Шерешкова І. І.

ад’юнкт кафедри морально-психологічного забезпечення
 діяльності військ (сил) гуманітарного інституту
 Національного університету оборони України

м.Київ, Україна

https://orcid.org/ 0000-0002-8358-9871

**ПОТЕНЦІАЛ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ**

Інформаційна війна використовує переваги технологічного прогресу. З процесом глобалізації будуть вдосконалюватися засоби впливу на інформаційний простір держави, а також заходи, направлені на порушення цілісності інформаційного кордону. Тому особливої актуальності набувають завдання забезпечення використання свого інформаційного поля в інтересах саме держави та її громадян і недопущення його використання проти неї самої.

Сформований глобальний інформаційний простір, де фактично відсутні державні кордони, а отже – обмеження на розміщення та поширення інформації, створює передумови для різних суб’єктів інформаційних відносин здійснювати інформаційно-психологічні впливи на окремі суспільні групи, суспільства окремих країн чи навіть інформаційні простори цілих регіонів земної кулі, куди входять інформаційні простори власної держави, союзників, співчуваючих тощо [6, с. 76].

Аналізуючи існуючі форми та методи ведення інформаційно-психологічних війн на сучасному етапі розвитку суспільства очевидним є те, що найактуальнішим засобом ведення таких війн є використання глобальної комп’ютерної мережі Інтернет в інтересах інформаційного протиборства через потенціал масовості такої комунікації. Оскільки, масова комунікація продовжує формувати соціальний характер сучасної людини як активного учасника суспільного дискурсу. Новітні засоби масової комунікації породжують нову реальність, яка по-новому визначає стосунки між людьми та подіями. Сьогодні дискурси формують громадську свідомість через нові платформи масової комунікації – Facebook, Twitter, Vine, Snapchat, Instagram. У науковому лексиконі стало широковживаним словосполучення «соціальні комунікації».

Соціальні комунікації через поширення інтернету та соціальних мереж стали в основі глобалізаційних процесів сьогодення, що зумовило появу нових завдань та викликів перед суспільствами. Інформаційна діяльність завдяки технологіям WEB2.0 (які надають можливість створювати та поширювати контент на сторінках сторонніх розробників, як то YouTube, Facebook чи Wiki) перестала бути сферою лише фахівців, а буквально стала предметом щоденної практики мільярдів користувачів у всьому світі. Доступність та потужність цих інструментів оцінили не лише звичайні користувачі чи медіа, але і зловмисники, у тому числі на службі урядів.

Сьогодні спеціалісти з інформаційної пропаганди отримали максимальну, небачену до цього часу, здатність – миттєвий, цілеспрямований і цілковитий контакт з усім суспільством політичного опонента. А створення і лідерство соціальних мереж підняло цю здатність на високий рівень, відкривши можливість не лише блискавичного розповсюдження будь-яких, правдивих чи фейкових даних, а й безпосередній контакт до політичних, збройних та інших сил країни противника та громадських діячів через їхні облікові записи. Крім цього, соціальні мережі дають право майже ідеально приховувати пропаганду маніпулятивного впливу, через що вони стали ефективною зброєю для проведення інформаційної війни [1].

Сьогодні соціальні мережі цілком обґрунтовано вважаються однією з найпотужніших сугестивних платформ для застосування маніпулятивних технік, тактик і стратегій медіаперцептивного впливу » [3, с. 22-23]. Високі потенції маніпулятивного впливу соціальних мереж зумовлені їхніми технічними можливостями – інструментарій соціальних мереж дозволяє користувачам створювати дописи у форматі креолізованого тексту – складного текстового утворення, що поєднує вербальні та невербальні елементи (поєднання тексту з графічним зображенням, емотиконами, відео) [2, с. 82]. Креолізований текст є потужним інструментом маніпулятивного впливу і є ефективним для поширення пропагандистських наративів, оскільки він є «окремим різновидом мережевого дискурсу, мета якого не просто поінформувати, а переконати і вплинути, оскільки в процесі сприйняття креолізованого тексту відбувається подвійне декодування закладеної в ньому інформації, внаслідок чого створюється єдиний загальний концепт (сенс) креолізованого тексту» [9, с. 24].

Ця проблема особливо актуальна сьогодні, у розпал російсько-української війни, коли військові операції доповнюються операціями гібридного характеру й постають у тісному комплексі із ними. Підтвердженням того, що соціальні мережі стали рівноправним полем бою, є статистичні дані, наведені у статтях сучасних дослідників інформаційно-психологічних війн: «до 75% “життєвих історій” і “посилань на джерела”, що наводилися в коментарях у соціальних мережах в періоди активізації української кризи, були майже повністю вигаданими. При цьому від половини до двох третин з цієї кількості мали очевидні індикатори маніпулятивного впливу (специфічні патерни емоційного, стилістичного чи навіть орфографічного характеру, які вказували на нав’язування певної думки або емоції) і повторювали один одного. За даними вітчизняних фахівців, 45% інформації, яка поширюється в нашому інформаційному полі, має ознаки цілеспрямованої зовнішньої маніпуляції спрямованої проти нашої держави» [7, с. 8].

Під впливом цих факторів відзначається тенденція «прогресивного збільшення кількості осіб, що потребують спеціалізованої допомоги через негативний вплив психотравмуючих чинників внаслідок воєнних конфліктів, серед населення, яке не бере в них безпосередню участь: нараховано, що в умовах сучасних війн кількість таких осіб складає до 90% населення» [8, с. 25-26].

Така популярність соцмереж зумовлена передусім простотою й доступністю інтерфейсів; швидкістю передачі мережею повідомлень та можливістю їх персональної адресації, дешевизною та можливістю керування інформаційними потоками, анонімністю та транскордонністю, відносною довірою; глобальним рівнем поширення інформації; поєднанням характеристик, що були властиві класичним ЗМІ та можливості індивідуального спілкування.

Іншим аргументом на «користь» використання соціальних мереж в якості інструменту ІПсО є їхня масовість та оперативність – люди сьогодні проводять більше часу саме в соціальних мережах, відповідно, сконструйовані наративи швидше розповсюджуються саме через платформи соціальних мереж, а не через традиційні медіа. В умовах сьогодення соціальні мережі мають величезні переваги над традиційними ЗМІ.

Насамперед це безкоштовне розміщення інформації або посилання на вебресурс; обсяг, не обмежений площею розміщення або часом; вся інформація доступна там, де є вихід до інтернету; використання різних видів транслювання даних (фото- та відеоматеріали) [12].

Соціальні мережі стали найбільшими платформами для обміну та поширення інформації, зокрема й дестабілізаційного сенсу. За оцінками фахівців з інформаційних технологій, ефективність від використання соціальних мереж для впливу на підсвідомість суспільства в десятки разів вища, ніж від стандартних засобів психологічного впливу.

У сучасних соціальних умовах їх можна прирівняти до ЗМІ, оскільки вони втілюють всі функції, що притаманні традиційним ЗМІ. За доступністю глобальна мережева комунікація є найпродуктивнішою. Звичайні ЗМІ спочатку виконують роль акумуляції інформації, лише потім сортування та її поширення, на противагу їм – соціальним мережам притаманна безмежна кількість незалежних центрів акумуляції та поширення даних, що обумовлює їх глобальність і свободу дій [11].

Зазначені переваги соціальних мереж впевнено продовжують витісняти з інформаційного простору звичайні медіа, які просто вимушені використовувати платформи соцмереж задля саморепрезентації, але навіть це лише посилює позиції їхніх технологічних конкурентів.

При здійсненні інформаційно-психологічних операцій (ІПсО) масмедіа займають особливе місце. Сьогодні суспільство та особистість за умов наростання пресингу глобальних інформаційних мереж стають предметом маніпулювання думками. На думку професора Г. Почепцова сьогоднішній конфлікт між Україною та Росією являє собою «першу смислову війну у світі». У смисловій війні саме образ та візуалізація вмикають світ емоцій, де немає місця раціональним міркуванням. Саме тому інтернет-ЗМІ та соціальні мережі, шляхом своєї візуалізації, стають потужним засобом інформаційно-психологічної війни [10, с.13].

ІПсО, що поширюються соціальними мережами характеризуються тим, що вони поширюються одномоментно різними джерелами: від звичайних ботів, до відомих блогерів та військово-політичного керівництва; таке стрімке поширення інформації перетворює генерований продукт ІПсО на предмет суспільного обговорення, і набуває ознак «альтернативної думки», яка також має право на існування; уражені ІПсО користувачі стають носіями та поширювачами дезінформації, як онлайн, так і офлайн.

Виробництво та розповсюдження матеріалів ІПсО орієнтовані не лише на широкий масований характер, але й для різних категорій населення окремо, залежно від їх громадянства, національності, віросповідання, політичних уподобань тощо. Таким чином, соціальні мережі створюють нові можливості щодо проведення високоефективних пропагандистських кампаній, що створюють інформаційне павутиння, яке постійно розширюється і забезпечує оперативне розповсюдження пропагандистських повідомлень для різних цільових аудиторій [4].

Кожен такий пропагандистський вплив є ефективним відносно короткий час, проте вони мають «накопичувальний» ефект та залишають за собою умовні «трасери», що формують картину світу, вибудувану ворожою пропагандою, де стають виправданими дії та вчинки, які ніколи б не були зрозумілі і виправдані поза цією картиною, зміна індивідуальної та суспільної свідомості, які важко порушити будь-якими контраргументами.

Специфіка свідомості та підсвідомості індивіда є те, що перше інформаційне повідомлення, впливає найсильніше. Трансформувати суспільну думку, яка створилась через засвоєння першочергової інформації складніше, чим утворити це відношення. Для максимального захоплення цільової аудиторії та швидкого розповсюдження даних наймаються певні інтернет-користувачі: боти, тролі та спеціально створені групи в соцмережах [5].

Вони задіюються для проведення ІПсО та можуть мати патріотичну назву і поширювати, задавалося б, патріотичний контент. Однак у матеріал вплітаються меседжі, які потрібні ворожій пропаганді [13].

Триваюча російсько-українська війна стала поштовхом не лише для нашого суспільства, а й для світової спільноти формувати певні моделі захисту, протидії можливим інформаційним загрозам від держав-опонентів. ІПсО залишаються ефективним інструментом провокацій та перманентної підтримки локальних конфліктів, які формують зону напруги та хаосу на зацікавленій агресором території.

Для користувача соціальних мереж ефективним інструментом забезпечення його власного психологічного благополуччя є фільтрування інформаційних потоків (відсіювання із користувацьких ресурсів таких, що: мають сумнівну репутацію; у попередній діяльності яких помічено поширення фейкової інформації; які мають яскраво виражену ангажовану позицію; які подають інформацію безапеляційно й однобічно).

Крім цього, оптимальним способом запобігання негативним впливам недоброякісної інформації у соцмережах може виступати цілеспрямований і послідовний розвиток медіаперцептивної компетентності, під якою слід розуміти сукупність антиманіпулятивних знань, умінь, навичок, якостей, що сприятимуть усвідомленому сприйняттю, вибору, критичному аналізу, оцінці, інтерпретації та використанню інформації, а також виваженої мотивації медіаспоживання, розуміння особливостей сприймання інформації нервовою системою людини, навичкам унормовування емоційного стану під час усвідомлення медіатекстів, що забезпечує психологічну стійкість до медіавпливів.

На індивідуальному рівні важливо досягти такого рівня психологічного самозахисту особистості, за якого людина сприйматиме медіаповідомлення критично, аналізуючи їх, диференціюючи з погляду спрямованості, необхідності, достовірності, розуміючи їхню суть, викриваючи маніпулятивні негативні впливи, формуючи власну позицію.

Означена сукупність заходів може стати тим «захисним щитом» і тією контрманіпулятивною мірою, яка може бути протиставлена сучасним медійним психотехнологіям, що застосовуються через соціальні мережі.

Список використаних джерел:

1. Баровська А. Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії: аналіт. доп. К.: НІСД, 2016.

2. Батринчук З.Р. Креолізований текст як параграфемний елемент у сучасному англомовному епістолярному дискурсі. Закарпатські філологічні студії. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2018. Т. 1. Вип. 3. С. 80–84.

3. Горіна Ж.Д., Олійник О.В. Мовні зсоби маніпулятивного впливу в дискурсі соціальних мереж. Молодий вчений. No9 (85.1), вересень, 2020 р. С. 22–26.

4. Дейнега В. Як працює російська пропаганда та як з нею боротися. URL: [https://news.24tv.ua/yak\_pratsyuye\_rosiyska\_propaganda\_ta\_shho\_z\_tsim\_rob iti\_n1179472](https://news.24tv.ua/yak_pratsyuye_rosiyska_propaganda_ta_shho_z_tsim_rob%20iti_n1179472)

5. Децик О. Методи пропаганди [Електронний ресурс]. Телекритика.–URL: http://www. telekritika. ua/kontekst/2014-08-04/96572.

6. Конах В. К. Загрози та виклики національним інтересам України в інформаційній сфері в умовах глобалізації / В. К. Конах, О. А. Лазоренко // Стратегічні пріоритети. – 2014. – № 2 (31). – С. 73–78.

7. Маркова М. В. Інформаційно-психологічна війна: медико-психологічні наслідки та стратегії протидії / М. В. Маркова // Проблеми безперервної медичної освіти та науки. 2016. № 4. С. 6-10.

8. Марута Н. О. Інформаційно-психологічна війна як новий виклик сучасності: стан проблеми та напрямки її подолання / Н. О. Марута, М. В. Маркова // Український вісник психоневрології. – 2015. – Т. 23. – Вип. 3 (84). – С. 21-28.

9. Олійник О.В. Вербальне маніпулювання в соціальних мережах Instagram, Facebook, Twitter, Telegram-каналах: наук. роб. Усеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт. Донецьк (Вінниця): ДНУ імені Василя Стуса, 2021. С. 24–25.

10. Пєвцов Г. Реалізація підходів інформаційної війни Російською Федерацією в сучасному інформаційному просторі України / Г.В. Пєвцов, С.В. Залкін, С.О. Сідченко, К.І. Хударковський, А.М. Гордієнко // Наука і техніка Повітряних Сил. Х. : ХУПС. 2014. Вип. 2 (15). С. 10–13.

11. Сибирякoв С. Соціальні медіа як середовище архетипного впливу на масову свідомість. URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/putp/2013-1/doc/4/08.pdf>

12. Шумка А. Інформаційно-мережева війна – нова форма міждержавного протиборства початку ХХІ ст. URL: <http://www.asv.gov.ua/content/nauka/editions/19/2013-19/243-255.pdf>

13. Як відрізняти справжні новини від брехні, маніпуляцій і напівправди : інструкція. URL: <https://cutt.ly/GvGxBfF>.