

УДК 355/004.77



В. С. Васищев



О. Д. Черкашин



О. М. Керницький



А. Г. Бухун

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОН-ЛАЙН ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ЧАС ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПРОТИДІЇ

У статті проведено аналіз форм та методів інформаційно-психологічного впливу на військовослужбовців та цивільне населення. Наведені основні завдання інформаційно-психологічної протидії. Визначені найпопулярніші месенджери, що використовуються для проведення інформаційних операцій.

К л ю ч о в і с л о в а: інформаційно-психологічний вплив, інформаційно-психологічна протидія, он-лайн технологія, месенджер, інформаційна війна.

Постановка проблеми. Розвиток інформаційних технологій, що спостерігається з початку ХХІ століття, формує принципово нову модель взаємин між людьми на персональному, внутрішньогруповому та міжгруповому рівнях. З появою першої соціальної мережі у 1995 році відбулося зміщення значної частини життєвих процесів у віртуальний простір, що спричинило формування нових філософських постулатів, морально-етичних концепцій, соціально-економічних та політичних управлінських систем, а також нових прийомів та засобів ведення війни.

Військова справа сьогодні набуває принципово нових рис, порівнюючи з усією минулою історією локальних та світових війн. Система управління військами форматується в цифрову форму, значна частина функцій людини перекладається на штучний інтелект та машини. Такі засоби ведення війни, як бойові роботи-андроїди, безпілотні літальні апарати, системи наведення та коригування вогню, розвідувальні пристрої сьогодні масово використовуються в реальних бойових діях. Також не можна недооцінювати значимість інтернет-технологій, призначених для передачі даних та технічної підтримки інформаційного простору.

Розвиток он-лайн соціальних мереж і глобалізація світового співтовариства активно використовуються у військовій галузі не тільки з метою здійснення управлінських процесів, а й для організації негативного інформаційно-психологічного впливу на військовослужбовців і цивільне населення протидіючої сторони.

Технології 2.0 органічно вписалися в інформаційно-психологічний формат ведення гібридної війни, їх значення зростає з кожним наступним міжнародним військовим конфліктом в арифметичній прогресії [2]. З початком повномасштабної агресії Росії проти України найбільш актуальними сьогодні є проблеми дослідження інформаційних впливів та пропаганди, механізмів їх реалізації та протидії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогоднішній день є достатньо наукових публікацій з проблематики інформаційно-психологічного впливу, проведення інформаційно-психологічних операцій, організації інформаційно-психологічної протидії негативному впливу. Ці питання досліджували такі науковці, як: І. В. Воробйова, Я. В. Мацегора, І. І. Приходько, М. Т. Дзюба, Я. М. Жарков, І. О. Ольховой, М. І. Онищук та ін. Однак, на думку авторів, наразі недостатньо наукових досліджень, в яких розглядаються особливості використання сучасних інтернет он-лайн технологій в організації протидії негативному інформаційному впливу на особовий склад збройних формувань України.

Метою статті є аналіз існуючих форм та методів інформаційно-психологічного впливу, визначення можливостей використання новітніх он-лайн технологій в організації протидії негативному інформаційно-психологічному впливу на особовий склад.

© В. С. Васищев, О. Д. Черкашин, О. М. Керницький, А. Г. Бухун, 2022

Виклад основного матеріалу. Сучасна війна дедалі більшою мірою стає війною, спрямованою на руйнування свідомості противника і консолідацію свідомості власного народу. На сьогодні Україна є об'єктом цілеспрямованої та свідомо організованої інформаційної війни з боку Російської Федерації. Отже, саме зараз виникає велика потреба у своєчасному виявленні кластерів інформаційно-психологічних операцій, нейтралізації їх впливу на морально-психологічний стан, переконання та настрої особового складу.

У науковій літературі використовуються різні визначення інформаційно-психологічного впливу. Найбільш повним та точним, на думку авторів статті, є визначення, де ця дефініція трактується через увесь спектр форм, методів і способів цілеспрямованого (відкритого і прихованого) впливу на індивідуальну, групову і суспільну свідомість через засоби масової інформації й спеціальні канали комунікації (зокрема міжособистісний) за допомогою виробництва та поширення спеціальної інформації з метою зміни поведінки об'єкта впливу [1].

У дослідженнях з проблем інформаційно-психологічної протидії в Національній гвардії України наведено таку класифікацію інформаційно-психологічних впливів за їх основними ознаками [1].

За видами зв'язків між об'єктами та суб'єктами: міжособистісне спілкування (спілкування типу «face to face») та опосередковане (масове).

За класами: екологічний вплив, пов'язаний із впливом факторів навколишнього середовища; соціальний вплив, обумовлений належністю людини до суспільної системи і включенням її у контакти і взаємозв'язки з іншими людьми; культурологічний вплив, обумовлений наявністю історично вироблених засобів матеріального і духовного виробництва, та аутовплив, пов'язаний з можливостями психічної саморегуляції людини щодо автономної системи.

За тривалістю: тривалі, середньої тривалості та короткочасні впливи.

За методами впливів: зараження як несвідома схильність індивіда до певних психічних станів; переконання як усвідомлена потреба особистості, що спонукає її діяти відповідно до своїх ціннісних орієнтирів; сугестія (вселяння), тобто цілеспрямований, неаргументований вплив; наслідування, тобто відтворення індивідом рис і зразків поведінки, які демонструє інший.

За видами використовуваних комунікативних каналів інформаційно-психологічний вплив здійснюється із залученням телебачення, радіомовлення, преси (газет, журналів), поширення чуток, використання інформаційних систем (Internet), телефону, мистецтва (кіно, театри, виставки), літератури (документальної, мемуарної, художньої й т. ін.), освітніх установ, листівок, а також під час особистого спілкування.

За формою прояву вплив може бути явним (проявляється в діях, які спостерігаються) і прихованим (не проявляється в конкретних діях, спричинений розбіжністю інтересів або цілей суб'єктів).

За масштабами: глобальний, що здійснюється для досягнення глобальних цілей і проводиться у всіх сферах діяльності держави; локальний – в окремому регіоні (сегменті інформаційно-психологічного простору) і вибіркового, проведений з метою впливу на певний об'єкт.

За широтою перебудови психіки вплив може спричинювати: порціональні зміни (зміни певної психологічної якості) та загальні зміни (зміни низки психологічних якостей особистості або групи).

За навмисністю може здійснюватися навмисно, тобто з метою досягнення певних цілей, і ненавмисно, якщо такого впливу не здійснювалося, а поведінка об'єкта змінилася.

За змістом впливи поділяють на дезінформування, лобювання, маніпулювання, пропаганду, керування кризами та шантаж.

За впливом на свідомість: індивідуальний, груповий та масовий.

За механізмами: інформаційний (інформаційно-пропагандистський), психогенний, психоаналітичний (психокорекційний), нейролінгвістичний, психотронний (парапсихологічний, екстрасенсорний) й психотропний.

За умовами: може проводитись у мирний та воєнний час, післявоєнний або загрозовий періоди.

Аналіз наукових праць дозволяє інформаційно-психологічний вплив уявити як цілеспрямоване розроблення і поширення спеціальної актуальної інформації, здатної безпосередньо або опосередковано впливати на суспільну свідомість, психологію і поведінку як цивільного населення, так і військовослужбовців. При цьому інформація психологічного і пропагандистського типу може бути не тільки усного, друкованого, письмового, аудіо і візуального походження, але й екстрасенсорного, телепатичного й інших типів, розрахована насамперед на підсвідомість реципієнта впливу.

Науковці виділяють такі види інформаційно-психологічного впливу [6]:

- нейролінгвістичний;
- психоаналітичний (психокорекційний);
- психогенний;
- психотропний.

Нейролінгвістичний вплив – вид психологічного впливу, що припускає використання спеціальних прийомів, спрямованих на створення позитивної мотивації, психологічної корекції внутрішніх джерел поведінки й світогляду особистості людини [3].

Психоаналітичний (психокорекційний) вплив є вивченням (аналіз) підсвідомості людини й впливом на неї шляхом, що виключає опір на рівні свідомості (здійснюється в стані гіпнотичного сну).

Психогенний вплив – це психічний або фізичний вплив подій чи явищ на мозок, свідомість людини. При цьому спостерігається порушення вищої нервової діяльності, а саме з'являється відчуття паніки й страху, людина перестає раціонально мислити.

Психотропний вплив – це вплив на мозок і поведінку особистості шляхом введення в її організм різних препаратів, засвоєння яких відбивається на її вищій нервовій діяльності (зокрема фармацевтичних препаратів, запахів) [4].

Аналіз воєнно-політичної обстановки, яка склалась на сьогодні в європейському та світовому просторі, показав, що проти нашої країни з боку Російської Федерації активно проводяться інформаційно-психологічні операції, які складають єдину систему операцій зі взаємопов'язаними цілями і спрямовані [5]:

- на підтримку політичних і воєнних рішень керівництва Російської Федерації на міжнародному рівні з боку її населення та підконтрольних російській владі територій;
- нівелювання та викривлення рішень воєнно-політичного керівництва України;
- зниження морально-психологічного стану особового складу Збройних Сил та інших силових структур України (зокрема добровольчих батальйонів);
- деморалізацію населення України.

Для досягнення визначених цілей застосовується майже повний спектр каналів комунікацій – традиційні та електронні засоби масової інформації. Найактивніше з них використовуються телебачення, Інтернет і соціальні мережі, при цьому застосовуються всі методи і види інформаційно-психологічної боротьби – від подання тенденційної інформації та напівправди до неприхованої неправди («фейки»).

З метою визначення найбільш дієвих прийомів захисту військовослужбовців від інформаційних атак слід визначитись з інструментарієм інформаційно-психологічного впливу. Тому постає завдання визначення найбільш популярних месенджерів.

Так, опитування, що проводилось Київським міжнародним інститутом соціології методом телефонних інтерв'ю у вересні 2021 року, в якому взяли участь більш ніж 2000 респондентів, які мешкають у всіх регіонах України (крім АР Крим), показало, що перше місце за популярністю посідає Viber, яким користується 73,6 % опитаних. Другим за популярністю є месенджер Facebook – 42,7 %. На третьому розташувався Telegram – 31,6 %. Четверте зайняв WhatsApp із результатом 25,3 %. Останнє місце за Signal, який в Україні виявився непопулярним – всього 3,8 % користувачів [7].

З метою уточнення цих даних протягом червня та липня 2022 року авторами було проведено опитування серед військовослужбовців та службовців Національної гвардії України.

Опитування показало, що респонденти користуються всіма зазначеними вище месенджерами. При цьому лише 7 % опитаних використовують тільки один месенджер, тоді як 10 % користуються двома, а 83 % – трьома і більше месенджерами.

У своїй праці про сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі О. В. Курбан відмічає, що застосування інформаційної зброї та ефект від її дії може бути подібний до застосування зброї масового знищення. Глобалізація медіа процесів перетворює окремі інформаційно-психологічні акції на події планетарного масштабу. Саме так це було, наприклад, із терористичною атакою Аль-Каїди на вежі Всесвітнього торговельного центру (Нью-Йорк) та будівлю Пентагону (Вашингтон) 11 вересня 2001 р., яку в усьому світі спостерігали навіть у режимі реального часу [2]. Він звертає увагу на те, що проти інформаційної атаки краще всього діяти або на випередження, шляхом оперативного реагування, або створивши потужний ментальний бар'єр у свідомості тих, хто має стати ціллю такої атаки. В усіх випадках основний формат дій – розвінчання неправдивої інформації.

Серед засобів захисту від інформаційної атаки найбільш ефективним є робота на випередження шляхом поширення у певному інформаційному полі, де станеться атака, інформації, яка може бути

інструментом атаки, із відповідними поясненнями або застосовуючи сарказм чи гумор. Таким чином, потенційні отримувачі небезпечної інформації – представники конкретної цільової групи або кількох груп, будуть готові до прийому такого повідомлення та сприйматимуть його критично.

Оперативне реагування є антикризовим інструментом ситуативного характеру. Він застосовується, коли інформаційна атака застала атаковану сторону зненацька, а її наслідки не можна ігнорувати через потенційну небезпеку. В такому разі через попередньо сформовану інформаційну мережу (ЗМІ, постінг у групах, акаунти відомих блогерів) надається інформація спростовувального та роз'яснювального характеру. Результативність такого захисту на пряму залежить від якості обгортки контенту.

Отже, найбільш надійним засобом боротьби з інформаційними атаками є створення тотального ментального бар'єра, який може витримати будь-які несподіванки. При цьому отримувачі інформації будуть знаходитися на певних ідеологічних позиціях, що дозволить їм критично сприймати або взагалі не сприймати шкідливу інформацію.

Сьогодні для реалізації визначених завдань органами державної влади, місцевого самоврядування, командуванням Збройних Сил України, Національної гвардії України, інших військових формувань та правоохоронних органів спеціального призначення здійснюються різноманітні заходи інформаційно-психологічної протидії. Організуються оперативні доведення інформації про суспільну політичну обстановку у світі, країні, області тощо.

Слід звернути увагу на той факт, що інформації з різних джерел настільки багато, що людина не в змозі ознайомитись з нею, тим більше проаналізувати. Наприклад, маючи декілька підписок на різноманітні інформаційні канали (державні, місцеві, службові тощо), як показує опитування, 69 % респондентів вказали на те, що ознайомлюються з інформацією за наявності вільного часу, і тільки 7 % – відразу після надходження повідомлення.

Висновки

Отже, основними завданнями інформаційно-психологічної протидії є: моніторинг, аналіз і прогнозування інформаційної обстановки, збирання та узагальнення даних про джерела негативного інформаційно-психологічного впливу на особовий склад; нейтралізація негативного інформаційно-психологічного впливу, проведення контрпропагандистських заходів.

З цією метою наразі активно використовуються службові інформаційні канали, призначені для надання військовослужбовцям інформації про зміни в суспільно-політичній та оперативній обстановці. Аналіз показав, що протягом дня до військовослужбовця надходить від 10 до 15 різноманітних інформаційних повідомлень. Проведене авторами дослідження показує, що для максимальної ефективності обсяг і періодичність таких повідомлень мають бути невеликі. Кількість таких повідомлень на один канал має бути обмежена до п'яти, принаймні так зазначили 83 % опитаних респондентів.

Вивчення оптимального змісту, кількості, періодичності забезпечення військовослужбовців інформацією через он-лайн месенджери вбачається подальшим напрямом майбутнього наукового дослідження.

Перелік джерел посилання

1. Інформаційно-психологічна протидія в Національній гвардії України (психологічний аспект) : монографія / І. В. Воробйова та ін.; за заг. ред. проф. І. І. Приходька; 2-ге вид. Харків : НА НГУ, 2016. 265 с.
2. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі : навч. посіб. Київ : ВІКНУ, 2016. 286 с.
3. Нарис теорії і практики інформаційно-психологічних операцій / Дзюба М. Т., Жарков Я. М., Ольховой І. О., Онищук М. І. Київ : ВІПІ НТУУ "КПІ", 2006. 471 с.
4. Організація психологічної підготовки особового складу підрозділів Сухопутних військ / за ред. Г. П. Воробйова. Львів : АСВ, 2012. 430 с.
5. Інформаційно-психологічні операції Російської Федерації в Україні: моделі впливу та напрями протидії / Певцов Г. В., Залкін С. В., Сідченко С. О., Хударковський К. І. URL: <https://www.ukrmilitary.com/2015/12/ipo-rf-in-ukraine.html> (дата звернення: 22.06.2022).
6. Юзова І. Ю., Пацек П. Інформаційно-психологічний вплив противника та протидія йому в умовах ведення гібридних війн. *Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України*. 2020. № 3(40). С. 61–68.

7. Який месенджер найпопулярніший в Україні: результати опитування. URL: https://tech.24tv.ua/yakiy-mesendzher-naupopulyarnishiy-ukrayini-rezultati-opituvannya_n1798799 (дата звернення: 21.06.2022).

Стаття надійшла до редакції 02.07.2022 р.

UDC 355/004.77

V. Vasyshev, O. Cherkashyn, O. Kernickiy, A. Bukhun

FEATURES OF THE USE OF ONLINE TECHNOLOGIES IN THE ORGANIZATION OF INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL COUNTERMEASURES

Military affairs today acquire fundamentally new features compared to the entire past history of local and world wars. Thus, the military management system is formatted in a digital form, a significant part of human functions is transferred to artificial intelligence and machines.

The development of online social networks and the globalization of the world community are actively used in the military industry not only for the purpose of implementing management processes, but also for the organization of negative informational and psychological influence on military personnel and the civilian population of the opposing party.

Technologies 2.0 have organically fit into the informational and psychological format of conducting hybrid warfare, and their importance grows with each subsequent international military conflict in an arithmetical progression. With the beginning of Russia's full-scale aggression against Ukraine, the most urgent problems today are the research of informational influences and propaganda, mechanisms of their implementation and countermeasures.

The main tasks of informational and psychological countermeasures are: monitoring, analysis and forecasting of the information situation, collection and generalization of data on sources of negative informational and psychological impact on personnel; neutralization of negative informational and psychological influence, counter-propaganda measures.

For this purpose, official information channels designed to provide servicemen with information about changes in the socio-political and operational environment are currently being actively used. Their analysis showed that during the day, a serviceman receives from 10 to 15 different informational messages. Although our research indicates that for maximum effectiveness, the volume and frequency of such messages should not be large. The number of such messages per channel should be limited to 5, at least that's what 83 % of the respondents we surveyed said.

K e y w o r d s: Informational and psychological influence, informational and psychological countermeasures, online technology, messenger, information war.

Васищев Володимир Сергійович – кандидат педагогічних наук, начальник кафедри військово-соціального та психологічного забезпечення Національної академії Національної гвардії України.

<https://orcid.org/0000-0001-9042-404X>

Черкашин Олександр Дмитрович – кандидат педагогічних наук, старший науковий співробітник, вчений секретар секретаріату вченої ради Національної академії Національної гвардії України.

<https://orcid.org/0000-0003-4848-246X>

Керницький Олександр Михайлович – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри військово-соціального та психологічного забезпечення Національної академії Національної гвардії України.

<https://orcid.org/0000-0002-9067-3846>

Бухун Андрій Григорович – кандидат педагогічних наук, заступник начальника оперативного факультету з навчальної роботи – начальник навчальної частини Національної академії Національної гвардії України.

<https://orcid.org/0000-0002-9665-1427>