

МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ НА МАСОВУ СВІДОМІСТЬ ГРОМАДЯН УКРАЇНИ

METHODS AND MEANS OF INFLUENCE OF INFORMATION-PSYCHOLOGICAL OPERATIONS BY THE RUSSIAN FEDERATION ON THE MASS CONSCIOUSNESS OF UKRAINIAN CITIZENS

У статті розглядається актуальна тема впливу інформаційно-психологічних операцій Російської Федерації на масову свідомість українців в умовах збройної агресії. Зокрема, обговорюються засоби та методи інформаційної агресії проти України в контексті сучасних технологічних можливостей. Стаття наголошує на важливості захисту інформаційної цілісності держави та громадян в умовах глобалізації та віртуального інформаційного простору. Проаналізовано стратегії інформаційної агресії Російської Федерації проти України, включаючи розповсюдження дезінформації та створення негативних наративів. Висвітлюються зміст актуальних наративів, що використовуються в інформаційно-психологічних операціях, такі як «масова мобілізація», «зневіра українських партнерів», «український контраст», «тотальна корупція» та «прекрасне» життя на окупованих територіях. Стаття розглядає процес розробки інформаційно-психологічних операцій Російської Федерації проти України та вказує на кілька рівнів цього процесу, які варто розглядати як стратегічні та тактичні. Стратегічний етап включає визначення цілей, які можуть бути викладені у формі залучення, невдоволення та організації протестів. Ці стратегії використовуються для впливу на соціальні групи та масову свідомість в цілому. Рівень тактичного алгоритму включає деталізацію та конкретизацію методів та інструментів досягнення базової мети. Це включає в себе підготовку, поширення та збирання контенту, а також визначення цільових груп для спрямування інформаційно-психологічних операцій. Аналізуючи інструменти і методи інформаційно-психологічних операцій, відзначено роль сучасних технологій, зокрема технологій WEB 2.0 та соціальних мереж, у контексті україно-російської війни. Технології WEB 2.0 забезпечують можливість створювати та поширювати контент на різних інтернет-платформах, що робить інформаційну діяльність доступною для мільйонів користувачів, проте ця доступність також несе серйозну загрозу від держави-агресора. Встановлено, що ефективними методами впровадження інформаційно-психологічних операцій, які застосовує країна-агресор є WEB 2.0, астротаргетинг, гіпертаргетинг та мікротаргетинг тощо.

Ключові слова: інформаційно-психологічний вплив, інформаційно-психологічна агресія, астротаргетинг, гіпертаргетинг, мікротаргетинг.

This article addresses the topical issue of the impact of information-psychological operations by the Russian Federation on the mass consciousness of Ukrainians in the context of armed aggression. Specifically, it discusses the means and methods of information aggression against Ukraine in the context of modern technological possibilities. The article emphasizes the importance of protecting the information integrity of the state and its citizens in the conditions of globalization and the virtual information space.

The strategies of the informational aggression of the Russian Federation against Ukraine, including the dissemination of disinformation and the creation of negative narratives, are analyzed. The content of current narratives used in informational aggression, such as 'mass mobilization', 'disappointment of Ukrainian partners', 'Ukrainian counteroffensive', 'total corruption' and 'beautiful life in the occupied territories', are highlighted.

The article examines the process of developing of information-psychological operations by the Russian Federation for Ukraine and identifies several levels of this process, which should be considered as strategic and tactical. The strategic stage includes the definition of goals, which can be expressed in the form of intimidation, discontent and the organization of protests. These strategies are used to influence social groups and society as a whole. The level of the tactical algorithm includes detailing and specification of methods and tools for achieving the basic goal. This includes the preparation, distribution and collection of content, as well as the definition of target groups for directing informational and psychological operations.

Analyzing the tools and methods of information-psychological operations, the role of modern technologies, in particular WEB 2.0 technologies and social networks, in the context of the Ukrainian-Russian war was noted. WEB 2.0 technologies provide the ability to create and distribute content on various Internet platforms, which makes information activities accessible to millions of users, but this accessibility also poses a threat from an aggressor state.

It has been established that effective methods of implementing information-psychological operations by the aggressor country include astroturfing, hyper-targeting, and micro-targeting.

Key words: information-psychological influence, information-psychological aggression, astroturfing, hyper-targeting, micro-targeting.

УДК 316.64:316.343-054.5(477):[159.937:004-043.2(470+571)](045)
DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2023.53.33>

Радзівіл К.П.

к.психол.н.,
старший викладач кафедри психології
Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини

Зі зростанням процесу глобалізації засоби впливу на інформаційний простір держав постійно удосконалюється, разом із заходами, спрямованими на порушення цілісності інформаційних меж. Тому, в умовах військово-

вої агресії проти України, велике значення мають завдання забезпечення користування власним інформаційним простором в інтересах держави і її громадян, а також запобігання його використанню проти самої держави.

Створений глобальний інформаційний простір, де відсутні державні кордони, відкриває можливості для різних суб'єктів інформаційних відносин впливати на окремі суспільні групи, суспільства окремих країн або навіть масову свідомість цілих регіонів світу, включаючи інформаційні простори власної держави та союзників [2].

За повідомленням головної розвідки України від 25 серпня 2023 року, у якому у якому міститься інформація про нову хвилю інформаційної війни Російської Федерації (РФ) проти України, нарративи, які обговорювалися на засіданні адміністрації президента РФ, мають на меті мають дискредитувати Україну та вплинути на її партнерів у світі. До такої інформаційно-психологічної дезінформації належать такі нарративи:

– «Масова мобілізація»: начебто мобілізації підлягатимуть всі без винятку українці, незалежно від статі, віку, стану здоров'я; начебто мобілізація стосуватиметься неповнолітніх.

– «Зневіра українських партнерів у можливості перемоги»: уявні «договорняки» про «мир в обмін на територію»; фейкові політичні угоди: зокрема, фабрикування матеріалів про начебто «таємну домовленість» київського міського голови Віталія Кличка з представниками Республіканської партії США щодо підтримки його на майбутніх виборах Президента України.

– «Український контрнаступ не має успіхів»: начебто збільшення кількості поховань українських воїнів на прикладі кладовищ великих міст; начебто відсутність успіхів на фронті при великих втратах, тиражування теми загибелі місцевих захисників у кожному регіоні України; пошук винних в уявних «провалах» заради дискредитації українських воєначальників та чиновників.

– «Тотальна корупція»: начебто держава не бореться з корупцією – «бюджет розкрадається, закупівлі не проводяться»; начебто відсутність покарань для корупціонерів.

– «Прекрасне» життя на окупованих територіях»: начебто високі зарплати, низькі ціни, забезпечення всім необхідним; «розвиток» інфраструктури, відбудова зруйнованого житла; «вільні» вибори в «єдиний день голосування» за законами РФ.

– «Україна відмовляється від окупованих територій» з демонстрацією сфабрикованих документів; українська влада начебто «здає» Куп'янськ [1].

Усі ці віральні нарративи розробляються за єдиною технологією впливу на масову свідомість громадян, яка з 2014 року успішно застосовувалася Кремлем і схоже нині не втрачає своєї актуальності. Незважаючи на те, що підписаний і впроваджений указ президента про єдиний марафон, медійна сфера контролю-

ється, а публічне не визнання війни та оправдовування агресора тягне за собою кримінальну відповідальність, в епоху глобалізації – країна-агресор, все ж таки має можливість, хоч і обмежені, впроваджувати на інформаційних теренах інформаційно-психологічні операції.

Метою статті є теоретичний аналіз сутності, засобів та методів проведення інформаційно-психологічних операцій Російської Федерації в умовах широкомасштабної агресії проти України.

Інформаційно-психологічний вплив, зазвичай, це спрямований на вплив на емоційний стан особи, використовуючи некритичне сприйняття нею інформації. Варто уточнити значення понять «інформаційно-психологічна війна» та «інформаційно-психологічна операція» для подальшого розуміння предмету аналізу та упередження плутанини у цій термінології. Отож, провівши ретельний теоретичний аналіз літературних джерел, Ю.М. Твердохліб розглядає інформаційно-психологічні операції як складний набір завчасно спланованих, узгоджених та виконаних дій і заходів для впливу на психологічний стан та поведінку широких верств населення або населення державно-протівника з метою досягнення бажаної реакції чи поведінки. Аналіз дослідницею сучасних українських розвідок у галузі інформаційно-психологічних операцій демонструє, що вчені використовують низку понять, таких як «інформаційна зброя», «інформаційна війна», «інформаційно-психологічна війна», «інформаційно-психологічний вплив» та «інформаційно-психологічна операція». Проте при аналізі основних українських наукових праць з цієї теми виявлено, що багато з цих термінів все ще не мають єдиної та чіткої визначеності, навіть при існуванні багатьох досліджень. Більшість дослідників також використовують різні терміни для опису одних і тих же явищ. Згідно з інтерпретацією Ю. Твердохліб «інформаційна війна являє собою цілеспрямовані дії, які використовуються задля досягнення інформаційної переваги шляхом нанесення збитків інформації, інформаційним процесам та системам супротивника при одночасному захисті власної інформації, інформаційних процесів та систем», до яких належить галузь інформаційних технологій та кібербезпеки [7]. Отже, предметом нашої статті є саме інформаційно-психологічні операції як складової, певної ланки більш масштабної інформаційної війни.

Український теоретик Г. Почепцов висловлює думку, що «інформаційно-психологічні операції» є засобами комунікації, які спрямовані на зміну поведінки особи за допомогою модифікації її уявлення про світ, що досягається через вплив на потоки інформації. Згідно з його поглядом, сам термін «інформаційно-психологічні операції» підкреслює викори-

стання методів психологічних наук для досягнення цілей підривної діяльності, основною з яких є зміна психологічних станів противника. Ці операції слугують інструментом політичного впливу на опонентів, прихильників, нейтральну аудиторію і загальну масову свідомість. Основною метою таких операцій є отримання переваги над супротивником, досягнення добровільного його підпорядкування та об'єднання й координація дій прихильників [5].

I. Кононов зазначає, оскільки формування масової свідомості є взаємодією двох процесів, один з яких можна визначити як «вплив знизу», а інший – як «вплив зверху», то вона стає все більше ареною для діяльності фахівців, і громадські маси виступають в ролі отримувачів (слухачів, читачів, глядачів), які приймають та сприймають ідеї, сформульовані і представлені професіоналами. Ці «фахово сформульовані і представлені ідеї» можуть бути створені різними групами осіб, включаючи політиків, вчених та письменників, особливо в стабільних періодах. Однак у незвичайних ситуаціях, які можуть загрожувати життю та здоров'ю людей, таких як кризові періоди, політичні, соціальні, етнічні або військові конфлікти, збільшується ризик деструктивного впливу на населення з боку осіб, які намагаються маніпулювати масовою свідомістю з метою досягнення своїх амбіційних цілей [5, с. 85].

Одним із ключових внутрішніх факторів, що впливає на еволюцію загальної свідомості, є її інформаційна складова. У рамках дослідження масової свідомості в контексті семіотичної парадигми, «інформація» розглядається як культурно-ідеологічна структура з психологічним впливом, яка конструює та регулює масову свідомість. У сучасних умовах, де технології, зокрема інформаційно-комунікаційні, швидко розвиваються, інформаційну імплементацію ідей необхідно розглядати як явище, що вже не обмежується сферою культури, а й також належить до медійної області, масових медіа, Інтернету, та соціальних мереж, які використовують власні методи передачі інформації та класичні схеми для трансляції ідеологічних смислів. Одним з головних способів впливу на інформаційну свідомість є переробка смислів, яка полягає у деконструкції та реконструкції знакових систем для опису реальності. Зазвичай це виявляється в підміні термінів, які характеризують навколишні події, наприклад, «мобілізація» може стати «масовою мобілізацією дітей та підлітків», «підтримка партнерів» може перетворитися на «зневіру українських партнерів у можливості перемоги», «успішний, але повільний контрнаступ» може стати «український контрнаступ не має успіхів», окремі випадки корупції можуть перетворитися на «тотальну корупцію», виживання громадян України на окупованих територіях може бути

«прекрасним» життям на окупованих територіях», виступи окремих європейських політиків про відмову від територій в обмін на «мир» – на «Україна відмовляється від окупованих територій» [5, с. 85].

На перший погляд, це виглядає як заміна одного поняття іншим, хоча обидва вони по суті вказують на одні й ті ж події, об'єкти і людей. У цьому контексті ситуація сприймається як неправильне використання слів і образів, які спотворюють реальну картину світу та вводять людей в оману. Ці спотворені слова і образи розглядаються як недостовірна інформація, або «фейки». Щоб правильно розуміти інформаційні маніпуляції, які використовуються для впливу на свідомість людей, потрібно не просто оцінювати їх логічно як істинні або хибні судження, але також розуміти, що створені знакові системи функціонують таким чином, що створюють значення, які дозволяють описувати та характеризувати навколишню реальність як певну цілісну структуру [5, с. 121].

Згідно з О. Курбан, процес розробки інформаційно-психологічних операцій включає кілька рівнів, які можна розглядати як стратегічні та тактичні. Стратегічний етап цього процесу полягає в визначенні цілей, які можуть бути сформульовані такими способами [4]. *Залякування* – це потреба викликати тривогу або страх серед певних соціальних груп або суспільства в цілому щодо певних викликів або загроз. Цей метод використовується тоді, коли необхідно зупинити процеси сталого соціально-економічного або політичного розвитку. У більшості випадків це є ознакою характерної інформаційно-психологічної агресії, яка прихована від громадськості. Інколи ця стратегія може бути спрямована на створення стримуючого впливу або на дезорієнтацію суспільства. *Невдоволення* – це потреба вивести окремі соціальні групи або суспільство в цілому з рівноваги для формування протестних настроїв. У такому випадку намагаються викликати відчуття незадоволення існуючими умовами або розвитком соціально-економічних чи політичних процесів, щоб спонукати громадський протест. *Протести* – це громадські акції, організовані представниками певних соціальних груп або найактивнішою частиною суспільства, спрямовані проти конкретних ситуацій, структур або окремих осіб. Вони можуть бути організованими або самоорганізованими та призводити до зміни, трансформації або повного руйнування певних соціальних інститутів, зміни ситуації, видалення певних осіб з керівництва соціально-економічними або політичними процесами.

На рівні тактики конкретизуються інструменти і методи досягнення головної мети та вирішення завдань інформаційно-психологічних операцій. Сучасна україно-російська війна

використовує різні інструменти, серед яких особливе значення надається технологіям WEB 2.0 та соціальним мережам. Ці інструменти добре вписуються в інформаційно-психологічний формат сучасної війни і стають все більш важливими у цій війні. Аналізуючи методи ведення інформаційно-психологічних операцій, очевидно, що використання Інтернету та соціальних мереж є найактуальнішим засобом в цьому контексті. Це обумовлено їхнім потенціалом для масового комунікування та впливу на масову свідомість.

Сучасні засоби масової комунікації, такі як Facebook, Twitter, TikTok та Instagram, відіграють ключову роль у формуванні масової свідомості та глобалізаційних процесах. Вони стали платформами для спільнот, обміну інформацією та впливу на масову свідомість. Технології WEB 2.0, які дозволяють створювати та поширювати контент на різних інтернет-платформах, перетворили інформаційну діяльність у доступний інструмент для мільйонів користувачів. Однак ця доступність також призвела до зростання загрози від держави-агресора, включаючи діяльність його урядових структур. Усе це вказує на важливість аналізу та контролю за інформаційним простором, а також на необхідність розвитку методів виявлення та протидії інформаційно-психологічній агресії через мережу Інтернет [8].

Наразі, у контексті конфлікту з РФ, астротерфінг лишається одним із можливих методів інформаційної війни, яким користується Кремль. Українська дослідниця О. Свідерська вивчає це явище і описує його як технологію, яка спрямована на штучне формування масової свідомості. Вона стверджує, що астротерфінг полягає в розміщенні великої кількості спеціально створених публікацій, які намагаються видавати себе за об'єктивні відгуки приватних осіб. Цей метод також включає в себе використання сучасного програмного забезпечення для штучного формування суспільної думки та заміщення реальних людей на веб-форумах [6].

У процесі астротерфінгу беруть участь одна або кілька фіктивних організацій, які часто є некомерційними. Вони виглядають як захисники громадських інтересів, але фактично діють під керівництвом Кремля. Для виконання своєї місії вони використовують «маріонеток» або «кібертролів» – активних учасників онлайн-спільноти, які спровоковують конфлікти шляхом грубих висловлювань, образ інших користувачів, підштовхують до насилля і створюють негативні емоції та настрої. Вони також сприяють взаємним обвинуваченням і відволікають увагу від основної теми обговорення, створюючи враження безвихідності. Залежно від того, чи є їхня діяльність спланованою, можна відрізнити між професійними

і спонтанними троями. Помічено також використання інтернет-ботів, програм, які автоматично виконують вищезгадані дії на основі штучного інтелекту [9]. Діяльність таких тролів у інформаційному просторі можна розпізнати зокрема за некоректним перекладом з російської мови на українську, деякі з них ми знаємо як усім відомі «меми»: «бавовна на кримському мосту» або «немає сечі терпіти ці пекельні борошна» тощо. Відповідно, піддатися впливу астротерфінгу на російськомовному форумі значно простіше, ніж на україномовному, хоча і тут деякі російські наративи все одно спрацьовують.

Суть успішної стратегії астротерфінгу полягає в тому, щоб ідеї та теми, що генеруються через цей метод, були максимально розповсюджені та підтримані більшістю реальних осіб. У загальному плані астротерфінг використовується до тих пір, доки певний наратив не стає вірусним, тобто не починає розповсюджуватися серед користувачів незалежно, коли вони самостійно починають його підтримувати через особистий інтерес, емоції, або суспільну актуальність повідомлення. У політичних цілях найчастіше досягається вірусність наративу через виклик страху. Наприклад, масове поширення повідомлень та репостів, пов'язаних з війною і ракетними обстрілами. Страх захоплює людину і утруднює їй сприйняття інших емоцій, оскільки увага сильно фокусується на цьому страховому об'єкті [6].

До потужних методів, які чинять психологічний вплив на масову свідомість, відносяться такі, як гіпертаргетинг і мікротаргетинг. Гіпертаргетинг: цей метод передбачає точне спрямування інформаційного впливу на конкретні групи аудиторії. Гіпертаргетинг використовує ретельну сегментацію аудиторії за різними критеріями, такими як вік, географічне розташування, інтереси, соціальний статус тощо. Після чого створюються індивідуалізовані повідомлення або контент, які точно відповідають інтересам та потребам цих груп. Це дозволяє зробити вплив більш ефективним, оскільки повідомлення стає більш релевантним для кожного отримувача.

Мікротаргетинг є ще більш деталізованим методом впливу, де інформація адаптується для кожного окремого користувача. Тут враховуються особисті характеристики, попередні інтеракції та інші параметри, що дозволяють створювати індивідуальні повідомлення. Мікротаргетинг застосовується з метою максимально точного впливу на конкретну особу, зокрема в контексті політичної або рекламної кампанії.

Обидва ці методи, гіпертаргетинг і мікротаргетинг, покликані збільшити ефективність інформаційно-психологічних операцій, роблячи їх менш помітними та більш

відповідними індивідуальним потребам отримувачів. Це дозволяє досягти більшої впевненості в тому, що повідомлення буде сприйняте цільовою аудиторією, та зменшити ймовірність виявлення астротерфінгу.

Сучасна агресія проти України перетворилася на важливу битву за контроль над інформацією та громадською думкою. Використання різних методів маніпуляції і впливу на масову свідомість є суттєвим фактором у веденні цієї війни. Такі методи, як астротерфінг, гіпертаргетинг, мікротаргетинг та інші технології, що використовуються для формування громадської думки та маніпуляції емоціями громадян, дозволяють створювати вірусні нарративи та розповсюджувати їх серед громадськості. Нині Україна стикається зі складним завданням захисту своєї інформаційної простору та формування власного нарративу. Розуміння методів та інструментів, які використовують противники, є важливим кроком у боротьбі з інформаційно-психологічними операціями, які стали не менш важливими, ніж війна на полі бою, і належить до сфери першочергової уваги влади та громадян України.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Державний сайт: Головне управління розвідки Міністерства оборони України. URL: <https://gur.gov.ua/content/u-kreml-i-zatverdily-tematyku-novoho-etapu-informatsiinoi-viinyi-proty-ukrainy.html>.
2. Колах В.К. Загрози та виклики національним інтересам України в інформаційній сфері в умовах глобалізації. *Стратегічні пріоритети*. 2014. № 2(31). С. 73–78.
3. Кононов І.Ф. Масова свідомість у зоні воєнного конфлікту на Донбасі : монографія. Вінниця : ТОВ «ТВОРИ», 2018. 230 с.
4. Курбан О.В. Стратегія та тактика сучасної інформаційної активності у соціальних мережах. *Вісник книжкової палати*. 2014. № 9. С. 42–45.
5. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Київ, 2015. 497 с.
6. Свідерська О.І., Чорній О.В. Астротерфінг як інструмент психологічного впливу на масову свідомість. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна*, серія «Питання політології», вип. 39, 2021. С. 71–79.
7. Твердохліб Ю.М. Теоретичні підходи до дослідження інформаційно-психологічних операцій. *Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках*. 2(2). 2019. С. 122–131.
8. Шерешкова І.І. Потенціал соціальних комунікацій для здійснення інформаційно-психологічних операцій. Збірник тез доповідей підготовлено за матеріалами *Міжнародної наукової інтернет-конференції* (випуск 74) 6–7 лютого 2023 р. С. 79–84.
9. Mahbub S., Pardede E., Kayes A. S. M., Rahayu W. Controlling astroturfing on the internet: A survey on detection techniques and research challenges, *International Journal of Web and Grid Services*. 2019. 15(2):139–158.