Вовк Світлана Олександрівна
Бадер Антон Васильович

Когнітивна мобілізація суспільства: критичне мислення і національний бренд у протидії пропаганді[1]

УДК 323.2
DOI https://doi.org/10.24195/2414-9616.2025-2.5

Вовк Світлана Олександрівна
доктор політичних наук, професор
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»
вул. Івана Банка, 3, Полтава, Україна
ORCID: 0000-0001-6818-4107

Бадер Антон Васильович
доктор політичних наук, професор
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»
вул. Івана Банка, 3, Полтава, Україна
ORCID: 0000-0002-3670-5753

Стаття присвячена комплексному аналізу когнітивної мобілізації суспільства як критичного чинника національної безпеки в умовах інформаційної агресії, спричиненої російсько-українською війною. У центрі дослідження перебувають два взаємопов'язані елементи: розвиток критичного мислення громадян і формування автентичного національного бренду. Обґрунтовано тезу, що когнітивна мобілізація є багаторівневим процесом, який охоплює не лише індивідуальну здатність до рефлексивного мислення, а й колективну вироблену практику осмислення соціально-політичних явищ, що сприяє стійкості суспільства до зовнішніх інформаційних атак. Визначено, що критичне мислення постає не тільки як засіб індивідуального самозахисту в інформаційному середовищі, а як основа для побудови колективної рефлексії й вироблення узгоджених когнітивних реакцій на виклики гібридної війни. Підкреслено, що розвиток критичного мислення потребує системного освітнього впливу, активної участі громадянського суспільства та підтримки незалежних медіа. Водночас національний бренд розглянуто як важливий інструмент когнітивної мобілізації, що забезпечує формування позитивного образу держави через символічну репрезентацію стійких наративів свободи, гідності, єдності та демократичних цінностей. Особливу увагу приділено аналізу трансформації національного бренду України під впливом російсько-української війни. Зазначено, що Україна стала першою державою у світі, яка розпочала офіційну кампанію національного брендотворення у період активних бойових дій. Наголошено, що завдяки когнітивній мобілізації громадянського суспільства та послідовній роботі державних інституцій було створено альтернативний інформаційний простір, який ефективно протистоїть російській дезінформації на міжнародній арені. Обґрунтовано, що ефективна когнітивна мобілізація передбачає синергію чотирьох ключових складових: розвитку критичного мислення, формування автентичного національного бренду, розбудови інституційної інфраструктури когнітивної безпеки та залучення громадян до спільного конструювання образу держави. Наведено приклади українських практик у кожному з напрямів: державна комунікаційна кампанія «Ukraine NOW», ініціативи «StopFake» і «VoxCheck», освітні програми з інфомедійної грамотності, діяльність «Українського інституту» і «Кримської платформи». Наведено основні загрози когнітивній мобілізації з боку російської пропаганди: використання дезінформації, маніпуляція історією, поширення токсичних наративів для підриву суспільної єдності. Обґрунтовано необхідність комплексної стратегії протидії цим викликам через розбудову власних позитивних наративів, зміцнення мереж довіри, підтримку масових програм розвитку критичного мислення та стимулювання громадянської участі у виробленні символічного образу нації.

У результаті зроблено висновок, що критичне мислення та національний бренд є не лише засобами захисту від інформаційних атак, але й активними чинниками формування нового політичного майбутнього України. Їхня інтеграція в державну політику і громадянські практики створює синергетичний ефект, здатний зміцнити внутрішню консолідацію суспільства, підвищити його стійкість до зовнішніх викликів і забезпечити сталий розвиток демократичної політичної культури в умовах глобальної нестабільності.

Ключові слова: *когнітивна мобілізація, національний бренд, міжнародний імідж, російсько-українська війна, критичне мислення.*

Вступ. У XXI ст. домінуючими формами політичної боротьби стали не лише класичні військові конфлікти, а й інформаційні війни, де основною зброєю є наративи та когнітивні конструкти. Російсько-українська війна наочно продемонструвала, що одним із вимірів протистояння стає свідомість громадян. В умовах агресивної інформаційної кампанії з боку Російської Федерації критичне мислення громадян і формування автентичного національного бренду виступають базовими механізмами когнітивної мобілізації суспільства, що забезпечують стійкість держави до зовнішніх пропагандистських атак.

Аналіз сучасної наукової літератури засвідчує зростаючу увагу до проблеми когнітивної мобілізації суспільства в умовах гібридної війни. Дослідження у сфері безпекових студій підкреслюють роль критичного мислення як основи інформаційної стійкості держав (С. Бадер, М. Починкова, О. Караман, В. Степаненко, В. Курило). Водночас

[1] Публікація містить результати досліджень, проведених при грантовій підтримці Національного фонду досліджень України за проєктом 2021.01/0021.

праці з політичного брендингу акцентують на значенні національного бренду як чинника формування позитивної ідентичності нації у глобальному просторі (С. Костючков, Н. Лютко, О. Оніщенко, Ю. Сліпецька). Український контекст останніх років, проаналізований у наукових працях, демонструє практичне поєднання цих двох напрямів у боротьбі проти російської пропаганди. Таким чином, узагальнення теоретичних і прикладних доробків дозволяє стверджувати, що критичне мислення і національне брендування є взаємопов'язаними складовими когнітивної мобілізації як нової парадигми захисту національної безпеки.

Метою статті є обґрунтування ролі когнітивної мобілізації суспільства к чинника протидії інформаційній агресії в умовах російсько-української війни шляхом аналізу взаємозв'язку між розвитком критичного мислення громадян і формуванням національного бренду. Особлива увага приділяється виявленню механізмів зміцнення когнітивної стійкості через інтеграцію стратегій брендотворення та просування демократичних цінностей у суспільній свідомості.

Методи дослідження. У процесі дослідження використано комплекс методів, що забезпечили багаторівневий аналіз проблематики. Теоретико-методологічною основою стали системний підхід для виявлення взаємозв'язку між критичним мисленням, національним брендом та когнітивною мобілізацією суспільства; конструктивістська методологія для аналізу процесів символічного конструювання національної ідентичності в умовах інформаційної війни; метод контент-аналізу для вивчення основних наративів російської пропаганди та контрнаративів українського брендування.

Виклад основного матеріалу. Мобілізація як процес організованого залучення, концентрації та активізації ресурсів охоплює як добровільне згуртування суб'єктів навколо спільних цілей, так і ініційовану ззовні активацію потенціалу спільнот чи окремих індивідів. Вона може мати як матеріально-практичний (мобілізація армії, ресурсів), так і ментально-когнітивний характер (мобілізація свідомості, ідентичності), виступаючи важливим механізмом адаптації суспільства до кризових ситуацій, змін або викликів. «Загальносуспільна мобілізація покликана сконцентрувати людські та матеріальні ресурси заради реалізації інтересів усього суспільства. Вона можлива за умови зовнішньої або внутрішньої загрози, здатної порушити стабільність соціуму».

Дефініцію «когнітивна мобілізація» у площині заявленої проблеми варто розглядати як процес активізації інтелектуальних, рефлексивних і критичних ресурсів суспільства з метою зміцнення його ідентичності, стійкості та здатності до опору в умовах інформаційної агресії. На відміну від традиційної мобілізації, що акцентує увагу на фізичному або матеріальному ресурсі, когнітивна мобілізація орієнтується на зміну ментальних структур, моделей сприйняття й інтерпретації реальності.

У цьому контексті критичне мислення постає не лише як індивідуальна когнітивна здатність, а як системний чинник когнітивної мобілізації, що забезпечує колективну стійкість до інформаційних загроз. Саме через розвиток критичного мислення та зміцнення навичок інформаційної резистентності відкривається можливість для цілеспрямованого формування національного бренду, який стає важливим елементом захисту суспільної свідомості від зовнішнього маніпулятивного впливу.

Критичне мислення є системою когнітивних навичок, що включають здатність до аналізу, оцінки, рефлексії, виявлення логічних помилок, ідентифікації маніпулятивних технік. «Критичне мислення є ключовою навичкою в сучасному інформаційному середовищі, де дезінформація може швидко поширюватися і впливати на громадську думку. Розвиток критичного мислення сприяє кращому розумінню реальності, зменшує вплив маніпуляцій і допомагає приймати обґрунтовані рішення» [2].

З позиції підходу до критичного мислення як засобу протидії інфодемії, в умовах агресивної російської пропаганди, що спирається на емоційний тиск, фейкові повідомлення, конспірологічні наративи й цілеспрямовані інформаційні атаки, здатність громадян до критичного осмислення інформаційних потоків набуває статусу фундаментальної передумови забезпечення інформаційної безпеки. Важливо підкреслити, що критичне мислення не є вродженою здатністю; воно формується через освіту, інформаційну культуру, публічний дискурс і державну політику у сфері інформаційної безпеки. Український досвід останніх років демонструє, що інституціалізація медіаосвіти, розвиток громадських проєктів з фактчекінгу, підтримка незалежної журналістики сприяють поширенню практик критичного аналізу інформації у суспільстві.

У цьому процесі особливого значення набуває формування символічного середовища, здатного підтримувати когнітивну стійкість суспільства та зміцнювати його рефлексивний потенціал. Саме тут важливу роль починає відігравати національний бренд. Національний бренд держави прийнято, в першу чергу, розглядати як «…важливий глобальний інструмент розвитку її конкурентних переваг та зміцнення становища на міжнародній арені. Брендинг нації виступає важливою компетенцією, яка визначає спроможність країни диференціювати себе та конкурувати у сфері залучення іноземних інвестицій, заохочення торгівлі чи навіть

поліпшення загального політичного впливу» [3]. І, відповідно, національний бренд, як стратегічна конструкція свідомо розробленої системи символів, наративів і образів, яка проектує цільову модель сприйняття держави як всередині країни, так і на міжнародній арені, задає напрямок формування позитивного іміджу, тоді як імідж є індикатором ефективності бренд-стратегії.

Національний бренд в умовах інформаційної війни постає не лише як інструмент міжнародної комунікації, але й як внутрішній ресурс когнітивної мобілізації громадян. Він задає позитивні смислові орієнтири, формує стійкі образи й наративи, які протистоять ворожим конструкціям.

У випадку України національний бренд зазнав кардинальної трансформації після початку російсько-української війни: від аморфного пострадянського образу до ідентичності борців за свободу, демократію й європейські цінності. Така трансформація стала можливою завдяки глибокій зміні самосприйняття громадян, їхній участі у реальному спротиві та одночасній когнітивній мобілізації на інформаційному фронті. «Україна – це перша країна у світі, яка розпочала під час війни офіційну кампанію з брендування нації. І власне війна розкрила ресурс і капітал, на базі якого конструюється бажаний і водночас реальний образ для іноземної аудиторії» [3].

Зміна національного бренду України, підтримана офіційною кампанією брендотворення в умовах війни, засвідчила, що саме надзвичайні обставини здатні активізувати глибинні ресурси ідентичності й цінностей нації. Проте для сталого утвердження нової символічної моделі у свідомості як внутрішньої, так і зовнішньої аудиторії необхідною умовою постає не лише створення привабливого образу, а й забезпечення його внутрішнього укорінення через щоденну когнітивну практику громадян.

Саме потреба у внутрішньому закріпленні національного бренду через активну когнітивну взаємодію суспільства зумовлює необхідність глибшого аналізу механізмів когнітивної мобілізації. Їх комплексний характер вимагає врахування взаємопов'язаних елементів, які забезпечують стійкість і життєздатність національної ідентичності в умовах інформаційної війни.

Першою складовою виступає розвиток критичного мислення як базової когнітивної здатності громадян, оскільки критичне мислення формує основу для осмисленого сприйняття інформації, виявлення маніпуляцій, оцінки достовірності джерел та конструювання власних автономних суджень. У контексті інформаційної агресії критичне мислення не лише захищає індивідів від ворожого впливу, а й створює підґрунтя для колективної рефлексії та стійкості. Як здатність до аналітичного осмислення інформації, виявлення прихованих смислів, оцінки достовірності фактів і виявлення маніпулятивних впливів, критичне мислення не обмежується індивідуальним рівнем. У процесі суспільної комунікації воно переходить у площину колективної рефлексії, яка забезпечує узгоджене осмислення соціальних процесів, оцінку політичних наративів, переосмислення символічних конструкцій національної ідентичності. Саме завдяки критичному мисленню громадяни здатні не лише сприймати офіційні або альтернативні меседжі, але й активно брати участь у їхньому переосмисленні, пропонуючи нові інтерпретації та формуючи багатоголосий, рефлексивний простір суспільної думки

Наступною складовою механізму є формування автентичного національного бренду як символічного ресурсу когнітивної мобілізації. Національний бренд виконує роль позитивного смислового каркасу, який забезпечує узгодженість символів, наративів і цінностей, що репрезентують державу як у внутрішньому, так і у зовнішньому вимірі. Національний бренд виконує стратегічну функцію консолідації суспільства навколо спільної ідентичності, яка забезпечує інтеграцію різноманітних соціальних груп у межах єдиного символічного простору. Через систему позитивних наративів, символів та цінностей національний бренд формує спільне бачення історії, сучасності та майбутнього нації, створюючи тим самим умови для когнітивної єдності громадян. Така консолідація не лише зміцнює внутрішню політичну стійкість, але й суттєво підвищує рівень колективної резистентності до зовнішніх інформаційних атак, спрямованих на розкол суспільства, делегітимацію державних інститутів або підрив національної ідентичності.

Важливою умовою ефективності цього процесу виступає інтеграція критичного мислення та національного бренду у стратегії державної політики й громадянських ініціатив. Лише за умови синхронізації зусиль державних інституцій, медіа, освітніх закладів та громадянського суспільства можливе створення сталого інформаційного середовища, у якому позитивні наративи не нав'язуються, а органічно співіснують із рефлексивною критикою і публічною дискусією.

В Україні інтеграція критичного мислення та національного бренду у стратегії державної політики й громадянських ініціатив знаходить практичне втілення у низці програм і проєктів. Зокрема, вагомим прикладом є державна комунікаційна кампанія **«**Ukraine NOW» [4], яка, адаптуючись до викликів війни, трансформувалася у потужний інструмент міжнародної підтримки, поєднуючи офіційний наратив про демократичну і стійку Україну з відкритим публічним діалогом. У сфері медіа важливу роль відіграють незалежні фактчекінгові ініціативи, такі як «StopFake» [5] та «VoxCheck»

[6], які не лише протидіють дезінформації, але й сприяють поширенню практик критичного аналізу інформації серед широкого загалу.

Освітній напрям представлений програмами медіаграмотності, впровадженими Міністерством освіти і науки України у партнерстві з міжнародними організаціями (наприклад, проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» [7]), що охоплює школи та заклади вищої освіти. На рівні громадянського суспільства ініціативи на кшталт **«**Освітнього дому прав людини в Чернігові» [8] сприяють розвитку критичного мислення через тренінги, дискусійні платформи та публічні кампанії.

Синхронізація цих зусиль, коли офіційний національний бренд співіснує з активною громадянською рефлексією і незалежною аналітикою, створює умови для сталого інформаційного середовища, у якому позитивний образ України утверджується не нав'язуванням, а свідомою підтримкою громадян, готових критично мислити й захищати власну ідентичність.

Подальшим етапом механізму є розбудова інституційної інфраструктури когнітивної безпеки. Сьогодні «…термін «когнітивна безпека» визначається як концептуальна парадигма, що охоплює заходи та стратегії для захисту когнітивних процесів та інтелектуальної діяльності в особистому та колективному сприйнятті і обробці інформації. Цей підхід акцентує на виявленні, аналізі та протидії загрозам, пов'язаним з маніпуляціями когнітивними процесами, що можуть спотворити об'єктивне сприйняття дійсності та призвести до психологічного впливу на індивіда. Метою когнітивної безпеки є забезпечення стійкого та безпечного функціонування інтелектуальних систем, попередження зловживань, збереження довіри та прозорості в інформаційному середовищі» [9].

Впровадження програм медіаосвіти, підтримка незалежних фактчекінгових платформ, створення мереж інформаційної довіри та сприяння розвитку культурної дипломатії як елементи когнітивної безпеки елементи функціонують як підсилювачі когнітивної мобілізації, дозволяючи не лише оборонятися від дезінформаційних атак, а й проактивно формувати власний інформаційний простір.

Завершальною складовою є залучення громадян до процесу спільного конструювання національного образу через інклюзивні механізми участі: громадські обговорення, відкриті платформи стратегічних комунікацій, публічні ініціативи у сфері культури, мистецтва й освіти. Така участь не лише підвищує рівень довіри до державної бренд-стратегії, а й закріплює почуття особистої відповідальності громадян за збереження і розвиток національної ідентичності.

Важливим прикладом залучення громадян є діяльність платформи «Український інститут» [10], яка не лише просуває позитивний образ України за кордоном через культуру, мистецтво й академічні проєкти, але й активно залучає громадськість до розроблення стратегій культурної дипломатії. Іншим прикладом є «Кримська платформа» [11], яка репрезентує національне розмаїття та сприяє включенню кримськотатарської ідентичності у загальноукраїнський наратив, акцентуючи на важливості інклюзивного підходу до формування державного бренду.

Таким чином, механізм когнітивної мобілізації передбачає взаємопов'язану дію критичного мислення, національного бренду, інституційної підтримки та громадської участі. Лише їхня синергія здатна забезпечити ефективний захист суспільної свідомості в умовах гібридної війни та створити стійкий фундамент для подальшого розвитку демократичного громадянського суспільства.

Однак ефективність механізму когнітивної мобілізації постійно перебуває під тиском зовнішніх загроз, що мають на меті підірвати його ключові складові. Особливу небезпеку становлять системні практики когнітивної війни, які активно застосовуються Російською Федерацією для підриву суспільної єдності, руйнування позитивних національних наративів і делегітимації державної політики брендотворення. До основних тактик агресора відноситься дезінформація, маніпулювання історією, експлуатація внутрішніх суперечностей, поширення токсичних наративів про «штучність української державності», «зовнішнє управління», «культивування ненависті».

Відповіддю на виклики когнітивної війни має стати комплексна стратегія зміцнення суспільної стійкості, що передбачає кілька ключових напрямів. Насамперед необхідною є послідовна розбудова власного позитивного наративу, який включає історичну легітимацію української державності, репрезентацію тяглості національного розвитку та акцент на автентичних цінностях. Важливим чинником також є створення мережі довіри через активізацію діяльності інститутів громадянського суспільства та підтримку незалежних медіа, що забезпечують альтернативний простір достовірної інформації та сприяють формуванню критичної громадської думки.

Одночасно стратегічним пріоритетом виступає підвищення рівня критичного мислення серед громадян шляхом впровадження масових освітніх програм, орієнтованих на розвиток аналітичних навичок, медіаграмотності та здатності до рефлексивного осмислення інформаційних потоків. Нарешті, важливою складовою є підтримка відкритого діалогу всередині суспільства, що дозволяє консолідувати різні соціальні групи на основі спільних цінностей і зміцнити внутрішню єдність перед зовнішніми інформаційними загрозами.

У цьому контексті національний бренд виступає символічною «рамкою», в межах якої відбувається когнітивна мобілізація: формуються стійкі образи перемоги, солідарності, гідності та незламності, що активно протистоять деструктивним і депресивним наративам, які продукуються ворогом для підриву національної ідентичності та суспільної цілісності.

Висновки. Когнітивна мобілізація суспільства є критично важливим компонентом національної безпеки в умовах гібридних конфліктів. Вона забезпечується через розвиток критичного мислення як індивідуальної здатності та соціальної практики, а також через формування й підтримку автентичного національного бренду, що слугує символічним каркасом для колективної ідентичності. Український досвід показує, що системна робота в цих напрямах дозволяє не лише підвищити стійкість суспільства до зовнішніх впливів, але й зміцнити його внутрішню консолідацію, сприяти розвитку демократичної політичної культури та забезпечити умови для успішної міжнародної комунікації. Критичне мислення й національний бренд, будучи інтегрованими у стратегію державної політики, створюють потужний синергетичний ефект, здатний не лише обороняти, але й активно формувати політичне майбутнє нації. Відтак, інвестування в розвиток когнітивної стійкості населення та розумне управління національним брендом мають стати пріоритетами сучасної безпекової та культурної стратегії України.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Перевезій С. Соціальна мобілізація: інтеграційний та дезінтегруючий потенціали. *Наукові записки ІПіЕД ім. І.Ф. Кураса НАН України.* 2018. Випуск 68. С. 251–262. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/perevezii_sotsialna.pdf.

2. Бадер С., Починкова М. Критичне мислення як засіб протидії впливу інфодемії в умовах російсько-української війни*. Актуальні питання гуманітарних наук.* Вип. 76. том 1. 2024. С. 208–215. https://doi.org/10.24919/2308-4863/76-1-32.

3. Мандрига Р. Національний бренд Україна як засіб комунікації в умовах повномасштабної війни. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. Випуск 17, 2024. С. 97–106. https://doi.org/10.32782/2312-1815/2024-17.

4. UkraineNow. Сайт. Режим доступу: https://www.ukrainenow.org/.

5. StopFake. Сайт. Режим доступу: https://www.stopfake.org/uk/golovna/.

6. VoxCheck. Сайт. Режим доступу: https://voxukraine.org/voxcheck.

7. Програма «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://mon.gov.ua/ministerstvo-2/diyalnist/mizhnarodna-spivpratsya-2/spivpratsya-z-mizhnarodnimi-organizatsiyami/rada-mizhnarodnikh-naukovikh-doslidzhen-ta-obminiv-irex/programa-vivchay-ta-rozriznyay-infomediyna-gramotnist.

8. Освітній дім прав людини в Чернігові. Сайт. https://ehrh.org/.

9. Кобець Т. Основні підходи до розуміння «когнітивна безпека» в сучасній науці: політичний та інформаційний аспект. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії.* 2023. Випуск 49. https://doi.org/10.30970/PPS.2023.49.34.

10. Платформа «Український інститут». Сайт. Режим доступу: https://ui.org.ua/.

11. Кримська платформа. Сайт. Режим доступу: https://crimea-platform.org/.

REFERENCES:

1. Perevezii, S. (2018). Sotsialna mobilizatsiia: intehratsiinyi ta dezintegruiuchyi potentsialy [Social mobilization: integration and disintegration potentials]. Naukovi zapysky Instytutu politychnykh i etnonatsionalnykh doslidzhen im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy, 68, 251–262. Retrieved from https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/perevezii_sotsialna.pdf [in Ukrainian].

2. Bader, S., & Pochynkova, M. (2024). Krytychne myslennia yak zasib protydii vplyvu infodemii v umovakh rosiisko-ukrainskoi viiny [Critical thinking as a means of countering the influence of the infodemic during the Russian-Ukrainian war]. Aktualni pytannia humanitarnykh nauk, 76(1), 208–215. https://doi.org/10.24919/2308-4863/76-1-32 [in Ukrainian].

3. Mandryha, R. (2024). Natsionalnyi brend Ukraina yak zasib komunikatsii v umovakh povnomasshtabnoi viiny [The national brand of Ukraine as a means of communication during full-scale war]. Visnyk Prykarpatskoho universytetu. Seriya: Politolohiya, 17, 97–106. https://doi.org/10.32782/2312-1815/2024-17 [in Ukrainian].

4. UkraineNow. Retrieved from https://www.ukrainenow.org/ [in Ukrainian].

5. StopFake. Retrieved from https://www.stopfake.org/uk/golovna/ [in Ukrainian].

6. VoxCheck. Retrieved from https://voxukraine.org/voxcheck [in Ukrainian].

7. Vyvchai ta rozrizniai: Infomediina hramotnist [Learn and distinguish: Information literacy] (2023). Retrieved from https://mon.gov.ua/ministerstvo-2/diyalnist/mizhnarodna-spivpratsya-2/spivpratsya-z-mizhnarodnimi-organizatsiyami/rada-mizhnarodnikh-naukovikh-doslidzhen-ta-obminiv-irex/programa-vivchay-ta-rozriznyay-infomediyna-gramotnist [in Ukrainian].

8. Osvitnii dim prav liudyny v Chernihovi [Educational Human Rights House in Chernihiv]. Retrieved from https://ehrh.org/ [in Ukrainian].

9. Kobets, T. (2023). Osnovni pidkhody do rozuminnia “kohntyvna bezpeka” v suchasnii nautsi: politychnyi ta informatsiinyi aspekt [Main approaches to understanding “cognitive security” in modern science: Political and informational aspects]. Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya filosof.-politol. studii, 49. https://doi.org/10.30970/PPS.2023.49.34 [in Ukrainian].

10. Ukrainskyi instytut [Ukrainian Institute]. (n.d.). Retrieved from https://ui.org.ua/ [in Ukrainian].

11. Krymska platforma [Crimean Platform]. Retrieved from https://crimea-platform.org/ [in Ukrainian].

Cognitive mobilization of society: critical thinking and national brand in countering propaganda

Vovk Svitlana Oleksandrivna

Doctor of Political Sciences, Professor
State Institution
"Luhansk Taras Shevchenko
National University"
Ivana Banka str., 3, Poltava, Ukraine
ORCID: 0000-0001-6818-4107

Bader Anton Vasylovych

Doctor of Political Sciences, Professor
State Institution
"Luhansk Taras Shevchenko
National University"
Ivana Banka str., 3, Poltava, Ukraine
ORCID: 0000-0002-3670-5753

The article is devoted to a comprehensive analysis of cognitive mobilization of society as a critical factor of national security under the conditions of information aggression caused by the Russian-Ukrainian war. The research focuses on two interrelated elements: the development of citizens' critical thinking and the formation of an authentic national brand. The article argues that cognitive mobilization is a multi-level process that covers not only the individual ability for reflective thinking but also a collective practice of understanding socio-political phenomena, which strengthens the society's resilience against external informational attacks. It is defined that critical thinking serves not only as a means of individual self-defense in the information environment but also as the basis for building collective reflection and forming coordinated cognitive responses to the challenges of hybrid warfare. It is emphasized that the development of critical thinking requires systematic educational influence, active participation of civil society, and support from independent media. At the same time, the national brand is viewed as an important tool of cognitive mobilization that ensures the formation of a positive image of the state through the symbolic representation of stable narratives of freedom, dignity, unity, and democratic values. Special attention is paid to the analysis of the transformation of Ukraine's national brand under the influence of the Russian-Ukrainian war. It is noted that Ukraine became the first country in the world to launch an official nation branding campaign during active military conflict. It is emphasized that thanks to the cognitive mobilization of civil society and the consistent efforts of state institutions, an alternative information space was created, which effectively resists Russian disinformation on the international arena. The article substantiates that effective cognitive mobilization involves the synergy of four key components: the development of critical thinking, the formation of an authentic national brand, the creation of institutional infrastructure for cognitive security, and the involvement of citizens in the joint construction of the state's image. The article provides examples of Ukrainian practices in each direction: the state communication campaign "Ukraine NOW", the initiatives "StopFake" and "VoxCheck",media literacy educational programs, the activities of the "Ukrainian Institute" and the "Crimean Platform". The main threats to cognitive mobilization from Russian propaganda are identified: the use of disinformation, manipulation of history, and the spread of toxic narratives aimed at undermining social unity. The article proves the need for a comprehensive strategy to counter these threats by developing own positive narratives, strengthening trust networks, supporting mass programs for the development of critical thinking, and encouraging citizens' participation in shaping the symbolic image of the nation. As a result, it is concluded that critical thinking and the national brand are not only means of protection against information attacks but also active factors in shaping Ukraine's new political future. Their integration into state policy and civil practices creates a synergistic effect that can strengthen the internal consolidation of society, increase its resilience to external challenges, and ensure the sustainable development of democratic political culture in conditions of global instability.

Key words: *cognitive mobilization, national brand, international image, Russian-Ukrainian war, critical thinking.*