та безглуздості подальшого опору. Це сприяло створенню у свідомості іракських солдатів відчуття безвихідності та марності продовження бойових дій; *поширення дезінформації щодо перебігу військових операцій*. Використовувалися неправдиві повідомлення, спрямовані як на іракські війська, так і на міжнародну спільноту. Наприклад, фальшиві новини про приголомшливі успіхи коаліційних сил у перші години війни, поширені глобальними ЗМІ, досягли своїх цілей: вони деморалізували іракських військових, знижували рівень стресу серед військовослужбовців коаліції та викликали хвилю оптимізму й віри в швидку перемогу серед населення країн антиіракської коаліції; *зміцнення впевненості у безпечності здачі в полон*. Велика увага приділялася подоланню страху перед полонем серед іракських військовослужбовців. Їм нав'язувалася думка, що єдиний шлях зберегти життя – це здатися в полон. Активно рекламувалися вигідні умови утримання: якісне харчування, медичне обслуговування, можливість підтримувати зв'язок із родиною, свобода віросповідання та навіть перспектива обрати місце проживання після війни. Ця тактика дала відчутні результати: інколи потік військовополонених був настільки масовим, що це змушувало тимчасово

призупиняти наступальні дії. У ході війни в Перській затоці в полон здалися 83 962 іракських військовослужбовці [14]; зворотне повернення військовополонених з метою агітації. Частину полонених спеціально повертали до Іраку для проведення пропагандистської діяльності та диверсійно-терористичних акцій. За словами саудівського генерала Х. Азіа, ці групи стали основою антисаддамівського повстання, яке спалахнуло невдовзі після завершення бойових дій.

Підводячи підсумок, зазначимо, що перемога антиіракської коаліції стала логічним наслідком її переваги у сфері інформаційно-психологічного впливу, а також завдяки технічній і військово-тактичній домінантності. Згідно з даними Пентагону, за 40 днів бойових дій втрати Іраку становили: 10% авіаційної техніки, 18% бронетехніки, 20% артилерійських систем. Крім того, морально-бойовий дух іракських військ знизився майже на 60%. Уже в перші дні війни стало очевидно, що внаслідок ефективних інформаційно-психологічних операцій армія Іраку була настільки деморалізована, що не могла організувати ефективну оборону. У багатьох випадках іракські підрозділи при зіткненні з військами коаліції або безладно відступали, або масово здавалися в полон.

Операція «Лис у пустелі» (Desert Fox) 1998 року (див. додаток В) була проведена США та Великою Британією проти Іраку з 16 по 19 грудня 1998 року. Вона відбулася через кілька років після завершення Операції «Буря в пустелі» (Desert Storm) 1991 року, яка була частиною війни в Перській затоці. Варто зазначити, що ця чотириденна військова операція була спрямована на знищення іракських військових об'єктів, пов'язаних із виробництвом зброї масового ураження (ЗМУ), а також для послаблення військового потенціалу режиму Саддама Хусейна.

Причини проведення операції «Лиса у пустелі» тісно пов'язані з наслідками першої кампанії та подальшою політикою щодо Іраку. Які причини початку вказаної операції?: 1. *Порушення резолюцій ООН*: Після поразки у війні в Перській затоці Ірак зобов'язався дотримуватися умов

Резолюцій Ради Безпеки ООН, зокрема щодо ліквідації програм зі створення зброї масового ураження (ЗМУ). Проте інспектори ООН (UNSCOM) зіткнулися з численними перешкодами у доступі до об'єктів іракської інфраструктури. 2. *Криза інспекцій ООН*: у 1998 році Ірак відмовився співпрацювати з міжнародними інспекторами, що перевіряли наявність хімічної, біологічної та ядерної зброї. Це стало безпосереднім приводом для військового втручання. 3. *політичний контекст*: У США це співпало зі скандалом навколо імпічменту президента Білла Клінтона, що породило спекуляції, ніби атака мала відвернути увагу громадськості від внутрішньополітичної кризи [24].

Планування операції розпочалося задовго до її фактичного виконання. Напруженість між Іраком та міжнародною спільнотою зростала через відмову Багдада співпрацювати з Комісією ООН з особливих перевірок (UNSCOM), яка займалася контролем за програмами ЗМУ. У листопаді 1998 року Ірак оголосив про припинення співпраці з інспекторами ООН, що стало останньою краплею для США та їхніх союзників. Після інтенсивних консультацій у Вашингтоні та Лондоні було ухвалено рішення про проведення цілеспрямованої військової операції. Основним ініціатором виступила адміністрація президента США Білла Клінтона, яка тісно координувала свої дії з урядом прем'єр-міністра Великої Британії Тоні Блера [25].

Операція включала масштабне використання високоточної зброї. Основну роль відігравали авіаційні удари, здійснені стратегічними бомбардувальниками B-52, винищувачами F-14, F-15 та палубною авіацією флоту США. Додатково використовувалися крилаті ракети «Tomahawk», які запускалися як з військових кораблів, так і з підводних човнів у Перській затоці. Усього було завдано понад 600 авіаударів та випущено близько 400 ракет по стратегічних об'єктах Іраку, включаючи центри управління, військові бази, об'єкти протиповітряної оборони, склади озброєння та підозрювані об'єкти ЗМУ [25].

Операція не обмежувалася лише військовими діями – вона включала масштабні інформаційно-психологічні кампанії як всередині Іраку, так і на міжнародній арені. Зокрема, *маніпуляція громадською думкою у США та Великій Британії* – використання ЗМІ для обґрунтування необхідності операції, акцентуючи увагу на загрозі, яку нібито становить Ірак із його програмами ЗМУ. Це дозволяло зберегти підтримку серед населення. *В Іраку* – іракський режим також активно використовував пропаганду, щоб показати США та Захід як агресорів, що атакують невинних мирних жителів. *Психологічний тиск на режим Саддама Хусейна: стратегічні удари* по військових об'єктах і командних центрах мали на меті продемонструвати вразливість іракської армії та створити враження невідворотності поразки в разі подальших конфліктів. *Демонстрація сили*: масштаб бомбардувань мав показати перевагу західної військової технології, створюючи атмосферу страху серед іракських військових та еліти. *Міжнародна інформаційна війна*: формування коаліційної підтримки – США активно працювали з міжнародними партнерами, використовуючи дипломатичні канали та ЗМІ, щоб виправдати військові дії як «необхідний крок для забезпечення глобальної безпеки». Також застосовувалась *контрпропаганда*, яка протистояла іракській дезінформації, що зображала операцію як акт імперіалістичної агресії. Варто згадати і про активне *використання сучасних технологій*, які уперше були широко застосовані для моніторингу інформаційного простору та управління інформаційними потоками в режимі реального часу.

Тому важливим елементом операції став інформаційний вплив, який був спрямований як на міжнародну спільноту, так і на іракське населення. Уряди США та Великої Британії активно використовували ЗМІ для формування громадської думки, підкреслюючи, що військові дії спрямовані виключно проти іракського режиму, а не проти цивільного населення. Офіційні заяви Білла Клінтона та Тоні Блера акцентували увагу на загрозі, яку нібито становив Ірак для регіональної стабільності через свої програми ЗМУ. У той же час

іракський уряд проводив власну інформаційну кампанію, звинувачуючи Захід у агресії проти суверенної держави [25].

Таким чином, операція «Лис у пустелі» була не лише військовою акцією, а й комплексною інформаційно-психологічною операцією. Вона показала, як важливою є інформаційна складова сучасних воєн, де боротьба точиться не лише на полі бою, а й у свідомості людей. Наслідки операції були суперечливими. З одного боку, Ірак зазнав значних втрат у військовій інфраструктурі, що тимчасово ослабило його потенціал. З іншого боку, Саддам Хусейн залишився при владі, а програми ЗМУ, як згодом з'ясувалося, не були повністю знищені. Операція викликала міжнародну критику, особливо з боку Росії, Китаю та Франції, які вважали її незаконною без прямого мандата Ради Безпеки ООН. Цікаво, що операція відбулася на тлі політичної кризи в США, пов'язаної з процедурою імпічменту Білла Клінтона. Це породило спекуляції про те, що військова акція могла мати також внутрішньополітичні мотиви, відволікаючи увагу від скандалу навколо президента.

Підбиваючи підсумок, зауважимо, що аналіз операцій «Щит у пустелі» (Desert Shield), «Буря в пустелі» (Desert Storm) та «Лис у пустелі» (Desert Fox) демонструє еволюцію військових стратегій США та їхніх союзників у контексті конфлікту в Перській затоці, а також зростання значення інформаційного чинника у веденні сучасних воєн. Якщо говорити про військову еволюцію та стратегічні цілі, то операція «Щит у пустелі» (1990-1991 рр.) була оборонною кампанією, спрямованою на стримування Іраку після вторгнення в Кувейт. Вона зосереджувалася на зміцненні військової присутності США та коаліційних сил у регіоні для захисту Саудівської Аравії та підготовки до наступальних дій. Операція «Буря в пустелі» (1991 р.) стала першим широкомасштабним наступом, метою якого було звільнення Кувейту. Вона відзначалася масованим використанням високотехнологічної зброї, скоординованими авіаударами та наземною операцією, що тривала лише 100 годин, засвідчивши нову еру «швидких війн». У свою чергу, операція «Лис у пустелі» (1998 р.) мала обмежений характер і була спрямована на знищення

потенціалу Іраку щодо створення зброї масового ураження. Це була точкова військова акція з акцентом на авіаційні удари без залучення наземних військ (див. Додаток Г).

Інформаційний вплив ставав дедалі важливішим із кожною новою операцією, адже у «Щиті у пустелі» основний інформаційний акцент був зроблений на легітимізації військової присутності США у регіоні як необхідного кроку для захисту союзників. Під час «Бурі в пустелі» інформаційні технології стали інструментом формування глобальної громадської думки. Завдяки телеканалам, таким як CNN, ця війна стала першою «телевізійною війною», яку транслювали в прямому ефірі, що дозволило США демонструвати свою військову міць і технологічну перевагу в режимі реального часу. А у операції «Лис у пустелі» інформаційний фактор використовувався не лише для зовнішньої легітимізації дій, але і для внутрішньополітичних цілей (див. Додаток Д). Адміністрація Клінтона прагнула показати рішучість у боротьбі з міжнародними загрозами на тлі скандалу з імпічментом. Проте одночасно Ірак активно використовував інформаційні канали для дискредитації західної коаліції, зображуючи удари як несправедливу агресію проти цивільного населення.

Отже, ці три операції демонструють, що військові кампанії кінця ХХ століття перестали бути лише питанням військової сили. Інформаційні технології та медіа стали важливим інструментом стратегічного управління як на полі бою, так і в геополітичному дискурсі. Війна більше не обмежувалася лінією фронту – вона проводилася та впливала на свідомість людей через ЗМІ та інформаційні кампанії. Від оборонної стратегії до точкових ударів та глобальної інформаційної війни – ці операції стали етапами трансформації сучасного військово-політичного ландшафту.

2.3. Еволюція американської громадської думки щодо війни проти Іраку (1990-1998 рр.)

Криза в Перській затоці розпочалася 2 серпня 1990 року з вторгнення іракських військ до Кувейту. Іракські дивізії згодом зосередилися поблизу кордону з Саудівською Аравією, створюючи загрозу і для цієї країни. Анексія Кувейту викликала рішуче засудження міжнародної спільноти, а вже 6 серпня ООН запровадила торговельні санкції проти Іраку. Оскільки Кувейт і Саудівська Аравія були ключовими постачальниками нафти до Сполучених Штатів, адміністрація президента США ухвалила рішення про захист цих країн. 8 серпня 1990 року до зони Перської затоки було направлено 50 тисяч американських військовослужбовців. Протягом жовтня чисельність контингенту зросла до 200 тисяч солдатів, а в листопаді їх кількість перевищила 450 тисяч. 29 листопада Рада Безпеки ООН ухвалила резолюцію № 678, яка дозволяла застосування всіх необхідних заходів проти Іраку, якщо він не виведе свої війська з Кувейту до 15 січня 1991 року. Після закінчення встановленого терміну без досягнення результату коаліційні сили ООН на чолі зі США розпочали військову операцію проти іракської армії. Еволюція громадської думки американців щодо питання початку війни проти Іраку у період з серпня 1990 року до 1998 року відображає складну динаміку сприйняття зовнішньої політики США та воєнних операцій на Близькому Сході. На початковому етапі, у серпні 1990 року, коли Ірак вторгся в Кувейт, американське суспільство виявляло певну обережність щодо ідеї прямого військового втручання. Проте зростаюча загроза стабільності в регіоні, а також стратегічне значення нафтових ресурсів змінили цей настрій.

До вторгнення адміністрація Джорджа Буша не мала наміру розпочинати війну з Іраком, а відносини США з Багдадом не характеризувалися ворожістю чи напруженістю. Тому питання про військове втручання США для врегулювання конфлікту не порушувалося Дж. Бушем на засіданні Ради національної безпеки 3 серпня. Більше того, президент заявив,

що не чинитиме військового тиску на Ірак, навіть якщо Кувейт попросить про допомогу [26, с. 5].

Однак агресія зачепила сферу життєво важливих інтересів США, які в цьому регіоні визначалися наявністю нафти, що постачалася з Кувейту та Саудівської Аравії до США за порівняно низькими цінами. Саме тому іракський лідер вирішив взяти під контроль нафтові запаси Кувейту, а на нафтову політику Саудівської Аравії впливати загрозою застосування сили. Це вимагало зміни курсу адміністрації Дж. Буша щодо Іраку, оскільки лояльна позиція стосовно нього перестала відповідати американським інтересам. Тому 5 серпня Дж. Буш заявив, що США не допустять агресії Іраку. Це привело до необхідності обґрунтувати перед своїми громадянами зміну політики щодо Багдаду.

Адміністрація президента розпочала формування негативної стосовно Іраку громадської думки та створення узагальненого образу ворога в особі іракського лідера [27]. ЗМІ загалом підтримали обраний президентом курс. Садам Хусейн представлявся як безжальний і кровожерливий диктатор, який порушує права людини у своїй країні та в Кувейті, бажаючий захопити Саудівську Аравію та поламати світовий порядок.

Політику іракської армії у Кувейті Дж. Буш охарактеризував як геноцид кувейтського населення [28, р. 20]. Садама Хусейна постійно порівнювали з А.А. Гітлером: за дослідженням Центру Ганнета, який спеціалізується в галузі вивчення ЗМІ, преса і телебачення за час кризи зробили це 1170 разів [29, р. 42]. Можливо, саме внаслідок інтенсивної політики дискредитації С. Хусейна його оцінка громадянами США за 100-відсотковою шкалою напередодні війни за даними більшості опитувань становила 0 пунктів, а опитування 4-8 січня 1991 року. показав, що більшість американців (81%) вважали основною причиною вступу США у війну звірства іракців у Кувейті [28, р. 39].

Американські засоби масової інформації у період з 1990 по 2000 роки формували образ Саддама Хусейна як головного антагоніста, використовуючи чітко визначені риторичні та візуальні стратегії, які відповідали

зовнішньополітичним цілям США. Цей образ еволюціонував у контексті ключових подій: війни в Перській затоці, періоду санкцій проти Іраку та подальших військових операцій.

- *«Новий Гітлер» і персоніфікація зла (1990–1991)* Під час підготовки до війни в Перській затоці американські ЗМІ активно демонізували Саддама Хусейна, порівнюючи його з Адольфом Гітлером. Це порівняння підкреслювало його агресивність, авторитаризм та прагнення до територіальної експансії після вторгнення в Кувейт. Такі аналогії створювали чіткий моральний поділ на «добро» (США і коаліційні сили) та «зло» (Ірак і Хусейн), що допомагало мобілізувати громадську підтримку війни [35].
- *Тиранічний диктатор (1991–1998)* Після закінчення війни «Буря в пустелі» образ Хусейна залишався негативним, але акценти змістилися на його жорстоке ставлення до власного народу. Американські медіа часто підкреслювали репресії проти курдів, шіїтських повстанців та інших опозиційних груп в Іраку. Також активно висвітлювалися порушення прав людини, включно із застосуванням хімічної зброї, що ще більше закріплювало його імідж деспота.
- *Загроза міжнародній безпеці (після 1998 року)* У контексті операції «Лис у пустелі» та політики стримування Іраку медіа фокусувалися на темі потенційної загрози з боку Хусейна як лідера, що нібито прагне відновити програми зі створення зброї масового ураження. Він зображувався як непередбачуваний автократ, здатний загрожувати не лише регіональній, а й глобальній безпеці.

Також цікаво підкреслити, якщо говорити про візуальні та риторичні прийоми, то спостерігалось наступне:

- Використання фото й відео, де Хусейн зображений у військовій формі, з суворим виразом обличчя, часто на фоні військової техніки чи під час огляду армії, що підкреслювало його мілітаризм.
- Акцент на культі особистості в Іраку, що створювало образ самозакоханого диктатора, ізольованого від реальних потреб свого народу.

- Використання термінів на кшталт «м'ясник з Багдада», «диктатор», «агресор», які посилювали негативне сприйняття.

Загалом американські ЗМІ ефективно створили стереотипний образ Хусейна як уособлення зла, що допомагало легітимізувати військові дії США в очах громадськості та формувати підтримку урядових рішень щодо політики в Іраку.

Президентська адміністрація акцентувала увагу на загрозах, які представляв Ірак та посилені загарбницьких прагненнях С. Хусейна. Вона повідомляла завищені дані про чисельність іракських збройних сил та про військовий потенціал його армії, надавала не доведені відомості про підтримку режимом С. Хусейна низки терористичних організацій. Представники адміністрації широко розповсюджували чутки про наявність у Іраку величезних запасів зброї масового знищення, а також про плани її можливого застосування, про те, що в найближчому майбутньому Ірак зможе створити ядерну зброю.

Постійно нагніталась атмосфера загрози американським громадянам, які знаходились у регіоні. Дослідження Центру Ганнета показали, що словосполучення «людський щит», яке ЗМІ вживали по відношенню до західних заручників, з 1 серпня 1990 року. до 28 лютого 1991 р. повторилося 2588 разів. Більшість разів ЗМІ згадували в цей час лише В'єтнам, порівнюючи можливу війну в Перській затоці з війною у В'єтнамі (7279 разів) [29, р. 42].

Діяльність адміністрації президента щодо формування негативної стосовно Іраку громадської думки призвела до беззастережного засудження громадянами США агресії Іраку. Майже 2/3 опитаних погодилися, що іракська загроза досить серйозна. До листопада 1990 р. пріоритетною для американців проблемою був не бюджетний дефіцит чи проблема наркотиків, як було раніше, а криза в Перській затоці [28, pp. 27, 212].

Події в Перській затоці засвідчили готовність американського суспільства об'єднатися навколо президента після його рішення щодо ескалації конфлікту. Це явище, яке професор політології Рочестерського

університету Дж. Мюллер охарактеризував як «ефект об'єднання нації навколо прапора». Варто зазначити, що на початковому етапі значна частина американців виступала проти участі США в конфлікті. Згідно з даними опитування Геллапа, більшість респондентів (56%) не підтримували відправлення американських військ у регіон Перської затоки [26, с. 9]. Однак після ухвалення рішення про дислокацію Збройних сил США в Саудівській Аравії рівень підтримки суттєво зріс: 8 серпня 81% опитаних схвалювали цю ініціативу, а 20–21 серпня підтримка досягла 86% [28, с. 197].

Проте переважна більшість американців не вбачала потреби у розв'язанні війни проти Іраку. Згідно з опитуваннями, 59% респондентів виступали проти військових ударів по іракських силах, тоді як лише 27% підтримували такі дії. При цьому 70% опитаних надавали перевагу мирному врегулюванню конфлікту без застосування військової сили [31, с. 48].

У середині жовтня 1990 року американська громадськість занепокоїлася економічною ситуацією: бюджетний дефіцит і боротьба з наркотиками знову стали ключовими питаннями. Рівень підтримки державного курсу впав із 51% у серпні до 27% у жовтні, що негативно позначилося на рейтингу Джорджа Буша-старшого – лише 53% схвалювали його роботу, найнижчий показник за час його каденції. Проте вже в листопаді, через ескалацію конфлікту в Перській затоці, рейтинг Буша зріс до 60% і тримався на цьому рівні до початку бойових дій у січні 1991 року [28, с. 26, 44, 180]. Це зростання було зумовлене рішенням про подвоєння військового контингенту США в регіоні 8 листопада, що викликало політичні суперечки. Демократи вимагали економічних санкцій замість війни, а в Конгресі поставили питання про повноваження президента у прийнятті рішень без консультацій із законодавцями. Сенатський комітет із питань збройних сил відкрив слухання, де міністр оборони Дік Чейні 3 грудня заявив, що військова операція – єдиний спосіб змусити Ірак залишити Кувейт. Попри суперечки, 12 січня 1991 року Конгрес схвалив використання сили, хоча голоси розділилися майже порівну [32]. Це створило ілюзію єдності між виконавчою та законодавчою владою, що

зміцнило громадську підтримку [32]. Можна погодитися з професором Каліфорнійського університету Майклом Гленноном, що багато членів Конгресу проголосували за війну лише тому, що протилежний вибір – відступ, коли в регіоні зосереджена потужна армія США, – виглядав би значно гірше [33, с. 96].

Що стосується громадської думки, то в листопаді 1990 року лише 52% американців підтримували військову відповідь у разі нападу Іраку на Саудівську Аравію, а 42% схвалювали застосування сили для звільнення Кувейту. Страх перед затяжною війною, значними втратами та повторенням в'єтнамського сценарію стримував підтримку війни: 41% вважали, що перемога буде дорогою вартісною, а 62% побоювалися великої кількості жертв [34, с. 148]. Проте провал переговорів із Іраком і загроза атаки на Ізраїль змінили настрої – у січні більшість американців підтримала ідею війни. Підтримка зросла й завдяки рішення зосередити військову кампанію на авіаударах, що знизило побоювання щодо втрат. Загалом напередодні війни громадська думка залишалася розділеною: одні сподівалися на дипломатичне врегулювання, інші вважали війну неминучою [34, с. 149].

Якщо говорити про еволюцію американської громадської думки щодо війни проти Іраку впродовж вказаного хронологічного проміжку часу, то варто зазначити, що операція «Щит у пустелі», розпочата у серпні 1990 року, мала на меті стримати подальшу агресію Іраку та забезпечити безпеку Саудівської Аравії. Спочатку суспільство поставилося до цього розгортання військ із стриманим схваленням, сприймаючи його як оборонну ініціативу. Однак поступове нарощування військової присутності США викликало запитання про можливість ескалації конфлікту.

Переломним моментом стала операція «Буря у пустелі» у січні 1991 року, яка передбачала масовану повітряну атаку та наземну операцію для звільнення Кувейту. Ця швидка та рішуча військова кампанія, що завершилася успіхом у лютому 1991 року, спричинила різкий сплеск патріотичних настроїв і підтримки серед американців. ЗМІ активно висвітлювали перемоги

коаліційних сил, що сприяло формуванню позитивного образу армії США як захисника міжнародної безпеки. Рівень підтримки адміністрації Джорджа Буша-старшого досяг піку.

У подальші роки, особливо після завершення активних бойових дій, громадська думка почала змінюватися. Операція «Лис у пустелі» у грудні 1998 року, яка передбачала чотириденне бомбардування Іраку з метою знищення потенціалу виробництва зброї масового ураження, відбулася на тлі зростаючої втоми суспільства від затяжних конфліктів у регіоні. Хоча офіційно операцію обґрунтовували необхідністю забезпечення національної безпеки США, багато американців почали критично ставитися до частих військових інтервенцій, особливо без чіткої довгострокової стратегії.

Загалом, у період з 1990 до 1998 року громадська думка американців щодо війни з Іраком пройшла шлях від стриманої підтримки оборонних дій до ейфорії після військових перемог і, зрештою, до зростаючого скептицизму щодо доцільності подальших утручань. Ці зміни відображають не лише військові успіхи чи невдачі, але й вплив медіа, політичних рішень та суспільних настроїв, що формувалися під впливом глобальних подій того часу (див. Додаток E).

Отже, громадська думка в США напередодні початку військових дій проти Іраку характеризувалася певною двоїстістю. Незважаючи на жорстку позицію, що взяла курс на військове вирішення питання адміністрації Дж. Буша, всіляку її пропаганду у ЗМІ, більшість американців хоч і засудили агресію, але не були впевнені у необхідності початку війни. Частина американців сподівалася, що позитивного результату можна досягти внаслідок санкцій чи переговорів. Багато хто в США продовжував вважати, що країні загрожує затяжний і кровопролитний конфлікт. Громадська думка залишилася розділеною. Велися запеклі дебати між прихильниками санкцій та прихильниками війни. Президентська адміністрація не змогла переконати громадськість у необхідності розпочати війну, але і її опоненти не домоглися зменшення підтримки війни.

Висновки до 2-го розділу

Проаналізувавши передумови застосування інформаційних операцій у війні 1990-1991 рр., можна зробити висновок, що США та їх союзники усвідомлено підійшли до використання інформаційно-психологічних засобів як важливої складової сучасної війни. Війна в Перській затоці стала першою масштабною кампанією, де інформаційні технології та медіа активно використовувалися для формування громадської думки, деморалізації противника та мобілізації міжнародної підтримки. Основними факторами, що зумовили таку стратегію, були розвиток глобальних інформаційних мереж, поява нових засобів масової комунікації, а також зростаюче значення психологічного впливу на солдатів і цивільне населення.

У ході операцій «Щит у пустелі», «Буря у пустелі» та «Лис у пустелі» інформаційно-психологічний вплив набув системного характеру. Застосовувалися як традиційні засоби пропаганди, так і новітні технології, що дозволяло ефективно керувати сприйняттям подій як серед власного населення, так і серед іракської аудиторії. Психологічні операції спрямовувалися на зниження морального духу іракських військ, посилення паніки, створення атмосфери невпевненості та недовіри до керівництва Іраку. Особливу роль відігравала маніпуляція інформацією через провідні ЗМІ, що дозволяло контролювати наратив і забезпечувати легітимацію дій коаліційних сил у міжнародному контексті.

Еволюція американської громадської думки щодо війни проти Іраку в період з серпня 1990 р. до 1998 р. демонструє високу ефективність інформаційно-психологічних кампаній. Початкове схвалення військової інтервенції значною мірою було результатом вміло побудованої інформаційної стратегії, яка підкреслювала загрозу з боку Іраку та необхідність захисту демократичних цінностей і міжнародної безпеки. Протягом наступних років, незважаючи на зростання критики щодо тривалості конфлікту та його наслідків, інформаційні впливи дозволяли утримувати

загальний рівень підтримки серед населення, формуючи образ Іраку як постійної загрози. Це забезпечило політичну легітимність подальших військових та економічних дій США проти Іраку.

Таким чином, досвід війни в Перській затоці став яскравим прикладом того, як інформаційно-психологічний вплив може виступати ключовим інструментом досягнення стратегічних цілей у сучасних конфліктах, забезпечуючи не лише військову перевагу, а й підтримку громадської думки як всередині країни, так і на міжнародній арені.

РОЗДІЛ 3

ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ У ДРУГІЙ ВІЙНІ США ПРОТИ ІРАКУ (2003-2011 РР.)

3.1. Друга війна США проти Іраку (2003 р.): причини застосування військової сили і наслідки

Після нападів Аль-Каїди 11 вересня 2001 року на Всесвітній торговий центр у Нью-Йорку та Пентагон у Вашингтоні адміністрація президента Джорджа Буша почала будувати плани вторгнення в Ірак, обґрунтовуючи це необхідністю боротьби з тероризмом і запобіганням загрозам національній безпеці США [36]. Хоча безпосередньої причетності Іраку до атак 11 вересня не було доведено, Білий дім наполягав на тому, що режим Саддама Хусейна підтримує терористичні організації та продовжує розробку зброї масового знищення, порушуючи резолюції ООН. У січні 2002 року Буш у своєму зверненні до Конгресу назвав Ірак частиною «осі зла» разом з Іраном і Північною Кореєю, звинувативши країну у загрозі світовій безпеці. Це був перший публічний сигнал щодо формування образу Іраку як головного ворога, За його словами, якщо ці держави не відмовляться від своїх намірів, США будуть змушені «звести з ними рахунки» [37, с. 181].

Адміністрація Буша почала будувати аргументи на користь того, що Сполучені Штати повинні діяти превентивно, щоб змінити правлячий режим Іраку. Разом з тим Рада Безпеки Організації Об'єднаних Націй (ООН) ухвалила резолюцію, яка вимагала від Саддама Хусейна розкрити інформацію про розробку ЗМЗ та дозволити інспекції різних місць в Іраку. Після того, як Ірак не продемонстрував повної співпраці та добровільного роззброєння, президент Буш висунув ультиматум Саддаму Хусейну залишити Ірак або зіткнутися з військовою силою.

19 березня 2003 року, після того, як Саддам Хусейн відмовився здатися, коаліційні сили на чолі з Сполученими Штатами вторглися до Іраку. Твердження про те, що Ірак володіє ЗМЗ та має активні зв'язки з терористичними групами, склали основу аргументів адміністрації щодо

вторгнення до Іраку. Оскільки після 11 вересня вже існував підвищений страх перед терористичними атаками на батьківщину, аргументів адміністрації було достатньо, щоб мобілізувати громадськість і підтримку Конгресу для війни, яку інакше було б майже неможливо переконати. Такий рівень підтримки не був підтриманий на міжнародному рівні, попри це, Буш все ж таки продовжив вторгнення. У тому ж році апарат радника з національної безпеки Кондолізи Райс підготував документ «Ультиматум Саддаму Хусейну та іракському режиму», у якому, на підставі оцінок ЦРУ, були викладені ключові аргументи на користь військової інтервенції: наявність зброї масового знищення (ЗМЗ) в Іраку; підтримка міжнародного тероризму; загроза сусіднім країнам; тиранічний характер режиму [38].

Мотиви вторгнення можна вважати всеохопними, оскільки вони включали політичну, економічну та ідеологічну сфери. Їх доцільно поділити на офіційно проголошені та приховані, притаманні внутрішньополітичному порядку денному адміністрації тодішнього президента США Джорджа Буша-молодшого.

Варто ще раз наголосити, що підтримка тероризму була другою офіційною причиною вторгнення. Після терактів 11 вересня 2001 року у США сформувалася стратегія глобальної «війни з терором». В її рамках режим Саддама Хусейна було представлено як потенційного союзника терористичних організацій. Це дозволило адміністрації позиціонувати вторгнення як логічне продовження боротьби проти загроз національній безпеці. Як зазначають Крамер і Тралл, події 11 вересня «відкрили вікно можливостей для реалізації давно запланованих кроків» [40].

Зміна режиму та «поширення демократії» стали третім публічним мотивом вторгнення до Іраку. У концептуальній інтерпретації неоконсервативних ідеологів, які мали значний вплив на зовнішньополітичний курс адміністрації Джорджа Буша-молодшого, усунення диктатури Саддама Хусейна розглядалося не лише як акт «визволення іракського народу» від авторитарного правління, але й як

стратегічний крок, що мав започаткувати трансформацію політичної культури всього Близького Сходу. Цей підхід ґрунтувався на переконанні, що запровадження в Іраку інститутів ліберальної демократії – вільних виборів, верховенства права, громадянських свобод – створить позитивний прецедент і «ланцюгову реакцію» реформ у сусідніх державах.

Аргумент підкріплювався твердженням, що стабільність у регіоні може бути забезпечена лише тоді, коли країни позбудуться авторитарних і тоталітарних режимів, схильних до агресії та підтримки екстремізму. У промові 2003 року президент Джордж Буш прямо сформулював цю ідею, заявивши: «Демократія в Іраку переможе, і ця перемога поширить звістку від Дамаска до Тегерана — що свобода може стати майбутнім кожної нації». Таким чином, демократизація Іраку позиціонувалася як інструмент «нової великої стратегії» США, покликаної змінити геополітичний баланс сил і закріпити американський вплив у регіоні під прикриттям ціннісного порядку денного [41].

Загроза для сусідніх держав, зокрема Ізраїлю, стала четвертим аргументом на користь вторгнення в Ірак. Ізраїль традиційно розглядається у Вашингтоні як ключовий стратегічний партнер та опорний пункт американської політики безпеки на Близькому Сході. З часів Холодної війни, а особливо після війни в Перській затоці 1991 року, питання гарантування ізраїльської безпеки посідало чільне місце в американських зовнішньополітичних пріоритетах. Режим Саддама Хусейна неодноразово демонстрував ворожість до Ізраїлю – зокрема, під час війни в Перській затоці іракські війська здійснили ракетні удари по ізраїльських містах, що залишило глибокий слід у регіональній пам'яті та стратегічному плануванні.

Філіп Зеліков, радник адміністрації Джорджа Буша-молодшого, прямо зазначав, що Ірак становив найбільшу небезпеку не стільки для Сполучених Штатів, скільки для Ізраїлю. На його думку, усунення цієї загрози мало не лише ліквідувати безпосередній військовий ризик, а й змінити баланс сил на Близькому Сході на користь союзників США. Такий підхід відображав ширше

бачення неоконсервативних кіл адміністрації: безпека Ізраїлю розглядалася як складова загальної системи західної безпеки в регіоні, а ліквідація ворожого режиму у Багдаді мала стати важливим кроком у формуванні «нового Близького Сходу», стабільного та дружнього до американських інтересів [42].

Вторгнення Сполучених Штатів в Ірак 2003 року стало однією з найбільш суперечливих військових інтервенцій XXI століття. Його суперечливість зумовлена неоднозначністю трактування та подвійністю офіційно заявлених і прихованих причин конфлікту. Війна мала значні наслідки: по-перше, Ірак опинився в стані політичного хаосу та громадянської війни, що сприяло виникненню та зміцненню терористичних угруповань, таких як «Ісламська держава» (ІДІЛ). По-друге, США зазнали величезних фінансових витрат і втратили довіру міжнародної спільноти через відсутність доказів щодо зброї масового знищення. По-третє, війна спричинила гуманітарну кризу: загинули десятки тисяч мирних жителів, а мільйони були змушені залишити свої домівки. Зрештою, хоча США і вдалося усунути Саддама Хусейна, вони не змогли забезпечити стабільність у регіоні, що зробило Ірак ареною тривалих збройних конфліктів і боротьби за владу між різними групами.

Окрім офіційно озвучених підстав для вторгнення, як-от наявність у Іраку зброї масового знищення чи прагнення до поширення демократії, існували й приховані мотиви, що надають подіям значно ширшого та глибшого політичного виміру. Серед них ключовим був енергетичний інтерес, зокрема контроль над багатими іракськими нафтовими родовищами та стратегічно важливими маршрутами постачання енергоносіїв у регіоні Перської затоки. Як підкреслює Майкл Клер, для адміністрації Джорджа Буша-молодшого забезпечення довгострокового доступу до цих ресурсів було одним з основних завдань, можливо, навіть важливішим за декларовану боротьбу з тероризмом [43].

Такий підхід вписувався у тривалу логіку американської геоекономічної стратегії, спрямованої на закріплення гегемонії США на Близькому Сході. Він

також відповідав доктрині Буша, відомій у наукових колах як концепція «пренебрежного перекроювання» регіонального порядку, що передбачала застосування військової сили та політичного тиску для створення лояльних режимів, розширення постійної американської присутності у геостратегічно важливих точках та проведення так званих «демократичних трансформацій» під патронатом Вашингтона.

Ще одним важливим чинником був незавершений конфлікт Першої війни в Перській затоці (1990-1991). Для частини аналітиків інтервенція 2003 року стала спробою Буша-молодшого «довести до кінця» те, що розпочав його батько, Джордж Буш-старший. Однак подальший розвиток подій, зокрема відсутність підтверджень наявності зброї масового знищення, підірвав офіційний інформаційний наратив і викликав гостру критику на адресу Білого дому.

Відтак серед реальних, а не декларованих цілей війни можна назвати усунення режиму Саддама Хусейна, формування підконтрольного США уряду, зміцнення безпеки Ізраїлю, контроль над енергетичними ресурсами та посилення геополітичного впливу Сполучених Штатів у ключовому регіоні. Між офіційно проголошеними причинами та справжніми мотивами вторгнення пролягав відчутний розрив, який адміністрація Буша намагалася замаскувати за допомогою страху перед міжнародним тероризмом та образом «держави-ізгоя». У цьому сенсі війна в Іраку 2003 року була не лише окремою військовою кампанією, а й складовою комплексної стратегії США з формування нового безпекового та політичного ландшафту на Близькому Сході.

Друга війна США проти Іраку стала поворотним моментом у політичній історії регіону. Вона призвела не лише до зміни влади в Іраку, але й до глибоких структурних трансформацій у безпековій, політичній та економічній сферах Близького Сходу. Невирішені наслідки цієї інтервенції досі впливають на регіональну стабільність, міжнародні відносини та дискурс про легітимність застосування військової сили у світовій політиці.

Наслідки війни США проти Іраку (2003 р.) мали багатовимірний характер і торкнулися політичної, безпекової, економічної, гуманітарної та міжнародної сфер. Політично війна призвела до повалення режиму Саддама Хусейна та встановлення тимчасової коаліційної адміністрації під керівництвом США, що згодом сприяло формуванню нового іракського уряду та прийняттю конституції 2005 року. Водночас країна залишалася нестабільною, а вплив Ірану на внутрішні політичні процеси помітно зріс через підтримку шіїтських партій. У безпековій площині вторгнення спричинило розгортання збройного опору коаліційним силам і міжетнічної громадянської війни, а також стало підґрунтям для появи нових терористичних угруповань, зокрема «Аль-Каїди в Іраку» та пізніше «Ісламської держави» (ІДІЛ), що сприяло подальшій дестабілізації регіону. Економічні наслідки проявилися у масштабному руйнуванні інфраструктури, падінні економічних показників і залежності від зовнішньої допомоги, хоча видобуток нафти відновився під контролем нової влади. Гуманітарна ситуація різко погіршилася: загинули сотні тисяч цивільних, мільйони людей стали біженцями або внутрішньо переміщеними особами, соціальна інфраструктура зазнала значних втрат. На міжнародному рівні війна викликала критику з огляду на відсутність знайденої зброї масового знищення та відсутність санкції Ради Безпеки ООН, що підірвало авторитет США й активізувало дискусії про легітимність превентивних воєн. Зміна балансу сил на Близькому Сході, зростання регіональної нестабільності та посилення конфліктних тенденцій стали тривалими наслідками, які продовжують визначати політичну динаміку регіону й сьогодні.

Причини та наслідки цієї війни відображають складний переплетений характер офіційних і прихованих мотивів та довготривалі наслідки для регіону і світу. Формально вторгнення обґрунтовувалося наявністю у Іраку зброї масового знищення, боротьбою з міжнародним тероризмом і необхідністю демократичних реформ, однак значну роль відігравали енергетичні інтереси, прагнення до геополітичного домінування США на Близькому Сході та

незавершеність Першої війни в Перській затоці. Хоча військова кампанія швидко досягла мети у вигляді повалення режиму Саддама Хусейна, її наслідки виявилися масштабними й суперечливими: політична нестабільність, міжетнічні конфлікти, посилення терористичних угруповань, економічний занепад, гуманітарна криза та дестабілізація регіону загалом. Ця війна стала прикладом того, як силове втручання без міжнародного консенсусу та ефективної стратегії післявоєнного врегулювання може призвести до глибоких і тривалих негативних наслідків, що виходять далеко за межі початкових цілей.

3.2. Операція США і їх союзників «Іракська свобода» («Шок і трепет») в Іраку в 2003 р

У березні 2003 року, президент Джордж Буш розпочав вторгнення США до Іраку, яке дещо амбітно назвав «Іракською свободою». Військовий наступ розпочався з видовищного нічного бомбардування Багдада, яке стратеги Пентагону назвали «Шок і трепет». Операція США та їхніх союзників («Shock and Awe»), що розпочалася 20 березня 2003 р., стала однією з наймасштабніших військових кампаній початку XXI століття. Її офіційними причинами американське керівництво назвало необхідність ліквідації зброї масового ураження, якою нібито володів Ірак, а також виконання резолюцій Ради Безпеки ООН, що вимагали проведення міжнародних інспекцій та роззброєння [44]. Додатково наголошувалося на намірі США усунути диктаторський режим Саддама Хусейна й забезпечити демократичний розвиток країни [45]. Водночас значна частина дослідників звертає увагу на приховані мотиви цієї інтервенції, а саме контроль над іракськими нафтовими запасами, посилення геополітичного впливу США на Близькому Сході та демонстрацію військової переваги після терактів 11 вересня 2001 р. [46, 47].

Захоплення Іраку в рамках операції «Іракська свобода» (OIC) було розроблено з використанням комплексної повітряної та наземної кампанії для швидкого та рішучого усунення керівництва партії Баас, що призвело до

повного краху правління в країні та остаточної капітуляції або смерті Саддама Хусейна. Коаліційні сили фактично змогли швидко повалити режим Саддама Хусейна та захопити великі міста Іраку з невеликими втратами. [39]. Кампанія розпочалася масованими авіаційними та ракетними ударами по Багдаду й ключових військових об'єктах Іраку, її стратегія ґрунтувалася на концепції швидкого й руйнівного нападу, здатного паралізувати систему управління противника та деморалізувати його війська [48]. Паралельно відбувався сухопутний наступ армій США, Великої Британії та їхніх союзників із території Кувейту в напрямку іракської столиці. 9 квітня 2003 р. війська коаліції увійшли до Багдада, що символічно відзначилося поваленням статуї Саддама Хусейна на площі Фірдус [49]. Уже 1 травня президент США Джордж Буш проголосив завершення основної фази бойових дій, однак країна невдовзі занурилася у затяжну повстанську війну та міжконфесійні зіткнення.

Наслідки операції мали глибокий і суперечливий характер. З одного боку, було повалено авторитарний режим, проведено арешт Саддама Хусейна у грудні 2003 р., а у 2006 р. його страчено після судового процесу. З іншого боку, знищення державних інституцій призвело до політичного вакууму, зростання міжетнічної та релігійної ворожнечі, активізації терористичних угруповань, серед яких «Аль-Каїда в Іраку», що згодом трансформувалася в «Ісламську державу» [50]. Відсутність знайдених доказів наявності зброї масового ураження викликала серйозну критику на адресу адміністрації Буша та підірвала міжнародний авторитет США [51].

Соціально-економічні наслідки були не менш драматичними, десятки тисяч загиблих серед мирного населення, масові потоки біженців, руйнування інфраструктури та глибокий економічний занепад [52]. Гуманітарна криза супроводжувалася зростанням нестабільності у всьому регіоні, що стало підґрунтям для нових збройних конфліктів. Таким чином, хоча воєнна мета операції, швидке усунення режиму Саддама Хусейна, була досягнута, стратегічні та політичні результати виявилися сумнівними: країна залишилася розділеною, а регіон – дестабілізованим [53; 54].

Інформаційна складова операції «Іракська свобода» відіграла не менш важливу роль, ніж військові дії. Адміністрація Джорджа Буша доклала значних зусиль для формування потрібних наративів як у внутрішньому, так і в міжнародному інформаційному просторі. Центральним елементом комунікаційної стратегії стало переконання світової спільноти у наявності в Іраку зброї масового ураження, хоча надалі ці твердження не були підтверджені. Мас-медіа активно використовувалися для поширення меседжів про загрозу тероризму, зв'язки режиму Саддама Хусейна з «Аль-Каїдою» та необхідність «превентивної війни». Важливим елементом стала концепція «Shock and Awe», яка мала не лише військовий, але й психологічний ефект: демонстрація масштабних бомбардувань у прямому ефірі CNN та інших каналів повинна була не лише деморалізувати іракське населення й армію, а й справити враження на міжнародну аудиторію [55].

Крім того, у ході операції США активно застосовували стратегії стратегічних комунікацій, спрямованих на легітимацію своїх дій. Використовувалися звернення президента Буша, які підкреслювали моральний обов'язок США «звільнити іракський народ» і «поширювати демократію на Близькому Сході» [56]. Паралельно велась інформаційна кампанія проти Саддама Хусейна, який у медійному просторі позиціонувався як диктатор, що загрожує світовій безпеці. Значний ефект мало і символічне повалення статуї Саддама Хусейна у Багдаді, яке транслювалося провідними телеканалами і стало одним із найбільш відомих візуальних образів війни [57].

Інформаційна операція США проти Іраку здійснювалася за спеціальною схемою: перший етап (підготовчий) передбачав планування операції і визначення способів її проведення, утримання керівництва Іраку та світової спільноти в постійній напрузі щодо терміну початку військової операції, а також можливостей застосування нових видів зброї. Другий етап (інформаційний) полягав у створенні інформаційного приводу для застосування військової сили. У його основу було покладено обґрунтування реальної загрози світу з боку диктаторського режиму С. Хусейна, небезпеки

застосування ядерної, хімічної та біологічної зброї. Третій вже був плавним завершенням інформаційної операції після досягнення воєнних цілей. Він полягав у створенні перехідного, лояльного до США уряду.

Якщо говорити про підготовчий етап операції проти Іраку, то варто зазначити, що США його розпочали ще задовго до початку бойових дій. Нейтралізація інформаційної інфраструктури Іраку здійснювалася через досягнення переваги в інформаційному просторі: телекомунікаційними (космічними також) та поліграфічними засобами. Також відбулося значне зростання обсягів теле і радіомовлення на Ірак та арабський світ. Уже на початку 2003 р. суттєво були розширені штати арабської редакції Бі-бі-сі. «Голос Америки» вів цілодобове мовлення п'ятьма мовами регіону. Інформаційно-психологічну діяльність у Перській затоці здійснювало понад 30 радіостанцій [57]. В ефірі періодично з'являлися програми із «заявами» С. Хусейна, інших іракських керівників, створені з використанням осіб-імітаторів їхніх голосів і за допомогою голосових комп'ютерних аналізаторів.

Також під час підготовчого етапу було здійснено низку організаційних заходів для координації діяльності впливових міжнародних ЗМІ. Поблизу кордону з Іраком проводилися навчання підрозділів психологічних операцій США, а в Міністерстві оборони США створено спеціальне управління з питань відбудови та гуманітарної допомоги Іраку. Головне завдання цього управління – післявоєнне політичне й економічне відновлення Іраку.

Основними формами та способами інформаційно-психологічного впливу були: використання ЗМІ (радіо, телебачення, друковані засоби) [58], комп'ютерні мережі, сил спеціального призначення, дипломатичних каналів, демонстративних дій. Тому разом з масованою інформаційно-пропагандистською кампанією світових ЗМІ, скоординованою за ефірним часом, радіочастотами, до проведення інформаційної операції постійно залучалися літаки зі складу сил спеціальних операцій військово-повітряних сил США С-130 («Командо Соло»), обладнані бортовими станціями радіо- й

телевізійного мовлення. Регулярно здійснювалися сеанси телерадіомовлення на Багдад, де транслювалися звернення керівництва США до населення Іраку.

Одним з основних способів ведення інформаційної боротьби стала друкована пропаганда. Тільки протягом січня 2003 р. розповсюдження друкованої продукції здійснювалося понад 10 разів, окремо над мирними та військовим об'єктами. Загальна кількість листівок становила 40 млн. примірників [59], більшість з яких була підготовлена в пункті постійної дислокації 4-ої групи психологічних операцій м. Форт-Брегг (штат Північна Кароліна).

У південній і північній частинах Іраку було розповсюджено мільйони листівок, переважно, біля військових об'єктів і житлових масивів. Основний зміст листівок – попередження іракських військовослужбовців про потенційну загрозу для їхнього життя, відмова від підтримки С. Хусейна, інформування про час радіомовлення коаліції [60].

Одним з найбільш ефективних способів інформаційно-психологічного впливу на світову спільноту, населення та військовослужбовців США, а також на війська та населення Іраку стало радіомовлення й телебачення. На фінансування ефірної війни проти Іраку було виділено 100 млн доларів. Якщо такі радіостанції, як «Інформаційне радіо», «Радіо свобода Іраку», «Радіо САВА», «Аль-Мустакбаль», «Радіо Межиріччя», здійснювало відверту підтримку дій коаліції, то інші – спрямовували свої зусилля на поетапний прихований вплив на цільові аудиторії [61]. До останніх належала радіостанція «Тікріт», що з'явилася у січні 2003 р. і здійснювала спочатку помірну критику режиму С. Хусейна та прогнозувала можливе вторгнення коаліційних військ до Іраку [62]. Фахівцям «Тікріту» вдалося створити імідж досить нейтральної арабської радіостанції. Наприкінці березня 2003 р. радіо «Тікріт» розпочало вмовляти військовослужбовців Республіканської гвардії Іраку не чинити опору військам коаліції, а керівництво БААС – повалити режим С. Хусейна. Пізніше стало відомо, що радіо «Тікріт» було створено за підтримки ЦРУ та розташовано в Кувейті [63].

Привілейованими ЗМІ, котрим надали право першими повідомляти про перебіг бойових дій військ коаліції, були: Сі-ен-ен, Бі-бі-сі, Ей-бі-сі, Ен-бі-сі. Ще до початку бойових дій Пентагон продав агенціям Бі-бі-сі та Сі-ен-ен ексклюзивне право трансляції штурму м. Басри. Уже в перші дні саме ці телевізійні канали показали іракських військовополонених, інформували своїх глядачів про підступні дії іракських військ.

В умовах бойових дій Пентагон отримав повноваження щодо здійснення цензури (й на території США також). Представник Ен-бі-сі журналіст П. Арнетт був відкликаний з району Перської затоки тому, що в одному з інтерв'ю іракському телебаченню він назвав невдалою для сил коаліції початкову стадію війни в Іраку [64].

Серед регіональних ЗМІ канал «Аль-Арабія» спочатку розглядався як головний проамериканський мовник в арабському світі, адже його створення у 2003 році за підтримки саудівських інвесторів було спрямоване на формування альтернативи катарському телеканалу «Аль-Джазіра», який часто критикували за надмірно емоційний стиль та конфронтаційний підхід. «Аль-Арабія» позиціонувалася як більш стриманий, професійний та нейтральний канал, покликаний відображати події війни в Іраку у «раціональному» ключі. Проте під час підготовки до операції та в процесі бойових дій саме «Аль-Джазіра» несподівано отримала значно вищі рейтинги завдяки оперативному висвітленню подій, ексклюзивним кадрам із зони бойових дій та відвертій критиці вторгнення. Це дозволило каналу зміцнити репутацію одного з найвпливовіших і водночас найбільш суперечливих ЗМІ в арабському світі та навіть кинути виклик інформаційному домінуванню західних телеканалів [65].

Досить ефективним способом впливу на психіку та поведінку іракських урядовців, представників вищого військового керівництва виявилось передання звернень до них через електронну пошту, мобільні та приватні телефони. Спеціально підготовлені оператори ЦРУ й інших спеціальних служб контактували з ключовими фігурами в Багдаді та інших великих містах і попереджали їх про особисту відповідальність за «невиконання злочинних

наказів С. Хусейна», надавали їм гарантії безпеки й обіцяли винагороду за протидію владі та перехід на бік США. Цільове відсилення sms-повідомлень на мобільні телефони іракських посадовців і військових керівників вказували на інформативність американської сторони про їхні звички, сімейні справи та інші деталі їхнього життя та діяльності. Фахівці американських органів психологічних операцій надіслали сотні повідомлень до офісів багдадських компаній і державних установ зі зверненнями до іракців не чинити опору, надавати допомогу військовослужбовцям коаліційних військ [66]. З-поміж них були звернення такого змісту: «Якщо Ви зустрінете солдата коаліційних військ або пілота, літак якого був збитий, дайте йому, будь-ласка, води та їжі, скільки зможете, надайте медичну допомогу, якщо він її потребує. Потім вкажіть йому шлях до безпечного місця й на Вас чекає винагорода». Під час бойових дій активно здійснювалося також входження в бойові радіомережі іракських військ, через які передавалися звернення до командування й особового складу не чинити опору, застосовувалися також інші форми та способи впливу на свідомість, психіку й поведінку військовослужбовців та населення Іраку.

Попередній аналіз протидії негативному інформаційно-психологічному впливу, що здійснювало військово-політичне керівництво Іраку, свідчить про те, що основними напрямками цієї діяльності були: активна дипломатична та пропагандистська діяльність з консолідації арабських, мусульманських і європейських країн, які обстоювали антиамериканську позицію. Про це свідчили численні візити офіційних високопосадовців Іраку до «ключових держав» і країн арабського світу, звернення до ООН; підтримка протидії лідерів арабських, мусульманських країн інформаційно-психологічними заходами США. Основними тезами були: «Політика США спрямована на поширення неправди з метою пом'якшення реакції світової громадськості на агресію проти Іраку», «Удар по Іраку поставить під загрозу весь регіон Близького Сходу», «Політика США ставить під сумнів авторитет ООН, її порядність і довіру до неї»; моральне заохочення рухів протесту проти

політики США та Великобританії в країнах Європи й Америки; дискредитація політики керівництва США щодо світового співтовариства [67].

Іракське керівництво на міждержавному дипломатичному рівні постійно демонструвало «свою добру волю та миролюбство», спростовувало в ЗМІ звинувачення стосовно наявності в нього зброї масового ураження. Інформаційні фахівці режиму бачили стратегічну можливість у посиленні суперечностей між США та європейськими країнами, а також між політичними фракціями США, використовуючи страхи щодо екологічної, гуманітарної катастрофи як додатковий аргумент у своїй аргументації [68]. Напередодні можливого конфлікту Ірак повідомив населення про роздавання антидотів і протигазів, а міські організації БААС провели масові тренування – засіб психологічного тиску на американську громадську думку, чутливу до втрат своїх військовослужбовців.

Незважаючи на масоване вогневе ураження іракських телецентрів, Ірак досить тривалий час активно використовував пересувні телетранслятори. Телебачення, хоч і невисокої якості, працювало майже до повалення режиму. У відповідь на електронно-комп'ютерну пропаганду спецслужб США, під час якої цивільних і військових лідерів Іраку схиляли до повалення режиму та складання зброї, Ірак заблокував доступ до Інтернету. Служба електронних повідомлень в Іраку контролювалася державою, її послуги були доступні обмеженому колу громадян, переважно – держслужбовцям і науковцям.

Військовим керівництвом Іраку було прийнято рішення про створення підрозділу хакерів для ведення кібервійни проти США. У зарубіжних ЗМІ все частіше з'являлася інформація про початок комп'ютерних атак на комп'ютерні мережі Пентагону. Було уражено близько 3 млн. комп'ютерів, завдано збитків на сотні мільйонів доларів.

Водночас інформаційне домінування США, комплексне використання високоточної зброї та потужного арсеналу сил і ЗМІ (телебачення, радіо, друкованої пропаганди, комп'ютерних мереж, а також дипломатичних каналів, військових структур психологічних операцій та інформаційної війни),

фактично, не дало Іраку можливості ефективно протистояти інформаційно-психологічному тиску з боку коаліційних сил, здійснювати інформаційно-психологічний вплив на особовий склад американських і англійських військово-службовців. Аналіз війни коаліційних військ проти Іраку в 2003 р. визначає безпосередню залежність перебігу та результатів збройної боротьби від ступеня психологічної стійкості й керованості органів державного та військового управління до здатності військово-політичного керівництва держави організувати опір агресії.

Підбиваючи підсумок, варто зазначити, що Операція США та їхніх союзників «Іракська свобода» («Шок і трепет») 2003 р. стала переломним моментом у розвитку воєнних та інформаційних стратегій початку ХХІ століття. Її перебіг та наслідки засвідчили, що сучасні війни набувають комплексного характеру, поєднуючи класичні бойові дії з масштабними інформаційно-психологічними операціями. Військовий аспект кампанії був реалізований з високою швидкістю та ефективністю: коаліційні сили змогли швидко повалити режим Саддама Хусейна, заволодіти ключовими містами та паралізувати систему управління противника. Проте стратегічна мета, створення стабільного демократичного Іраку, залишилася нездійсненою.

Знищення авторитарного режиму призвело не до стабілізації, а до формування політичного вакууму, який спричинив міжетнічні та міжконфесійні конфлікти, поширення терористичних організацій, серед яких «Аль-Каїда в Іраку», що згодом трансформувалася в «Ісламську державу». Відсутність доказів наявності зброї масового ураження підірвала довіру до американської адміністрації та знизила міжнародний авторитет США, викликавши сумніви у легітимності самої інтервенції.

Соціально-економічні наслідки також мали катастрофічний характер: десятки тисяч жертв серед мирного населення, мільйони біженців, руйнування інфраструктури та деградація іракської економіки. Це створило глибоку гуманітарну кризу, яка поширила нестабільність на весь Близький Схід.

Водночас особливе значення мала інформаційна складова операції. США змогли ефективно використати стратегічні комунікації, мас-медіа, психологічні операції та технологічні засоби для формування вигідного для себе інформаційного порядку денного. Концепція «Shock and Awe» виконувала не лише військову, а й психологічну функцію: трансляції масованих бомбардувань у реальному часі повинні були деморалізувати противника й водночас впливати на світову аудиторію. Коаліційні сили забезпечили інформаційне домінування, чого Ірак, навіть використовуючи телетранслятори, пропаганду й кібератаки, не зміг ефективно протиставити.

Таким чином, операція «Іракська свобода» довела, що сучасні війни ведуться не лише на полі бою, а й у сфері інформації, комунікацій та масової свідомості. Військовий успіх не гарантує стратегічної перемоги, якщо відсутня післявоєнна стабілізація та підтримка легітимності дій на міжнародному рівні. Уроки Іраку 2003 р. показали: контроль над інформаційним простором і вміння формувати наративи стають не менш важливими, ніж застосування високоточної зброї, а неврахування політичних, соціальних і культурних чинників призводить до тривалих криз та дестабілізації регіону.

3.3. Еволюція американської громадської думки щодо війни Іраку (2003-2011 рр.)

Американська громадська думка щодо війни в Іраку пройшла шлях від високої початкової підтримки до стійкого скепсису та втоми від конфлікту. На тлі травми 11 вересня 2001 р. і риторики адміністрації Дж. Буша про «вісь зла», зброю масового ураження (ЗМУ) та зв'язки Багдада з тероризмом, більшість громадян схвалювала силовий варіант: у 2002 р. близько 73% підтримували ідею інтервенції, причому значна частка готова була погодитися на суттєві втрати заради досягнення цілей безпеки [69]. Аргументація високопосадовців і виступ К. Пауелла в Раді Безпеки ООН у лютому 2003 р. зафіксували у масовій свідомості відчуття нагальної загрози, попри те, що «докази» згодом виявилися недостовірними [70].

Після швидкого військового успіху весни 2003 р. й медійного ефекту «Місія виконана» підтримка американської громадськості сягала пікових значень, близько 70-75 % респондентів позитивно оцінювали дії адміністрації Дж. Буша [73].

Варто нагадати, що 1 травня 2003 р. президент Джордж Буш виступив на борту авіаносця *USS Abraham Lincoln* із промовою, яку транслювали провідні телеканали США та світу. На тлі великого банера з написом «Mission Accomplished» він заявив про завершення основних бойових дій в Іраку [75].

Цей візуальний і символічний жест мав на меті закріпити в громадській свідомості уявлення про швидку та безумовну перемогу американських військ. Промова була ретельно зрежисованим медійним актом: Буш прибув на авіаносець на винищувачі S-3B Viking у льотному комбінезоні, що підсилювало образ президента-«командувача у битві».

Однак ефект виявився подвійним. Спочатку рівень підтримки дій адміністрації різко зріс, так за опитуваннями Gallup у травні 2003 р. до 70-75 % американців схвалювали війну [73]. Проте вже з літа того ж року почалося загострення повстанського руху, а кількість втрат серед американських військових стабільно зростала. Відтак банер «Mission Accomplished» швидко перетворився на символ передчасного тріумфалізму та політичної помилки, що підірвала довіру до Буша. Критики використовували цей образ як доказ відриву адміністрації від реальності [76].

Згодом Білий дім був змушений пояснювати, що гасло стосувалося лише конкретної місії авіаносця, а не всієї війни. Проте у масовій пам'яті ефект закріпився як приклад медійної маніпуляції та «перемоги на екрані», яка не відповідала реальній ситуації на полі бою [74]. Тому, «Місія виконана» стала ключовим медійним маркером іракської кампанії: спершу, інструментом мобілізації громадської підтримки, а згодом, уособленням стратегічної прорахунку та символом кризи довіри.

Варто зазначити, що рівень громадської думки щодо схвалення війни почав різко змінюватися саме із розгортанням вже згадуваного вище

повстанського руху в Іраку та зростанням людських втрат серед американських військових [71]. Особливо різким він став після 2004 р., коли у медіа вибухнув скандал довкола тюремних знущань над іракськими в'язнями в Абу-Грейбі. Цей інцидент став переломним моментом: він не лише підірвав довіру до офіційних заяв Білого дому, а й кардинально вплинув на міжнародний імідж США.

Важливим було і те, що президентські вибори 2004 року в США стали своєрідним референдумом щодо курсу адміністрації Джорджа Буша після 11 вересня та вторгнення до Іраку. На той час війна тривала вже півтора року, і громадська думка була глибоко розділеною: близько 50 % американців ще підтримували військові дії, але водночас дедалі більше виборців ставили під сумнів обґрунтованість вторгнення та його високу ціну [74].

Республіканська партія будувала свою кампанію навколо теми «національної безпеки» та особистого лідерства Буша як «головнокомандувача». Адміністрація акцентувала увагу на тому, що війна з тероризмом є довготривалою й потребує рішучих дій. Образ «сильного президента у воєнний час» був головним політичним ресурсом чинного глави держави [77].

У свою чергу, демократи, висунувши кандидатом сенатора Джона Керрі, обрали іншу стратегію, а саме критику вторгнення та сумнівних аргументів, якими Білий дім його виправдовував. Керрі звинувачував адміністрацію у відсутності чіткої післявоєнної стратегії та у втягуванні країни в затяжний конфлікт без достатньої міжнародної підтримки [78]. Його меседж «Я не проти війни як такої, я проти війни, яку веде Буш» віддзеркалював прагнення залучити незалежних виборців та мобілізувати демократичний електорат.

Таким чином, питання війни в Іраку чітко поляризувало електорат: республіканські виборці здебільшого ототожнювали підтримку війни з лояльністю до президента Буша, тоді як демократична опозиція консолідувалася довкола критики вторгнення та вимоги зміни курсу. У президентських виборах 2004 р. війна перетворилася на один із ключових

маркерів партійної ідентичності: більшість прихильників Республіканської партії підтримали Буша, тоді як значна частина демократів та незалежних віддали голоси за кандидата Дж. Керрі [74].

Політична поляризація була надзвичайно високою: за даними Pew Research, серед республіканців 85 % схвалювали дії Буша в Іраку, тоді як серед демократів цей показник не перевищував 25 % [79]. У результаті Буш здобув перемогу, отримавши 62 млн голосів (51 %) проти 59 млн (48 %) у Керрі, а війна в Іраку стала ключовим чинником виборчої кампанії. Вибори 2004 р. засвідчили: підтримка чи критика зовнішньополітичних рішень тепер напрямую визначала партійну лояльність громадян США, а Ірак перетворився на символ глибокого розколу американського суспільства.

Таким чином, після початкової хвилі патріотичного піднесення громадська думка США пройшла еволюцію від масової підтримки до глибокої поляризації, а війна в Іраку стала не лише зовнішньополітичним, а й внутрішньополітичним фактором, що визначав партійну лояльність та суспільні настрої.

Разом з тим, війна в Іраку після 2004 р. перестала бути лише зовнішньополітичним питанням і перетворилася на головний фактор внутрішньої політики США. Початковий ефект мобілізації навколо президента Буша поступово зникав у міру того, як війна затягувалася, втрати зростали, а обіцянки швидкої перемоги залишалися невиконаними. Адже в період з 2004 по 2006 рр. війна стала визначальним маркером політичної ідентичності. Якщо у 2004 р. вона ще забезпечила Бушу перемогу на виборах, то вже до проміжних виборів 2006 р. більшість американців (понад 55 %) вважали вторгнення «помилкою» [80]. Демократи активно експлуатували антивоєнні настрої, звинувачуючи адміністрацію у відсутності стратегії виходу з конфлікту. Це дозволило їм здобути контроль над обома палатами Конгресу. Таким чином, війна перетворилася на головний ресурс політичної мобілізації опозиції.

У січні 2007 р. президент Буш оголосив про нарощування контингенту на 20 тис. військовослужбовців («the surge»). Попри певне військове зниження рівня насильства до кінця 2007 р., громадська думка залишалася скептичною: 61 % опитаних виступали проти цього кроку [73]. Для суспільства пріоритетом дедалі більше ставало якнайшвидше виведення військ, а сам «surge» асоціювався з продовженням непопулярної війни.

Президентська кампанія 2008 року засвідчила вирішальний вплив антивоєнних настроїв на перемогу Барака Обами. Його чітка та послідовна критика іракської війни, а також обіцянка вивести американські війська створили виразний контраст із позицією республіканського кандидата Джона Маккейна, який підтримував стратегію «surge» і наполягав на збереженні військової присутності США [81]. Попри те, що в останні місяці кампанії головною темою стала глобальна економічна криза, Ірак залишався символом зовнішньополітичних прорахунків адміністрації Джорджа Буша та важливим чинником у формуванні образу Обами як «альтернативного» кандидата.

Після перемоги адміністрація Обами у 2009-2011 рр. поступово втілювала задекларований план завершення війни. У грудні 2011 року США офіційно оголосили про завершення місії та виведення основних сил, що підтримали близько 75 % американців, передусім серед демократів і незалежних виборців [82]. Водночас, навіть попри загальне схвалення цього рішення, громадська думка щодо війни залишалася переважно негативною: більшість американців оцінювали витрати у вигляді людських жертв, фінансових втрат та падіння міжнародного авторитету як непропорційні здобутим результатам.

Загалом, еволюція громадської думки в 2003–2011 рр. демонструє типовий для тривалих конфліктів цикл: мобілізація на хвилі безпекових страхів ерозія підтримки через затяжний характер бойових дій, людські та фінансові втрати й репутаційні скандали прагнення завершення участі та переорієнтація пріоритетів на внутрішні проблеми; у наступні роки після

виведення військ домінувала тенденція до ще критичнішої переоцінки доцільності війни [72].

Підбиваючи підсумок, варто зауважити, що еволюція американської громадської думки щодо війни в Іраку у 2003-2011 рр. пройшла складний і суперечливий шлях, від патріотичної мобілізації та високого рівня підтримки на початковому етапі до глибокої поляризації суспільства і домінування скепсису. Символічний ефект «Місія виконана» у 2003 р. тимчасово закріпив відчуття перемоги, однак реальність зростаючих втрат і затяжного характеру конфлікту швидко нівелювала цей оптимізм. Уже 2004 р. війна стала лінією політичного поділу, визначаючи партійну ідентичність та електоральну поведінку виборців. Подальший розвиток подій, скандал в Абу-Грейбі, повстанський рух, поява нових жертв, сприяв зростанню невдоволення і зрештою зумовив поразку республіканців на проміжних виборах 2006 р.

Хоча стратегія «surge» 2007 р. частково знизила рівень насильства, вона не змінила базової установки більшості американців: війна сприймалася як політична помилка, яка не виправдала витрат. Ці настрої створили сприятливі умови для перемоги Б. Обама у 2008 р., який обіцяв завершення війни і виведення військ. Офіційне закінчення місії США в Іраку у грудні 2011 р. було позитивно сприйняте громадськістю, проте залишило по собі суперечливу спадщину: схвалення самого виходу співіснувало з негативними оцінками ефективності війни та дисбалансом між її ціною й здобутками.

Таким чином, війна в Іраку стала не лише зовнішньополітичним, а й внутрішньополітичним фактором, який визначав конфігурацію партійної конкуренції, формував суспільні настрої та трансформував американську політичну культуру. Вона закарбувалася в колективній пам'яті США як приклад стратегічної помилки, наслідки якої відчувалися далеко за межами 2011 р., впливаючи на подальші дебати щодо ролі Америки у світі, меж її військового втручання та вартості «експорту демократії».

Висновки до 3-го розділу

Друга війна США проти Іраку стала показовим прикладом того, як у сучасних конфліктах поєднуються воєнна сила та інформаційно-психологічні операції. Її початок був виправданий низкою офіційних аргументів: загрозою зброї масового ураження, боротьбою з тероризмом і прагненням поширити демократичні цінності на Близькому Сході. Водночас за цим стояли приховані інтереси – контроль над енергетичними ресурсами, посилення геополітичного домінування США у регіоні Перської затоки та потреба продемонструвати силу після травми терактів 11 вересня. Уже сам старт операції засвідчив тісне переплетення військових і медійних вимірів: концепція «Шоку і трепету» була розрахована не лише на руйнування військової інфраструктури Іраку, а й на психологічний ефект, а саме паралізацію волі до опору та створення в очах світової аудиторії образу беззаперечної американської переваги. Масовані удари супроводжувалися глобальною трансляцією видовищних кадрів, покликаних продемонструвати силу та швидкість перемоги.

Проте початковий медійний ефект, зокрема символіка «Місія виконана», швидко втратив переконливість на тлі затяжного характеру конфлікту. Повстанський рух, масштабні людські втрати й скандал із тортурами в Абу-Грейбі призвели до падіння довіри як усередині США, так і в міжнародному вимірі. Громадська думка, яка на початку війни була мобілізована патріотичними настроями, поступово стала критичною: більшість американців почали оцінювати вторгнення як стратегічну помилку. Це мало безпосередні політичні наслідки — війна стала лінією суспільної поляризації, визначаючи партійну ідентичність і електоральну поведінку. Якщо у 2004 році підтримка війни допомогла Джорджу Бушу переобратися, то вже у 2006-му антивоєнні настрої забезпечили перемогу демократам на проміжних виборах, а у 2008 році вони стали важливим ресурсом для кампанії Барака Обами.

Спроба змінити динаміку за допомогою «surge» у 2007 році частково знизила рівень насильства, але не зняла загального відчуття

безперспективності війни. Для суспільства пріоритетом дедалі більше ставав вихід із конфлікту, а не пошук нових стратегій його продовження. Тому офіційне завершення місії США в Іраку у грудні 2011 року отримало широке схвалення більшості громадян, особливо серед демократів та незалежних. Проте навіть тоді баланс оцінок залишався негативним: успішність війни піддавалася сумніву, а її «вартість/користь» виглядала явно несприятливо.

Узагальнюючи, можна зробити кілька ключових висновків. По-перше, друга війна США проти Іраку стала класичним прикладом поєднання військової стратегії та інформаційно-психологічних операцій, де значну роль відігравала символіка, образи й контроль над медійним простором. По-друге, інформаційна складова виконувала функцію легітимізації війни перед внутрішньою та зовнішньою аудиторіями, але згодом, через невідповідність між медійним образом і реальною ситуацією, саме вона перетворилася на чинник делегітимації американської політики. По-третє, війна в Іраку показала, що громадська думка в демократичних суспільствах є вирішальним елементом стратегічних рішень: від мобілізації підтримки у 2003 р. до політичного тиску, що зумовив зміну влади у 2006–2008 рр. Нарешті, по-четверте, спадщина цієї війни полягає у формуванні глибоких уроків для США: обмеження ефективності «експорту демократії» силовими методами, усвідомлення вартості недостовірної розвідки та маніпулятивних наративів, а також розуміння того, що навіть технологічна перевага не гарантує стратегічного успіху без суспільної легітимації.

Отже, друга війна проти Іраку (2003-2011 рр.) увійшла в історію не лише як збройний конфлікт, а передусім як комплексна інформаційно-психологічна кампанія, яка показала силу та водночас межі інформаційного впливу в умовах глобалізованого світу. Її досвід залишився важливим орієнтиром для подальших досліджень у сфері комунікаційних стратегій, міжнародної безпеки та політичної психології.

РОЗДІЛ 4

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ США У ВІЙНАХ 1990-1991 ТА 2003-2011 РР.

4.1. Спільні та відмінні риси у підходах до інформаційних операцій США у війнах проти Іраку

Досвід воєн США проти Іраку у 1990-1991 рр. та 2003-2011 рр. є знаковим прикладом еволюції підходів до інформаційних операцій у великомасштабних конфліктах. Якщо під час війни в Перській затоці інформаційні кампанії носили переважно характер підтримки бойових дій та легітимізації міжнародної коаліції, то у війні 2003-2011 рр. інформаційна боротьба вийшла на якісно новий рівень. Тут інформаційна компонента стала самостійним фронтом протистояння – із залученням новітніх технологій, соціальних досліджень, психологічного впливу та роботи з місцевим населенням. Зрозуміло, що трансформація інформаційних операцій США визначалася не лише технологічним прогресом, а й накопиченим досвідом, зміною характеру збройних конфліктів, новими політичними викликами та особливостями інформаційного середовища. Разом з тим інформаційні операції стали одним із ключових інструментів воєнної стратегії США у війнах проти Іраку в 1990-1991 та 2003-2011 рр. В обох випадках вони були спрямовані на забезпечення політичної легітимності військових дій, формування міжнародної підтримки та контроль над сприйняттям подій як всередині країни, так і за її межами [83]. Хоча стратегічна мета залишалася незмінною, вплив на суспільну думку та створення сприятливих умов для застосування сили, методи, масштаби й технології інформаційного супроводу воєнних кампаній зазнали суттєвої еволюції.

Якщо говорити про спільні риси, то передусім, як у 1991 р., так і у 2003 р. адміністрація США активно використовувала інформаційний простір для конструювання образу ворога. У першій війні в Перській затоці головний акцент робився на демонстрації агресивності Іраку, що здійснив вторгнення в Кувейт і становив загрозу для регіональної та глобальної стабільності. В

медійному дискурсі С. Хусейн поставав як диктатор, який порушує міжнародне право та підриває архітектуру безпеки. У війні 2003 р. наратив було модифіковано: головним обґрунтуванням військової кампанії стала загроза існування в Іраку зброї масового ураження (ЗМУ) та ймовірні зв'язки режиму з міжнародним тероризмом. В обох випадках активно використовувалися емоційні аргументи та символічні образи, покликані мобілізувати громадську думку: у 1991 р., а саме тема захисту Кувейту та міжнародного порядку, у 2003 р. – «захист світу від тероризму» після подій 11 вересня.

Іншою спільною рисою була орієнтація на створення «чорно-білої» картини конфлікту. У 1991 р. США позиціонували себе як захисника міжнародної законності та гуманітарних цінностей, протиставлених «диктатору-агресору». У 2003 р. та сама стратегія була застосована до іншого контексту: США постали у ролі світового лідера, що бореться з «терористичною загрозою» й одночасно приносить демократію народам Близького Сходу. В обох кампаніях активно експлуатувалася тема гуманітарних страждань, покликаних виправдати військове втручання. Символічним у цьому сенсі було використання сюжету про «кувейтських немовлят, яких іракські солдати начебто викидали з інкубаторів» у 1991 р., а в 2003 р. – риторики про «звільнення іракського народу від диктатури».

Найпомітніші відмінності між кампаніями 1991 та 2003-2011 рр. полягають у масштабі, технологічному рівні та методах інформаційного супроводу. У 1991 р. головним інструментом впливу залишалися традиційні медіа – телебачення, радіо, преса. Доступ журналістів до театру воєнних дій був обмежений, а більшість інформації подавалася через брифінги Пентагону. Таким чином США забезпечували контроль над інтерпретацією подій і мінімізували альтернативні трактування [84].

У 2003-2011 рр. ситуація кардинально змінилася. По-перше, вперше масово застосовано програму «embedded journalists» – журналістів, інтегрованих у військові підрозділи, що створило відчуття присутності і

швидкості репортажу, але водночас обмежувало критичну дистанцію та сприяло редакційній уніфікації [85]. По-друге, стрімкий розвиток Інтернету та комунікаційних технологій розширив інформаційний простір, який став багатополярним: поряд із офіційними американськими каналами активно діяли арабські медіа, як-от «Аль-Джазіра», що формували альтернативні наративи.

По-третє, інформаційні операції 2003-2011 рр. тривали значно довше і були складнішими. На відміну від короткотривалої кампанії 1991 р., інформаційне управління в Іраку здійснювалося протягом окупації і реконструкції, потребувало постійного легітимаційного супроводу й адаптації до змінних умов [84].

Варто зауважити, що важливим елементом інформаційних операцій у війні в Перській затоці 1990-1991 рр. стали психологічні операції (PSYOP). Вони включали масове поширення листівок, трансляції радіопередач, використання гучномовців і навіть креативні заходи, як-от операція *The Wave*, під час якої листівки вкладали у пляшки й відправляли морем, створюючи атмосферу страху та невизначеності серед іракських солдатів [86]. Також застосовувалися фальшиві радіопередачі та імітації пересування важкої техніки для створення враження неминучого наступу [86]. Завдяки поєднанню традиційних медіа та прямих психологічних впливів США та їхні союзники змогли досягти значного ефекту деморалізації супротивника [87].

У 2003-2011 рр. масштаби та складність інформаційних операцій суттєво зросли. За даними досліджень, лише у перші місяці кампанії було розповсюджено понад 36 мільйонів листівок, проводилися масові кампанії з роздачі автономних радіоприймачів, поширювалися плакати із зображенням лідерів режиму БААС, використовувалися гучномовні машини та навіть безпілотники для психологічного впливу на населення та військових [88]. Важливою відмінністю стало те, що на відміну від кампанії 1991 р., де психологічні операції були допоміжним елементом, у війні 2003 р. вони були інтегровані в загальне стратегічне планування ще на етапі підготовки [88].

Особливе значення набуло управління сприйняттям (*perception management*), що включало комбінацію публічної дипломатії, психологічних операцій, контрольованих витоків і дезінформації. Військові структури США та союзників використовували цей інструментарій для формування вигідного образу конфлікту в міжнародному інформаційному просторі [89]. Цей підхід поєднувався з кампаніями типу «*Hearts and Minds*», які були спрямовані на завоювання довіри місцевого населення через інформаційні заходи та гуманітарні ініціативи. Проте досвід показав, що такі кампанії часто вступали в суперечність із воєнною реальністю, де жорсткі операції на землі підживляли довіру до офіційних повідомлень [90].

Після 2001 р. в США було ухвалено низку стратегічних документів, що визначали нову роль інформаційних операцій. Зокрема, *Information Operations Roadmap*, затверджений міністром оборони Д. Рамсфельдом, передбачав інтеграцію інформаційного впливу у всі рівні воєнного планування, зокрема акцентуючи увагу на використанні Інтернету та цифрових технологій [91]. Паралельно функціонувала програма *Pentagon military analyst program*, у рамках якої відставних військових використовували як «незалежних експертів» на американських телеканалах для просування офіційної риторики уряду [92]. Подібні інформаційні практики стали невід'ємною частиною сучасних воєнних кампаній.

Серед інших прикладів було створення *Office of Strategic Influence* (2001 р.), який координував психологічні та інформаційні заходи в межах «війни з терором». Хоча офіс офіційно було розпущено після хвилі критики, подальші заяви Рамсфельда свідчили, що його функції не зникли, а були розподілені між іншими структурами [93]. Водночас у Британії спецслужби МІ6 проводили операцію *Operation Mass Appeal*, яка полягала у просуванні у ЗМІ матеріалів про загрозу зброї масового ураження в Іраку. Ця кампанія включала використання «витоків» та маніпуляцій із сумнівними документами [94].

Нарешті, слід згадати інформаційні маніпуляції з боку іракської опозиції. Зокрема, Іракський національний конгрес на чолі з Ахмадом Чалабі

активно постачав західним урядам і медіа «свідчення» від так званих дефекторів, які нібито підтверджували наявність у Саддама Хусейна програм зі створення ЗМУ. Як пізніше з'ясувалося, значна частина цих даних була сфабрикованою, однак вони відіграли ключову роль у формуванні громадської підтримки вторгнення [95]. Скандали навколо фальсифікованих «нігерських документів» про закупівлю урану для Іраку та розслідування журналістів довели масштаби дезінформаційної складової, яка супроводжувала війну [96].

У війні 2003-2011 рр. США значно більше, ніж у 1991 р., покладалися на приватних підрядників у сфері інформаційного забезпечення. Такі компанії, як Rendon Group та Lincoln Group, відповідали за розробку і поширення інформаційних матеріалів, у тому числі через локальні іракські ЗМІ. Це породжувало серйозні етичні питання, оскільки виявлялося, що частина газетних статей, які видавалися за журналістські матеріали, насправді були створені американськими структурами і оплачувалися з бюджету Пентагону [97]. Подібна практика підривала довіру до медіа та формувала відчуття зовнішнього контролю над інформаційним середовищем.

Ще одним новим елементом стала активна боротьба в кіберпросторі. Якщо у 1991 р. цей вимір майже не розглядався, то на початку 2000-х років Інтернет почав сприйматися як повноцінний театр інформаційної війни. У Пентагоні було створено підрозділи, відповідальні за моніторинг арабських вебсайтів, поширення англomовних і багатомовних матеріалів у мережі, а також контрпропаганду проти радикальних ісламістських ресурсів [98]. Активно використовувалася практика створення «фальшивих блогів» і онлайн-форумів, де поширювалися меседжі, вигідні для США, під виглядом «громадської думки».

Важливим чинником еволюції інформаційних операцій стало зростання ролі візуальних медіа. Якщо у 1991 р. ключовим символом війни стали «зелені екрани» CNN, які транслиували нічні удари по Багдаду, то у 2003 р. з'явилася ціла низка візуальних образів, які закарбувалися у світовій пам'яті. Найбільш знаковими стали кадри повалення статуї Саддама Хусейна в Багдаді (2003) та

скандальні фотографії тортур у в'язниці Абу-Грейб (2004), які стали інформаційними символами з протилежним ефектом: перший зміцнював легітимність операції, другий – підірвав її моральні підвалини [99].

Таким чином, досвід двох іракських кампаній показує, що інформаційні операції США пройшли шлях від допоміжного інструмента підтримки військових дій (1991 р.) до системного, багаторівневого і технологічно розвиненого фронту сучасної війни (2003-2011 рр.). Водночас надмірна ставка на маніпулятивні практики, дезінформацію та контрольоване висвітлення подій призводила до зворотного ефекту – підриву довіри, появи альтернативних наративів та зростання критики як всередині США, так і на міжнародному рівні.

Таким чином, підбиваючи підсумок зазначимо, що спільним у підходах США до інформаційних операцій у війнах проти Іраку було прагнення забезпечити політичну легітимність воєнних дій і сформувати сприятливий інформаційний фон для застосування сили. Водночас еволюція цих підходів чітко демонструє перехід від класичних медіа та психологічних операцій початку 1990-х до цифрових технологій, глобальних медіакампаній і мережових форм впливу початку ХХІ ст. Досвід показав, що інформаційна сфера стала не лише допоміжним елементом, а й самостійним фронтом сучасних воєн, де перемога залежить не лише від сили зброї, але й від здатності контролювати інтерпретацію подій та впливати на масову свідомість. США продемонстрували високу гнучкість у використанні інноваційних підходів, проте зіткнулися й із серйозними викликами, що поставили під сумнів ефективність маніпулятивних стратегій у довготривалих конфліктах.

4.2. Вплив інформаційних операцій на громадську думку в США, Іраку та світі

Вплив інформаційних операцій на громадську думку в США, Іраку та світі впродовж воєн проти Іраку 1990-2011 рр. демонструє, як симбіоз державної комунікації, приватних підрядників, воєнної журналістики й транснаціональних медіа може спершу мобілізувати підтримку, а згодом і змінити легітимність операцій. Порівняльний зріз трьох періодів: 1990-1991, 2003-2011 і проміжні «інформаційні кампанії» між ними – дозволяє простежити еволюцію інструментів та їхніх ефектів на різні аудиторії.

У кампанії 1990-1991 рр. формування громадської підтримки в США значною мірою спиралося на дихотомію «агресор-жертва» і драматичні свідчення про звірства іракських сил у Кувейті, найвідомішим з яких стало свідчення «Найіри» про «вийняті з інкубаторів немовлята». Уже невдовзі з'ясувалося, що цим епізодом опікувалась піар-компанія Hill & Knowlton, а сама історія була сфабрикована, однак на момент ухвалення рішень вона істотно вплинула на медіапорядок і настрої. Одночасно Пентагон жорстко керував доступом до поля бою через систему «прес-пулів», забезпечуючи вигідний рівень контролю за кадрами і наративами, що надходили до аудиторії США та союзників. У глобальному вимірі транснаціональні канали на кшталт CNN заклали основу феномена «CNN-ефекту»: постійна телеприсутність війни створювала тиск на прийняття рішень і формувала уніфіковані образи «хірургічних ударів» і «чистої війни» [100].

Після 11 вересня 2001 р. комунікаційні рамки різко змінюються: будь-які сигнали про загрозу з боку Багдада сприймаються крізь призму «війни з терором». У 2002 р. Пентагон створює Office of Strategic Influence (OSI) – орган, що мав координувати вплив на зарубіжні аудиторії; після гучної критики ОСІ формально закрили, однак керівництво Міністерства оборони далі наполягало на розбудові інформаційних спроможностей і «операцій з впливу» [101]. У переддень вторгнення 2003 р. у США консолідується набір тверджень щодо ЗМУ та зв'язку режиму С. Хусейна з «Аль-Каїдою».

Дослідження Program on International Policy Attitudes засвідчило масштабні хибні уявлення значної частини американців про наявність у Іраку ЗМУ та зв'язки з 9/11, і безпосередньо, прямий зв'язок цих уявлень із споживаними медіа. Це пояснює високий стартовий рівень підтримки війни навесні 2003 р., зафіксований Gallup і Pew, та її поступове падіння у 2004-2008 рр. на тлі відсутності знайдених ЗМУ і зростання втрат [73].

Кампанія 2003-2011 рр. вирізнялася технологічно складнішою архітектурою інформаційних операцій і небаченим до того рівнем інтеграції новин із військовими підрозділами, програмою «embedded journalism». Вбудовані репортери отримали безпрецедентний доступ до передової, але дослідження Шоренштайн-центру та інші порівняльні аналізи показали зсув висвітлення в бік перспективи військ, до яких були «прикріплені», і обмежену видимість цивільних наслідків [102]. Це створювало у багатьох глядачів враження швидкої й «точкової» операції («Shock and Awe»), тоді як за межами «вбудованої» журналістики міжнародні медіа показували набагато різноманітнішу картину.

Водночас уряд США і коаліція масштабно залучили приватних підрядників для планування та виконання операцій впливу. Репортажі Дж. Бамфорда та документи, зібрані Національним безпековим архівом (GWU), деталізують роль Rendon Group у формуванні інформаційного середовища ще з 1991 р. та у просуванні лояльних джерел (зокрема, Іракського національного конгресу) у медіа перед 2003 р. [103]. На театральному рівні в Іраку 2005 р. вибухнув скандал навколо Lincoln Group: розслідування Los Angeles Times показали, що підрядник за контрактами Пентагону перекладав та «вкладав» підготовлені військовими тексти в іракські газети як редакційний контент, часто без маркування як реклами, – що підірвало довіру до локальних медіа й дискредитувало американську присутність в очах освіченої аудиторії [104]. Навіть у середовищі США ці практики викликали внутрішню дискусію щодо меж легітимної «публічної дипломатії» та «чорного» впливу.

В Іраку вплив таких операцій був амбівалентним. З одного боку, психологічні операції (листівки, радіозвернення, гучномовці) і кампанії «*hearts and minds*» у 2003-2007 рр. створювали інформаційний фон для тактичних дій, стимулювали здачу частин іракської армії й підтримували імідж коаліції як сили, що «звільняє» [105]. З іншого, іракська аудиторія сприймала «вбудовані» меседжі крізь власний досвід безпеки, економіки та гідності. Опитування ABC/BBC/NHK (2005-2009) фіксували коливання оцінок: від певного оптимізму щодо майбутнього після виборів – до песимізму в періоди піку насильства (2006-2007), з високою чутливістю до скандалів (Абутрейб, приватні охоронні компанії). Зокрема, звіти Pew Global Attitudes 2004-2007 рр. засвідчили різке погіршення ставлення до США в мусульманських країнах саме після медійного ефекту тортур в'язнів, прикладом є одиничний наратив з високою моральною валентністю перекриває всі «позитивні історії» інформаційних кампаній [106].

Транснаціональні арабомовні телеканали поступово перетворилися на самостійних акторів у боротьбі за інтерпретацію війни. Всупереч очікуванням, що проурядова «Аль-Арабія» стане основним рупором коаліційних меседжів, саме катарська «Аль-Джазіра» завдяки розгалуженій мережі кореспондентів та акценту на цивільних жертвах сформувала альтернативне бачення конфлікту. Численні емпіричні дослідження засвідчили, що таке висвітлення суттєво підживлювало антиамериканські настрої в регіоні. У західному медіапросторі, навпаки, головними інформаційними маркерами стали символічні сюжети — «героїчна» історія рядової Джессіки Лінч (згодом спростована) чи повалення статуї Саддама на площі Фірдос. Вони виконували функцію відчутних «знаків прогресу», однак журналістські розслідування *The Guardian* та інших видань поставили під сумнів їхню спонтанність, довівши постановочний характер цих подій [107]. У результаті спостерігалась помітна ерозія довіри міжнародної аудиторії до офіційних наративів США та їхніх союзників.

Порівняння кампаній 1991 та 2003–2011 рр. показує три головні відмінності, які визначили різний вплив на громадську думку. По-перше, у

1991 р. основними джерелами інформації були державні брифінги та великі телеканали. Натомість після 2003 р. з'явився широкий ринок приватних підприємців (Rendon Group, Lincoln Group, SAIC з проєктом Iraqi Media Network), що зробило інформаційні операції більш професійними, але й комерціалізованими [103]. По-друге, змінився доступ журналістів: від контрольованих «прес-пулів» у 1991 р. – до системи «ембедів» (термін «ембеди» (від англ. *embedded journalists*) означає журналістів, яких офіційно прикріплюють до військових підрозділів під час бойових дій.) у 2003 р., коли репортери працювали разом із військовими підрозділами. Це забезпечувало яскраві репортажі, але водночас обмежувало критичність матеріалів; дослідження показали помітну різницю між «вбудованими» журналістами та тими, хто працював незалежно [102]. По-третє, у глобальному масштабі з'явилися нові інформаційні гравці. Арабські супутникові телеканали та інтернет-платформи зруйнували монополію західних медіа на тлумачення війни. У результаті міжнародна аудиторія дедалі частіше довіряла «кадрам знизу», які конкурували з офіційними образами конфлікту.

У результаті, вплив інформаційних операцій США на громадську думку початку 2000-х виявився потужним, але нетривалим. Вони допомогли сформувати політичну підтримку ідеї превентивної війни, однак ця підтримка швидко слабшала, щойно не підтверджувалися ключові аргументи (наявність ЗМУ) або з'являлися моральні скандали (в'язниця Абу-Грейб). Опитування Pew і Gallup зафіксували поступове зростання скепсису й втоми від війни у 2005-2008 роках [73]. В Іраку ж довіра до державних та підконтрольних ЗМІ підривалася викриттями щодо «замовних» матеріалів, і лише окремі успіхи у сфері безпеки чи відбудови тимчасово відновлювали довіру. На міжнародному рівні інформаційна перевага США виявилася відносною: скандали та викриття мали ефект «ланцюгової реакції» у глобальному медіапросторі, знижуючи легітимність офіційних наративів. З цього можна зробити кілька висновків. По-перше, ефективність інформаційних операцій визначається не стільки масштабом і повторюваністю меседжів, скільки довірою до джерела та

відповідністю заяв дійсним подіям. По-друге, приховані практики, такі як замовні публікації чи інсценізовані «символічні перемоги» здатні принести короткочасний ефект, але зрештою підривають репутацію і зводять нанівець початкові успіхи. По-третє, порівняння двох кампаній в Іраку демонструє еволюцію підходів: якщо війна 1991 року була зразком централізованого медіаконтролю доби великих телеканалів, то війна 2003-2011 рр. стала прикладом «приватизації» інформаційних операцій, зростання ролі нових медіа і водночас більшої вразливості до контрнарративів. Тому досвід Іраку демонструє, що інформаційні операції можуть бути успішними лише тоді, коли вони ґрунтуються на правдивості, прозорості та етичній легітимності. Інакше навіть добре організовані медіакампанії швидко втрачають ефективність і завдають довгострокових репутаційних втрат.

Висновки до 4-го розділу

Порівняльний аналіз інформаційних операцій США у війнах проти Іраку 1990-1991 та 2003-2011 рр. засвідчив, що комунікаційний вимір сучасних воєн не є другорядним, а навпаки – формується як одна з центральних складових ведення бойових дій. Досвід двох кампаній показує як спадкоємність підходів, так і суттєві трансформації, зумовлені технологічними, політичними та соціальними змінами у глобальному інформаційному середовищі. Спільною рисою обох воєн стало прагнення американської адміністрації утримати монополію на інтерпретацію подій. У 1991 р. ця мета досягалася завдяки жорсткій централізації та контролю над каналами поширення інформації: ключовим інструментом були прес-брифінги Пентагону та трансляції CNN, які задавали основний наратив «чистої війни» високих технологій. У 2003-2011 рр. ідея контролю залишалася пріоритетом, однак її реалізація відбувалася за іншою логікою. Натомість «прес-пули» змінилися інституціоналізованим механізмом «ембедів», а традиційні державні структури доповнилися мережею приватних підрядників, які брали на себе розробку і поширення інформаційних матеріалів. Таким чином, інформаційні операції почали поєднувати ознаки державної та комерційної комунікації.

Водночас відмінності між кампаніями є принциповими. По-перше, масштаб та структура акторів істотно змінилися: якщо у війні 1990-1991 рр. комунікаційний простір контролювали кілька великих телеканалів та офіційні брифінги, то після 2003 р. інформаційний ринок став поліцентричним, а вплив на громадську думку здійснювали як західні, так і регіональні, зокрема арабомовні медіа. По-друге, змінився доступ журналістів: від обмеженого і контрольованого – до відносно «відкритого», але водночас орієнтованого на специфічну перспективу військових підрозділів. Це створювало ефект близькості та «живої фактури», але й спричиняло спрощене та часто однобоке бачення війни. По-третє, відбулася глобальна плюралізація інформаційної сцени. У 1991 р. CNN фактично задавала єдину картину війни, тоді як у 2000-

х роках Аль-Джазіра, Аль-Арабія та інші канали, а також нові інтернет-платформи формували альтернативні фрейминги, що підривали інформаційну монополію США. У контексті впливу на громадську думку також простежується різниця. Якщо у 1991 р. більшість американського суспільства сприйняла війну як швидку та успішну операцію з мінімальними втратами, то у 2003–2011 рр. тривала кампанія з численними людськими та фінансовими витратами спричинила зростання скепсису, протестні настрої та зниження рівня довіри до офіційних наративів. В Іраку ефект був протилежним: тут інформаційні операції США не лише не досягли легітимації, а й часто підсилювали спротив, оскільки місцеве населення сприймало американські меседжі як нав'язані й пропагандистські. На міжнародному рівні ключову роль відігравало саме альтернативне висвітлення війни, яке часто акцентувало на жертвах серед цивільних та руйнуванні інфраструктури. Це посилювало антиамериканські настрої та сприяло ерозії довіри до офіційних джерел інформації.

Таким чином, можна зробити кілька узагальнених висновків. По-перше, інформаційні операції США у війнах проти Іраку пройшли шлях від централізованої та контрольованої моделі до багаторівневої системи, де держава змушена співпрацювати з приватними структурами й конкурувати з незалежними та транснаціональними медіа. По-друге, технологічний прогрес і зростання доступності інформації не посилили контроль, а, навпаки, відкрили нові виклики – втрату монополії, множинність інтерпретацій і критичне сприйняття аудиторії. По-третє, довгостроковий ефект цих кампаній виявився суперечливим: тимчасово США формували вигідні образи війни, але згодом надмірна маніпулятивність і викриття прихованих практик знизили рівень довіри як у країні, так і за її межами. Отже, досвід двох іракських кампаній показує: інформаційна перевага не є сталою, а успішність комунікаційної стратегії залежить від здатності адаптуватися до глобалізованого та плюралістичного медіасередовища.

ВИСНОВКИ

Аналіз інформаційних операцій США у війнах проти Іраку в 1990-2011 рр. дозволяє простежити як поступову трансформацію стратегій інформаційно-психологічного впливу, так і зміну контексту, в якому вони реалізовувалися. Ці війни стали важливими етапами у розвитку сучасних практик інформаційної війни, поєднавши традиційні інструменти пропаганди з новітніми технологіями масової комунікації.

Період 1990-1998 рр. позначився формуванням основи американського підходу до інформаційних операцій. У війні 1990-1991 рр. США вперше масштабно застосували інформаційно-психологічний вплив як органічний елемент військової кампанії. Операції «Щит у пустелі» та «Буря в пустелі» супроводжувалися широкою кампанією легітимізації війни через апеляцію до міжнародного права, моральних цінностей та образу агресора в особі Саддама Хусейна. Особливістю було створення чіткої бінарної картини світу — «коаліція добра» проти «диктатора, що загрожує миру». Психологічний вплив поширювався як на власне населення, так і на міжнародну спільноту, а також на іракську армію та суспільство. У подальшому, під час операції «Лис у пустелі» 1998 р., цей підхід був посилений акцентом на ідеї превентивної безпеки та необхідності обмеження військових можливостей Іраку.

Водночас саме у цей період проявилися перші обмеження подібних стратегій. Американська громадська думка, яка на початку 1990-х підтримувала рішучі дії проти агресії, з часом стала більш критичною до затяжної конфронтації. Інформаційні кампанії, побудовані на емоціях і демонстративних медійних образах, поступово втрачали ефективність. У цьому контексті 1990-ті роки стали часом випробування стратегії централізованого контролю над інформаційними потоками, яка виявила свою результативність у короткостроковій перспективі, але не гарантувала стабільної підтримки в довгостроковій.

Друга війна проти Іраку (2003–2011 рр.) знаменувала новий етап у розвитку інформаційних операцій США. По-перше, зросла роль

технологічного фактору: глобальні телевізійні мережі, інтернет і перші соціальні медіа зробили інформаційне поле більш динамічним і менш контрольованим. По-друге, самі інформаційні кампанії стали більш комплексними. Операція «Іракська свобода» розгорталася під гаслом «Шок і трепет», що поєднувало військову стратегію блискавичного удару з інформаційною демонстрацією сили. США активно використовували систему «embedded journalism» – залучення журналістів у бойові підрозділи, що дозволяло формувати «правильну» картину війни для світової аудиторії. Водночас зростала роль приватних підрядників і спеціалізованих комунікаційних компаній, які забезпечували виробництво та поширення інформаційних продуктів.

Разом з тим, досвід війни 2003-2011 рр. показав нові межі ефективності інформаційного впливу. Якщо на початковому етапі кампанія досягла мети створення образу «звільнення Іраку», то надалі, із затягуванням конфлікту, відсутністю чітких результатів та виявленням фактів маніпуляцій (зокрема, щодо наявності зброї масового ураження), відбулася глибока ерозія довіри. В американському суспільстві зросли антивоєнні настрої, а міжнародна репутація США зазнала серйозних втрат. Іракська війна стала прикладом того, як інформаційна перемога на початку може обернутися стратегічною поразкою у сфері громадської думки в довгостроковій перспективі.

Порівняльний аналіз двох кампаній показує, що інформаційні операції США пройшли еволюцію від відносно закритої та контрольованої моделі до складної, багатоканальної системи, де держава взаємодіє з приватними структурами, а інформаційний простір характеризується конкуренцією та множинністю інтерпретацій. Якщо у 1991 р. США вдалося сформувати практично монополію на подання подій, то у 2003-2011 рр. вони зіштовхнулися з глобалізованим медіапростором, у якому вже діяли альтернативні наративи – від арабських телеканалів на кшталт «Аль-Джазіра» до незалежних журналістських мереж.

У підсумку можна зробити кілька узагальнень. По-перше, інформаційні операції стали невід’ємним елементом сучасних воєн, визначаючи легітимність і суспільне сприйняття бойових дій не менше, ніж їхні військові результати. По-друге, приклади двох воєн проти Іраку показують, що ефективність інформаційного впливу є обмеженою в часі: початковий успіх може швидко знівелюватися, якщо реальність війни суперечить створеним образам. По-третє, еволюція стратегій США підтверджує, що в умовах глобалізованого інформаційного простору монополія на істину стає неможливою, а отже, управління громадською думкою вимагає постійної адаптації, відкритості й більшої довіри до аудиторії.

Таким чином, війни проти Іраку 1990-1991 та 2003—2011 рр. стали не лише збройними конфліктами, а й своєрідними лабораторіями розвитку інформаційно-психологічних операцій. Для США вони стали уроком того, що інформаційна перевага є важливим, але несталим ресурсом: вона може забезпечити швидку мобілізацію підтримки, проте її збереження потребує чесності, гнучкості та врахування багатоголосності сучасного світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Chardell D. The Origins of the Iraqi Invasion of Kuwait Reconsidered. // The Scholar. Vol 6, Iss 3 Summer 2023. P. 51-78. URL: <https://tnsr.org/2023/06/the-origins-of-the-iraqi-invasion-of-kuwait-reconsidered/> (last accessed: 10.04 2025)
2. Finlan Alastair TheGulf War. Oxford: Osprey Publishing, 2003. 96 p.
3. Пик С. М. США-Велика Британія: «особливі відносини. К.: Знання, 2006. 284 с.
4. United Nations. Security Council. *Security Council Resolutions. 1990.* [Electronic resource]. Available at: <https://www.un.org/securitycouncil/content/resolutions-1990> (accessed: 12.06.2025)
5. The Gulf War, 1991. URL: <https://history.state.gov/milestones/1989-1992/gulf-war> (last accessed: 8.04 2025)
6. Shehabi M.R. Economics an extraordinary recovery: Kuwait following the Gulf War. URL: https://api.research-repository.uwa.edu.au/ws/portalfiles/portal/96622207/15.20Shehabi_M.AnExtraordinaryRecovery-KuwaitFollowingtheGulfWar.pdf (last accessed: 10.04 2025)
7. 1990 Kuwait Invasion: Impact on Lives and Recovery. // The Borgen Project on December 4, 2024. URL: <https://www.borgenmagazine.com/1990-kuwait-invasion-impact-on-lives-and-recovery/> (last accessed: 10.04 2025)
8. AlOtair Abdulla E. Beyond the Ruptur ond the Rupture: The Palestinian Moment in K alestinian Moment in Kuwait and its uwait and its Implications. URL: [https://scholarworks.gsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1159&context=history_t](https://scholarworks.gsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1159&context=history_theses) [heses](https://scholarworks.gsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1159&context=history_theses) (last accessed: 11. 06.2025)
9. Behbehani J. Persistence of post traumatic disorder in the Kuwait national population eight years after the invasion and occupation. // Epidemiology 16(5), September 2005. URL:

https://journals.lww.com/epidem/fulltext/2005/09000/persistence_of_post_traumatic_disorder_in_the.385.aspx (last accessed: 10.04 2025)

10. Operation Desert Shield. URL: https://www.history.army.mil/html/bookshelves/resmat/dshield_dstorm/desert-shield.html (last accessed: 10.05 2025)

11. Norman Schwarzkopf Jr (1934-2012). URL: https://geniuses.club/genius/herbert-norman-schwarzkopf#google_vignett (last accessed: 12.05 2025)

12. Putney D.T. Airpower Advantage Planning the Gulf War Campaign 1989-1991. Washington: AirForce History and Museums Program, 2004. – 481 p. URL: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/GOVPUB-D301-PURL-gpo90751/pdf/GOVPUB-D301-PURL-gpo90751.pdf> (last accessed: 12.05 2025)

13. NATIONAL SECURITY DIRECTIVE 45. *August 20, 1990*. URL: https://irp.fas.org/offdocs/nsd/nsd_45.htm (last accessed: 12.05 2025)

14. Черник П.П, Шумка А.В. Інформаційно-психологічні операції у війнах та збройних конфліктах другої половини XX – початку XXI ст. URL: https://vlp.com.ua/files/22_9.pdf?utm_source=chatgpt.com (last accessed: 22.05 2025)

15. Richard A. Lacquement Jr. The Gulf War 30 Years Later: Successes, Failures, and Blind Spots. URL: <https://warontherocks.com/2020/09/the-gulf-war-30-years-later-successes-failures-and-blind-spots> (last accessed: 23.05 2025)

16. Thierjung P., Nebbia S. Washington prepares bloody ground war in Middle East. *The Militant*. February 8, 1991. VOL. 55/NO. 5 F URL: https://www.themilitant.com/1991/5505/MIL5505.pdf?utm_source=chatgpt.com (last accessed: 23.05 2025)

17. Tracy J.M. Rising from the Ashes. URL: https://arsof-history.org/articles/21oct_psyop_in_operation_ds_pt1_page_1.html?utm_source=chatgpt.com (last accessed: 24.05 2025)

18. The 8-th psychological operations battalion (A). URL: https://www.psywarrior.com/8thPsychologicalOperationsBn.html?utm_source=chatgpt.com (last accessed: 27.05 2025)
19. Jones J.B., Summe J.N. Psychological Operations in Desert Shield, Desert Storm and Urban Freedom. URL: https://www.ausa.org/sites/default/files/LPE-97-3-Psychological-Operations-in-Desert-Shield-Desert-Storm-and-Urban-Freedom.pdf?utm_source=chatgpt.com (last accessed: 24.05 2025)
20. Eliot A. Cohen E. A. Gulf War Air Power Survey (Vols. I–V). Washington, D.C.: Office of the Secretary of the Air Force, 1993. 276 p. URL: <https://media.defense.gov/2010/Sep/27/2001329801/-1/-1/0/AFD-100927-061.pdf> (last accessed: 28.05 2025)
21. How Operation Desert Fox Finished Off Iraq's WMD Programs. // *Iraq News, Politics, Economics, Society*. August 28, 2012. URL: <https://musingsoniraq.blogspot.com/2012/08/how-operation-desert-fox-finished-off.html> (last accessed: 29.05 2025)
22. Wikipedia, the free encyclopedia URL: https://en.wikipedia.org/wiki/File:DesertStormMap_v2.svg (last accessed: 27.05 2025)
23. Gulf War Facts on the Effectiveness of PSYOP URL: https://www.psywarrior.com/gulfwar.html?utm_source=chatgpt.com (last accessed: 20.06 2025)
24. Arkin W.M. The Difference Was in the Details // *The Washington Post*. January 17, 1999. URL: <https://www.washingtonpost.com/wp-srv/inatl/longterm/iraq/analysis.htm> (last accessed: 24.06 2025)
25. Conversino M. J. Operation DESERT FOX: Effectiveness with Unintended Effects. URL: https://www.airuniversity.af.edu/Portals/10/ASPJ/journals/Chronicles/conversino.pdf?utm_source=chatgpt.com (last accessed: 24.06 2025)

26. Gergin D. America's Missed Opportunities. // *Foreign Affairs*, Vol. 71, No 1. America And the World 1991/1992, p. 3.
27. Kellner D. The Persian Gulf TV War. Boulder, 1992. URL: <https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/gulftvwarrevisited.pdf> (last accessed: 27.06 2025)
28. Mueller J. Policy and Opinion in the Gulf War. Chicago: University of Chicago Press, 1994. 379 p.
29. LaMay. By the Numbers // *The Media at War: The Press and Persian Gulf Conflict* / ed. by La May C., FitzSimon M., Sahadi J. New York, 1991. 116 p.
30. Saddam Hussein. The Guardian Profile. URL: <https://www.theguardian.com/world/saddam-hussein> (last accessed: 27.06 2025)
31. Kohut A., Toth R. Arms and the People // *Foreign Affairs*. 1994. No 6. pp. 47-61.
32. Burgin E. Rethinking the role of the war powers resolution: congress and the Persian Gule War. URL: <https://scholarship.law.nd.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1232&context=jleg> (last accessed: 29.06 2025)
33. Glennon M.J. The Gulf War and the Constitution // *Foreign Affairs*. 1991. No 2. pp. 76-96.
34. Sobel R. The Impact of Public Opinion on U.S. Foreign Policy Since Vietnam. Oxford: Oxford University Press, 2002. 320 p.
35. Kellner's D. The «Crisis in the Gulf» and the Mainstream Media. URL: <https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/papers/gulfwar2.htm> (last accessed: 29.06 2025)
36. Van der Heide L. Cherry-Picked Intelligence. The Weapons of Mass Destruction Dispositive as a Legitimation for National Security in the Post 9/11 Age. URL: <https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/38775/ssoar-hsr-2013-1> (last accessed: 29.06 2025)

37. Чумак К.О. Війна з міжнародним тероризмом у зовнішній політиці США у 2001-2009 рр. *Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. Соціологія і політичні науки*. 2013. №3. С. 180-184.
38. Butt A.I. Why did the United States lead an invasion of Iraq in 2003? *International Journal of Political Science and Development*. URL: https://ndisc.nd.edu/assets/291599/ss_final.pdf (last accessed: 29.06 2025)
39. War in Iraq Begins, History.com, (November 24, 2009). URL: <https://www.history.com/this-day-in-history/march-19/war-in-iraq-begins> (last accessed: 29.06 2025)
40. Cramer, J. C., Thrall, A. T. Why Did the United States Invade Iraq? *Security Studies* 2009. Vol. 17, No. 3. P. 601–630. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09636410701547881?scroll=top&needAccess=true> (last accessed: 29.06 2025)
41. President Bush's President's Radio Address, 1 May 2004 // Official White House Archive website. 2004. URL: <https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2004/05/20040501.html> (last accessed: 25.08 2025)
42. Mekay E. Iraq: War Launched to Protect Israel – Bush Adviser / Inter Press Service. 29 March 2004. URL: <https://www.ipsnews.net/2004/03/iraq-war-launched-to-protect-israel-bush-adviser/> (last accessed: 25.08 2025)
43. Klare M.T. Blood and Oil: The Dangers and Consequences of America's Growing Dependency on Imported Petroleum. New York: Metropolitan Books, 2004. 265 p.
44. United Nations Security Council. Resolution 1441 (2002). URL: [https://docs.un.org/en/S/RES/1441\(2002\)](https://docs.un.org/en/S/RES/1441(2002)) (last accessed: 14.08 2025)
45. Bush G.W. President's Address to the Nation on Iraq. The White House, 17 March 2003. URL: <https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2003/03/20030317-7.html> (last accessed: 14.08 2025)

46. Klare M. *Blood and Oil: The Dangers and Consequences of America's Growing Dependency on Imported Petroleum*. New York: Metropolitan Books, 2004. 304 p.
47. Stokes D., Raphael S. *Global Energy Security and American Hegemony*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2010. 312 p
48. Ullman H., Wade J.P. *Shock and Awe: Achieving Rapid Dominance*. Washington, D.C.: National Defense University, 1996. 78 p
49. BBC News. Saddam statue topples in Baghdad. 9 April 2003. URL: http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/2921345.stm (last accessed: 14.08 2025)
50. Cockburn P. *The Rise of Islamic State: ISIS and the New Sunni Revolution*. London: Verso, 2015. 192 p.
51. Duelfer C. Comprehensive Report of the Special Advisor to the DCI on Iraq's WMD. Washington, D.C.: CIA, 2004. URL: https://www.cia.gov/library/reports/general-reports-1/iraq_wmd_2004 (last accessed: 14.08 2025)
52. International Committee of the Red Cross. Iraq: Humanitarian situation remains critical. URL: <https://www.icrc.org/en/doc/resources/documents/update/iraq-update-140305.htm> (last accessed: 14.08 2025)
53. Dodge T. *Iraq: From War to a New Authoritarianism*. London: Routledge, 2012. 232 p.
54. Ricks T.E. *Fiasco: The American Military Adventure in Iraq*. New York: Penguin Press, 2006. 480 p.
55. Kellner, Douglas. *Media Spectacle and the Crisis of Democracy: Terrorism, War, and Election Battles*. Boulder: Paradigm Publishers, 2005. 302 p.
56. Bush, George W. President Delivers State of the Union Address. «*The White House Archive*», January 28, 2003. URL: <https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/stateoftheunion/2003/text/> (last accessed: 14.08 2025)
57. Maass, Peter. The Toppling: How the Media Inflated the Fall of Saddam's Statue in Firdos Square. *ProPublica*, Jan. 3, 2011. URL:

https://www.propublica.org/article/the-toppling-saddam-statue-firdos-square-baghdad?utm_source= (last accessed: 17.08 2025)

58. Reaching Out: Psychological Operations in Operation IRAQI FREEDOM. URL: https://arsof-history.org/articles/v1n1_reaching_out_page_1.html?utm_sou (last accessed: 17.08 2025)

59. NATO: «Mind games». 01 Apr. 2003. URL: https://www.nato.int/cps/en/natohq/opinions_20499.htm?selectedLocale=en&utm (last accessed: 17.08 2025)

60. VOA News (U.S. Distributes Millions of 'Surrender' Leaflets Across Iraq). *News*. October 31, 2009. URL: https://www.voanews.com/a/a-13-a-2003-03-24-50-us/396856.html?utm_source= (last accessed: 17.08 2025)

61. Linzer D. Lost in Translation: Alhurra – America's Troubled Effort to Win Middle East Hearts and Minds. *Propublica*. June 22, 2008. URL: https://www.propublica.org/article/alhurra-middle-east-hearts-and-minds-622?utm_source (last accessed: 17.08 2025)

62. The Guardian. *New Arabic radio station in Iraq may be US black propaganda*. The Guardian, 25 лют. 2003. URL: <https://www.theguardian.com/world/2003/feb/25/iraq.brianwhitaker> (last accessed: 17.08 2025).

63. New Scientist. *Iraqi radio station may be US 'black' propaganda*. New Scientist, 25 лют. 2003. URL: <https://www.newscientist.com/article/dn3430-iraqi-radio-station-may-be-us-black-propaganda/> (last accessed: 17.08 2025)

64. PBS NewsHour. NBC fires Peter Arnett after Iraq TV interview. PBS Shows. Mar 31, 2003. URL: https://www.pbs.org/newshour/nation/media-jan-june03-arnett_03-31. (last accessed: 17.08 2025)

65. Telham S. Al Jazeera: The Most-Feared. Brookings. June 15, 2013. URL: <https://www.brookings.edu/articles/al-jazeera-the-most-feared-news-network/>. (last accessed: 17.08 2025)

66. Collins, Steven (Lt-Col.). Mind games (PSYOPS in the Operations Division, SHAPE) // NATO. – Published April 1, 2003. URL: https://www.nato.int/cps/en/natohq/opinions_20499.htm (last accessed: 17.08 2025).

67. Goldstein, Frank L. (editor); Findley, Benjamin F., Jr. (co-editor). *Psychological Operations: Principles and Case Studies* [Electronic resource]. Maxwell AFB, AL: Air University Press, September 1996. xii, 364 p. Chapter 18: “The Iraqi Propaganda Network,” by Richard A. Blair and Frank L. Goldstein, in *Part IV: Case Studies*. Available via Air University Press or DTICURL: URL: https://www.scribd.com/document/191541248/Psyops-principles-and-Case-studies?utm_source (last accessed: 20.08 2025)

68. Ferguson M. Misinformed: Implications of Foreign Influence on the Information Environment. // *Expeditions with MCUP*. 2023. URL: https://muse.jhu.edu/pub/419/article/904837?utm_source (last accessed: 20.08 2025)

69. Bush Engages and Persuades Public on Iraq. Pew Research Center, 19.09.2002. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2002/09/19/bush-engages-and-persuades-public-on-iraq> (last accessed: 21.08 2025)

70. A Look Back at How Fear and False Beliefs Bolstered U.S. Public Support for War in Iraq. Pew Research Center, 14.03.2023. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2023/03/14/a-look-back-at-how-fear-and-false-beliefs-bolstered-u-s-public-support-for-war-in-iraq/> (last accessed: 21.08 2025)

71. Public Attitudes Toward the War in Iraq: 2003-2008. Pew Research Center, 19.03.2008. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2008/03/19/public-attitudes-toward-the-war-in-iraq-20032008/> (last accessed: 21.08 2025)

72. Views of the Iraq War. Pew Research Center, 23.11.2011. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2011/11/23/views-of-the-iraq-war> (last accessed: 21.08 2025)

73. Gallup. Iraq. Public Opinion About the War. URL: <https://news.gallup.com/poll/1633/iraq.aspx> (last accessed: 21.08 2025)
74. Pew Research Center. Public Attitudes Toward the War in Iraq: 2003-2008 URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2008/03/19/public-attitudes-toward-the-war-in-iraq-2003-2008> (last accessed: 21.08 2025)
75. The White House. President Bush Announces Major Combat Operations in Iraq Have Ended URL: <https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2003/05/20030501-15.htm> (last accessed: 22.08 2025)
76. Jamieson, K.H. The Mission Accomplished Controversy // FactCheck.org. 2008. URL: <https://www.factcheck.org/2008/01/mission-accomplished> (last accessed: 22.08 2025)
77. Jamieson, K. H., Waldman, P. The Press Effect: Politicians, Journalists, and the Stories that Shape the Political World. New York: Oxford University Press, 2003. 304 p.
78. Kerry J.A Call to Service: My Vision for a Better America. New York: Viking, 2003. 274 p.
79. Jacobson G.C. A Divider, Not a Uniter: George W. Bush and the American People. New York: Pearson Longman, 2007. 368 p.
80. Pew Research Center. Public Attitudes Toward the War in Iraq: 2003-2008 URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2008/03/19/public-attitudes-toward-the-war-in-iraq-2003-2008/> (last accessed: 22.08 2025)
81. Balz D., Johnson H. The Battle for America 2008: The Story of an Extraordinary Election. New York: Viking, 2009. 448 p.
82. CNN/ORC Poll. Americans Support Troop Withdrawal from Iraq December 2011. URL: <https://edition.cnn.com/2011/POLITICS/12/18/iraq.poll/index.html> (last accessed: 22.08 2025)
83. Freedman L., Karsh E. *The Gulf Conflict, 1990–1991: Diplomacy and War in the New World Order*. Princeton: Princeton University Press, 1993. 528 p.

84. Aday S., Livingston S., Hebert M. Embedding the Truth: A Cross-Cultural Analysis of Objectivity and Television Coverage of the Iraq War. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1081180X05275727?utm> (last accessed: 22.08 2025)
85. Andrew P. Cortell, Robert M. Eisinger, Scott L. Althaus. Why Embed?: Explaining the Bush Administration's Decision to Embed Reporters in the 2003 Invasion of Iraq. URL: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0002764208326514?utm_source (last accessed: 24.08 2025)
86. Operation Desert Storm Deception and PSYOP. Psywarrior. URL: <https://psywarrior.com/DeceptionH.html> (last accessed: 24.08 2025)
87. Gulf War and Psychological Warfare. Military Saga. URL: <https://militarysaga.com/gulf-war-and-psychological-warfare/> (last accessed: 24.08 2025)
88. U.S. Military Operations in Iraq: Psychological Operations. Congressional Research Service, 2003. URL: https://d27r7ebsgu0es2.cloudfront.net/files/20030604_RL31946_f877e4208ea242432c8eb6badcab0374f8d99825.html (last accessed: 24.08 2025)
89. *Mind Games: Perception and Information Warfare*. NATO Review, 2003. URL: <https://www.nato.int/docu/review/articles/2003/06/01/mind-games/index.html> (last accessed: 24.08 2025)
90. *The Failure of U.S. Journalism: Embedded Reporters and the Iraq War*. Al Jazeera, 2004. URL: <https://www.aljazeera.com/news/2004/3/15/the-failure-of-us-journalism> (last accessed: 24.08 2025)
91. Information Operations Roadmap. U.S. Department of Defense, 2003. URL: https://nsarchive2.gwu.edu/NSAEBB/NSAEBB177/info_ops_roadmap.pdf (last accessed: 24.08 2025)
92. Barstow D. Behind TV Analysts, Pentagon's Hidden Hand. The New York Times, 20.04.2008. URL:

<https://www.nytimes.com/2008/04/20/us/20generals.html> (last accessed: 24.08 2025)

93. Priest D., Gellman B. *U.S. Puts Its Spin on Information Warfare*. Washington Post, 2002. URL: <https://www.washingtonpost.com/archive/politics/2002/02/26/us-puts-its-spin-on-information-warfare/> (last accessed: 24.08 2025)

94. Norton-Taylor R. *MI6 Tried to Plant WMD Reports in Media*. The Guardian, 2003. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2003/dec/11/uk.iraq>.

95. Hersh S. *The Manipulator*. The New Yorker, 07.06.2004. URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2004/06/07/the-manipulator> (last accessed: 24.08 2025)

96. Unger C. *The War They Wanted, the Lies They Needed*. Vanity Fair, 2006 URL: <https://www.vanityfair.com/news/2006/07/yellowcake200607> (last accessed: 24.08 2025)

97. Briant E.L. *Propaganda and Counter-Terrorism: Strategies for Global Change*. Manchester University Press, 2015. 320 p.

98. Corn G.S., Taylor E. *Information Operations and Cyberspace: Military Influence and the Contest of Ideas*. The US Army War College Quarterly: Parameters, 2017, Vol. 47, No. 4, pp. 25-36. URL: <https://press.armywarcollege.edu/parameters/vol47/iss4/5/> (last accessed: 24.08 2025)

99. Hersh, S. M. *Torture at Abu Ghraib*. The New Yorker, 2004. URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2004/05/10/torture-at-abu-ghraib> (last accessed: 24.08 2025)

100. Dorman, W. A. *The Persian Gulf War and the «CNN effect». / After the War: The Press in a Changing Middle East*. Nieman Reports, 2004. URL: <https://niemanreports.org/after-the-war-the-press-in-a-changing-middle-east/> (last accessed: 24.08 2025)

101. U.S. Department of Defense. DoD News Briefing — Secretary Rumsfeld and Gen. Myers. Стенограма: заява щодо ОІ. 18.11.2002. URL: <https://sgp.fas.org/news/2002/11/dod111802.html> (last accessed: 24.08 2025)
102. Ravi N. Different Stories: How the newspapers in the U.S., Britain and South Asia covered the Iraq War. Shorenstein Center Working Paper, 2004. URL: https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/2004_06_ravi.pdf (last accessed: 24.08 2025)
103. Bamford J. The Man Who Sold the War: Meet John Rendon, Bush's general in the propaganda war. — Rolling Stone, 17.11.2005. URL: <https://universityofleeds.github.io/philtaylorpapers/vp01ba9b.html> (last accessed: 24.08 2025)
104. Mazzetti, M.; Daragahi, B. U.S. Military Covertly Pays to Run Stories in Iraqi Press. // Los Angeles Times, 30.11.2005. URL: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2005-nov-30-fg-infowar30-story.html> (last accessed: 24.08 2025)
105. RAND Corporation. Enlisting Madison Avenue: The Marketing Approach to Earning Popular Support in Theaters of Operation. 2007. URL: <https://www.rand.org/pubs/monographs/MG607.html> (last accessed: 24.08 2025)
106. Pew Research Center. A Year After the Iraq War: Mistrust of America in Europe Ever Higher, Muslim Anger Persists. 16.03.2004. URL: <https://www.pewresearch.org/global/2004/03/16/a-year-after-iraq-war/> (last accessed: 24.08 2025)
107. Whitaker B. Toppling Saddam: the truth? // The Guardian, 16.07.2004. URL: <https://www.theguardian.com/world/2004/jul/16/iraq.iraq> (last accessed: 24.08 2025)
108. Arquilla J., Ronfeldt D. The Advent of Netwar. Santa Monica: RAND Corporation, 1996. 125 p.
109. Joint Chiefs of Staff. Joint Publication 3-13: Information Operations. Washington, D.C., 2012. 150 p.

110. Hallin D. The Uncensored War: The Media and Vietnam. New York: Oxford University Press, 1989. 278 p.
111. Paul C. Information Operations – Doctrine and Practice: A Reference Handbook. Santa Barbara: Praeger Security International, 2008. 320 p.
112. Miller D. Tell Me Lies: Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq. London: Pluto Press, 2004. 310 p.
113. Taylor P. Munitions of the Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era. Manchester: Manchester University Press, 2003. 336 p.
114. Snow N., Taylor P. The Routledge Handbook of Public Diplomacy. New York: Routledge, 2009. 504 p. URL: <https://kde.tasam.org/pdf/kitaplar/handbookofpublicdiplomacy.pdf> (last accessed: 24.08 2025)
115. Alberts D., Garstka J., Stein F. Network Centric Warfare: Developing and Leveraging Information Superiority. Washington, D.C. : CCRP Publication Series, 1999. 258 p.
116. Hoffman F. Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars. Arlington, VA : Potomac Institute for Policy Studies, 2007. 72 p.
117. Singer P. W., Brooking E. T. LikeWar: The Weaponization of Social Media. Boston : Houghton Mifflin Harcourt, 2018. 416 p.
118. Rid T. Cyber War Will Not Take Place. Oxford: Oxford University Press, 2013. 328 p.
119. NATO Strategic Communications Centre of Excellence. About Us. Riga, 2015. URL: <https://stratcomcoe.org/> (last accessed: 11.09 2025)
120. Lasswell H. D. Propaganda Technique In The World War. New York: Alfred A. Knopf, 1927. 233 p. URL: <https://archive.org/details/dli.ernet.233727/page/157/mode/2up> (last accessed: 11.11. 2025)

121. Nye J. S. Jr. American Diplomacy and Soft Power. *Project Syndicate*. Nov. 2, 2021. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/american-democracy-and-soft-power-by-joseph-s-nye-2021-11> (last accessed: 12.11. 2025)
122. Luhmann N. Social Systems. Stanford: Stanford University Press, 1995. 627 p.
123. Pentland A. Social Physics: How Good Ideas Spread. New York: Penguin, 2014. 320 p.
124. Buzan B., Wæver O., de Wilde J. Security: A New Framework for Analysis. Boulder: Lynne Rienner, 1998. 239 p.
125. Wendt A. Social Theory of International Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. 429 p.
126. Taylor P. M. War and the Media: Propaganda and Persuasion in the Gulf War. Manchester: Manchester University Press, 1992. 256 p.
127. Singer P. W., Brooking E. T. LikeWar: The Weaponization of Social Media. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2018. 400 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

Операція «Щит в пустелі»

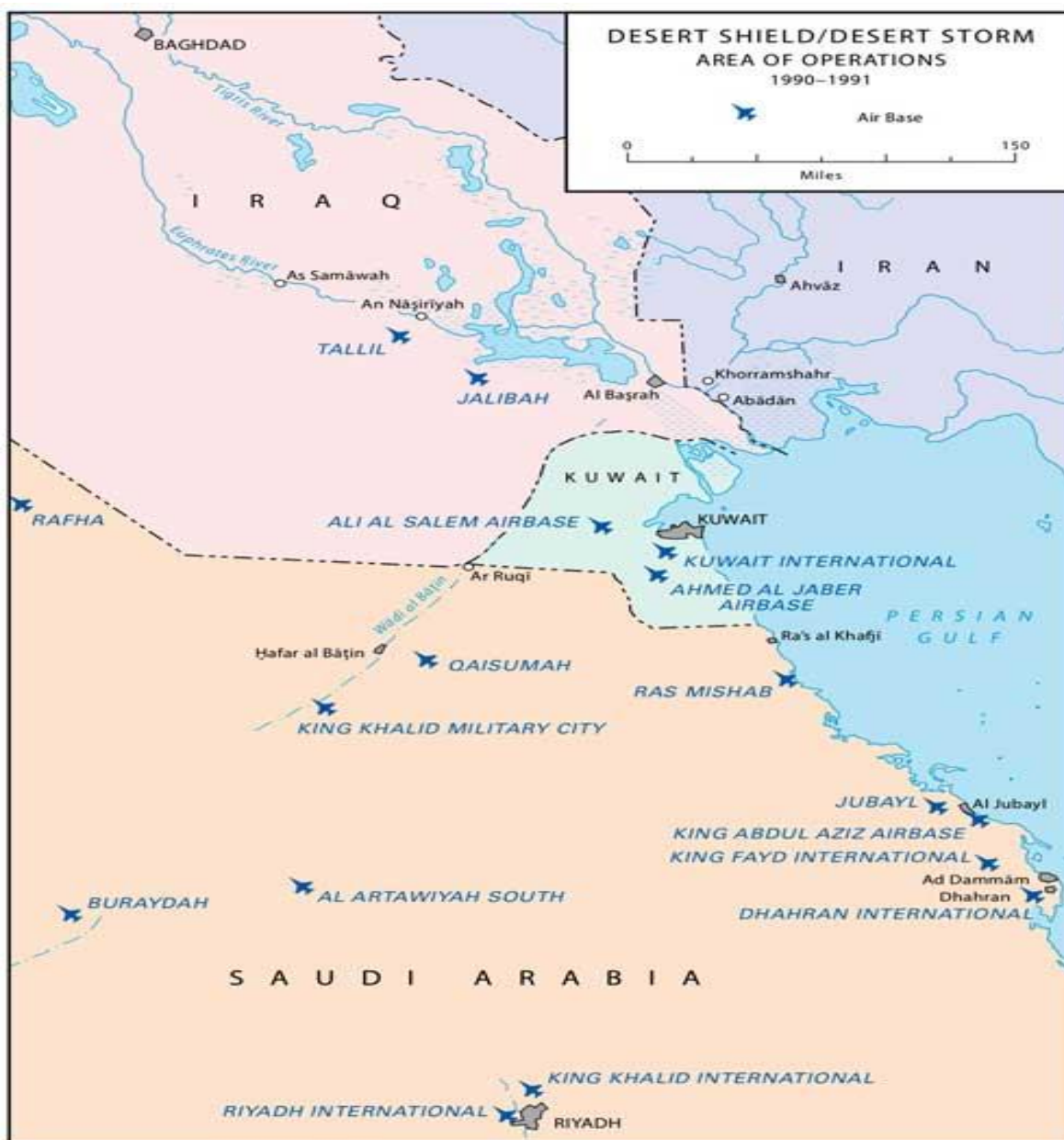


Рис. А. Операція «Щит в пустелі». Джерело: [10]

Операція «Буря в пустелі»



Рис. Б. Операція «Буря в пустелі». Джерело: [22]

Операція «Лис в пустелі»



Деякі з урядових цілей були вражені в Багдаді під час операції «Лис в пустелі»

Рис. В. Операція «Лис в пустелі». Джерело: [21]

Додаток Г

Порівняльна таблиця військових операцій «Щит в пустелі», «Буря в пустелі», «Лис в пустелі»

Критерій	Операція «Щит у пустелі» (1990–1991)	Операція «Буря в пустелі» (1991)	Операція «Лис у пустелі» (1998)
Період проведення	Серпень 1990 – січень 1991	Січень – лютий 1991	16–19 грудня 1998 року
Тривалість	5 місяців	6 тижнів	4 дні
Мета	Захист Саудівської Аравії та стримування Іраку після вторгнення в Кувейт	Виведення іракських військ із Кувейту, розгром іракської армії	Покарання Іраку за відмову співпрацювати з інспекторами ООН щодо ЗМУ
Тип операції	Оборонна (розгортання військ для стримування агресії)	Наступальна (масштабна військова кампанія)	Каральна (авіаційно-ракетні удари)
Основні сили	США, коаліція (понад 30 країн)	США, коаліція (понад 30 країн)	США та Велика Британія
Бойові дії	Розгортання військ, укріплення оборони, патрулювання	Авіаудари + наземна операція	Лише авіаційно-ракетні удари
Політичний контекст	Реакція на вторгнення Іраку в Кувейт	Виконання резолюцій ООН для відновлення міжнародного порядку	Примус Іраку до дотримання умов роззброєння
Міжнародна підтримка	Висока (широка коаліція під егідою ООН)	Висока (широка коаліція під егідою ООН)	Обмежена (США та Велика Британія, без мандата ООН)
Інформаційна компанія	Підтримка міжнародної коаліції, демонстрація сили	«Телевізійна війна», активне висвітлення в медіа	Психологічний тиск на Ірак, обґрунтування необхідності ударів
Основні результати	Захист Саудівської Аравії, готовність до наступу	Звільнення Кувейту, ослаблення іракської армії	Тимчасове ослаблення військової інфраструктури Іраку
Втрати	Мінімальні серед союзників, без бойових дій	Мінімальні серед союзників, великі втрати серед іракських сил	Мінімальні втрати, переважно з боку іракської інфраструктури

Додаток Д

Порівняльний аналіз інформаційно-психологічних впливів в операціях «Щит в пустелі», «Буря в пустелі», «Лис в пустелі»

Критерій	Операція «Щит у пустелі» (1990–1991)	Операція «Буря в пустелі» (1991)	Операція «Лис у пустелі» (1998)
Основна мета ІПВ	Демонстрація рішучості США та коаліції, стримування Іраку	Деморалізація іракської армії, мобілізація міжнародної підтримки	Психологічний тиск на керівництво Іраку та міжнародну аудиторію
Цільова аудиторія	Іракські військові, лідери країн Перської затоки, міжнародна спільнота	Іракські солдати, цивільне населення Іраку, міжнародна громадськість	Лідери Іраку, міжнародні спостерігачі, громадськість у США та Великій Британії
Засоби ІПВ	Пропагандистські заяви, військові навчання, дипломатичні канали	Психологічні листівки, радіопропаганда, прямі трансляції бойових дій	ЗМІ, заяви лідерів, демонстрація точності авіаударів
Ключові повідомлення	"Ми готові до оборони, Ірак не має шансів"	"Ірак приречений, ваша поразка неминуча"	"Ірак буде покараний за непокору, Захід має контроль"
Тактики	Показ сили через розгортання військ і навчання	Масова інформаційна атака: листівки, пропагандистські передачі, деморалізація військ	Використання ЗМІ для виправдання ударів і міжнародного тиску
Використання ЗМІ	Контроль за міжнародними новинами, офіційні брифінги	Активна медійна кампанія: CNN транслює війну в реальному часі	Систематичне висвітлення ударів як "точкових і гуманних"
Ефект на ворога	Стимування агресії Іраку, демонстрація потужності	Зниження морального духу іракських військ, масові випадки дезертирства	Іракський режим вистояв, але втратив частину військових ресурсів
Ефект на союзників	Консолідація коаліції, впевненість у військовій перевазі	Підтримка населення країн коаліції, зміцнення іміджу США як глобального лідера	Змішані реакції: підтримка в США, критика з боку деяких країн
Маніпуляція інформацією	Контроль за поширенням чуток, мінімізація негативних новин	Приховування інформації про цивільні жертви, акцент на військових успіхах	Офіційна цензура щодо деталей ударів і їх наслідків
Психологічна зброя (PSYOPS)	Мінімальне використання	Масове використання: листівки, гучномовці, радіо	Обмежене використання, але ефективна дипломатична пропаганда
Виклик для ІПВ	Підтримання морального духу тривалої операції	Управління міжнародною думкою щодо втрат серед цивільного населення	Виправдання легітимності операції без підтримки ООН

Додаток Е

Порівняльна характеристика еволюції американської громадської думки щодо війни проти Іраку в період 1990-1998 років (операцій «Щит у пустелі» (Desert Shield), «Буря в пустелі» (Desert Storm) та «Лис у пустелі» (Desert Fox))

Період	Основні події	Громадська думка (ставлення)	Фактори впливу
Операція «Щит у пустелі» (1990)	Розгортання американських військ у Саудівській Аравії для стримування Іраку після вторгнення в Кувейт.	Підтримка висока (близько 55–60%). Підтримували оборону союзників, але настороженість щодо можливості повномасштабної війни.	Страх перед новою війною у Перській затоці, спогади про В'єтнам, захист енергетичних інтересів.
Операція «Буря в пустелі» (1991)	Початок масованих бомбардувань Іраку та сухопутна операція для звільнення Кувейту.	Підтримка зросла (до 75–85%) завдяки швидкому успіху військових дій, мінімальним втратам США та ефективній медіа-кампанії.	Патріотизм, впевненість у військовій перевазі США, контрольоване висвітлення ЗМІ.
Після війни (1991-1997)	Санкції проти Іраку, постійний контроль за дотриманням резолюцій ООН, періодичні військові удари у відповідь на провокації.	Підтримка поступово знижувалась (близько 50-60%), зросла втома від тривалих конфліктів без чіткої кінцевої мети.	Економічні питання в США, відсутність прямої загрози для американців, гуманітарні наслідки для Іраку.
Операція «Лис у пустелі» (1998)	Чотириденна бомбардувальна кампанія проти Іраку через недотримання домовленостей щодо інспекцій ООН з контролю за зброєю масового знищення.	Суперечлива реакція (40-50 % підтримки). Частина суспільства вважала операцію політично мотивованою (фон скандалу Клінтона з Левінськи).	Сумніви в ефективності силових методів, підозри щодо відволікання уваги від внутрішніх політичних скандалів.

SUMMARY

The analysis of U.S. information operations in the wars against Iraq from 1990 to 2011 makes it possible to trace both the gradual transformation of strategies of information and psychological influence and the changing context in which they were implemented. These wars became important milestones in the development of modern practices of information warfare, combining traditional propaganda tools with the latest mass communication technologies.

The period of 1990-1998 marked the formation of the foundations of the American approach to information operations. In the 1990–1991 Gulf War, the United States for the first time extensively employed information and psychological influence as an organic element of a military campaign. Operations *Desert Shield* and *Desert Storm* were accompanied by a wide-scale campaign to legitimize the war through appeals to international law, moral values, and the image of Saddam Hussein as an aggressor. A distinctive feature was the creation of a clear binary worldview – «the coalition of good» versus «a dictator threatening peace». Psychological influence was directed not only at the domestic population, but also at the international community, as well as the Iraqi army and society. Later, during Operation *Desert Fox* in 1998, this approach was reinforced by emphasizing the idea of preventive security and the necessity of limiting Iraq's military capabilities.

At the same time, the first limitations of such strategies emerged. American public opinion, which in the early 1990s supported decisive action against aggression, gradually became more critical of prolonged confrontation. Information campaigns built on emotions and demonstrative media images began to lose effectiveness. In this context, the 1990s became a period of testing the strategy of centralized control over information flows, which proved effective in the short term but failed to guarantee sustainable support in the long term.

The second war against Iraq (2003-2011) marked a new stage in the development of U.S. information operations. First, the role of the technological factor increased: global television networks, the Internet, and the first social media platforms made the information space more dynamic and less controllable. Second,

information campaigns themselves became more complex. Operation *Iraqi Freedom* unfolded under the slogan «Shock and Awe», which combined the military strategy of a rapid strike with an informational demonstration of power. The U.S. actively employed the system of *embedded journalism* – the integration of reporters into combat units – which allowed for shaping the «right» image of the war for a global audience. At the same time, the role of private contractors and specialized communication companies grew, ensuring the production and dissemination of information products.

However, the experience of the 2003-2011 war also revealed new limits to the effectiveness of information influence. While the initial stage of the campaign achieved the goal of creating the image of the «liberation of Iraq», over time, with the protracted conflict, the absence of clear results, and the exposure of manipulations (particularly concerning weapons of mass destruction), there was a deep erosion of trust. Anti-war sentiments increased in American society, while the international reputation of the United States suffered significant losses. The Iraq War thus became an example of how an initial information victory may turn into a strategic defeat in the realm of public opinion over the long term.

A comparative analysis of the two campaigns shows that U.S. information operations evolved from a relatively closed and controlled model to a complex, multi-channel system in which the state interacts with private structures and where the information environment is marked by competition and multiple interpretations. Whereas in 1991 the U.S. managed to establish an almost complete monopoly on framing events, by 2003-2011 it faced a globalized media landscape where alternative narratives emerged – from Arab broadcasters such as *Al Jazeera* to independent journalistic networks.

In conclusion, several generalizations can be made. First, information operations have become an integral element of modern wars, shaping the legitimacy and public perception of military actions no less than their battlefield outcomes. Second, the examples of the two wars against Iraq demonstrate that the effectiveness of information influence is limited in time: an initial success can quickly fade if the

realities of war contradict the constructed narratives. Third, the evolution of U.S. strategies confirms that in a globalized information environment, a monopoly on truth is no longer possible; thus, managing public opinion requires constant adaptation, openness, and greater trust toward the audience.

Therefore, the wars against Iraq in 1990-1991 and 2003-2011 were not only armed conflicts but also laboratories for the development of information and psychological operations. For the United States, they became a lesson that information superiority is an important but unstable resource: it can ensure rapid mobilization of support, but its preservation requires honesty, flexibility, and recognition of the polyphony of the modern world.