

Муленко Анжеліка Олександрівна

Студентка з курсу ОП «Психологія»

факультету психології, політології та соціології

Національного університету «Одеська юридична академія»

Науковий керівник: Шмаленко Юлія Іванівна

Доцент кафедри соціології

Національного університету «Одеська юридична академія»,

кандидат політичних наук, доцент

РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНІЙ КАМПАНІЇ ВЛАДИ КРАЇНИ ДО ТА ПІД ЧАС ВІЙНИ

Ми можемо засвідчити, що людство живе у стані війни набагато частіше, аніж у мирі. Інформованість населення є одним з найважливіших етапів під час війни, завдяки чому формується довіра до урядових осіб та, зокрема, соціальна згуртованість суспільства. Політична ідентифікація або довіра виступає важливим фактором, що впливає на соціальну згуртованість. Соціальна згуртованість – це ступінь залежності, співпраці та єдності між членами суспільства. Це особливо важливо для країн, які певний час перебувають у стані війни. Завдяки цифровим технологіям інформування населення стає легшим. Ми пропонуємо розглянути можливі сценарії впливу поширення інформації через цифровий простір на прикладі війни між Україною та росією, аби проаналізувати можливості цифрової мережі та потенційні наслідки.

Війна в Україні, ймовірно, є першим великим запеклим зіткненням нової Холодної війни, що розгортається, є драмою зростаючої стратегічної конкуренції. Мир у Європі порушено, довіра до росії повністю зруйнована [1, 285]. Протягом багатьох років інформаційна кампанія російської федерації розгортала пропаганду про Україну, поступово нав'язуючи своїм громадянам думку, що українці – це неонацисти, які мають змову із західними державами, направлену на руйнування благ росії. Така думка набирала обертів завдяки поширенню у телевізійних новинах, у дописах та інтерв'ю у соціальних мережах, розміщення на інформаційних сайтах, використання певних гасел через рекламу на Інтернет-просторі тощо. Відбувався стійкий та тривалий психологічний вплив: використання однакової за змістом інформації протягом тривалого часу за для її глибинного засвоєння. На сьогодні є небагато даних соціологічних досліджень про реальний стан думки громадськості в росії, але є багато доказів того, що більша частина інформаційних потоків контролюється страхом та маніпуляцією людей у рф. Стефан Левандовські, доктор філософії, професор психології Брістольського університету

м. Одеса, 23 березня 2023 р.

підкреслює, що: «у таких закритих суспільствах, як росія, надзвичайно важко знати напевно, про що саме думають люди» [2].

Президенту росії важливо було заручитися підтримкою громадян рф, і для цього він використав для поширення пропагандистського нарративу контрольовані державою ЗМІ, такі як телеканал «Росія1» та «Перший канал». Для певної частини людей така пропаганда, звичайно, спрацювала. Проте Володимир путін не врахував, що варіантів поширення інформації через ЗМІ є безліч, включно зі світовими соціальними мережами, тому не всі росіяни довірилися односторонній інформації. На вулицях російських міст почали з'являтися тисячі людей, аби протестувати проти війни (і, до речі, така ж кількість була згодом заарештована). Президент російської федерації, певно, не зміг повністю передбачити, на скільки великими будуть наслідки інформації, поширеної через соціальні мережі, і як це вплине на внутрішні настрої у країні.

До речі, російська тактика пропаганди не нова, а сягає корінням ще до часів Радянського Союзу. Під час руху Литви за незалежність від Радянського Союзу в 1991 році радянська армія рушила до столиці Литви Вільнюса. 13 січня 1991 року радянські солдати на танках захопили будівлю національного телебачення і радіо та оголосили через гучномовець, що «парламент упав» і «національний комітет порятунку» допоможе повернути литовців назад до Радянського Союзу. Отже, тактика дезінформації залишається незмінною через 31 рік, проте сильнішає та охоплює більш значну частину людей завдяки своєму поширенню через телебачення, радіо та соціальні мережі. Так, після того, як росіяни захопили Маріуполь, декілька пересувних автівок транслювали пропагандистські передачі через російські канали у місцях масового скупчення людей, зокрема в місцях роздачі гуманітарної допомоги. Що більше, таким чином людям нав'язували вигадану історичну інформацію, зокрема, про Петра Першого, який, нібито, збирав «землі російські».

З іншого боку, інформативність влади країни, на яку здійснили напад, є надзвичайно важливою для підтримки не тільки зовнішніх відносин, але і внутрішніх настроїв у країні. 23 серпня 2022 року у комплексному дослідженні Соціологічної групи «Рейтинг» в рамках Сімнадцятого загальнонаціонального опитування в умовах війни була досліджена група маркерів, які визначають патріотизм українців. Таким чином, головна емоція, яку відчують респонденти, думаючи про Україну – гордість (75%). Три чверті українців (74%) вважають, що наша країна рухається у правильному напрямку. Такі дані зберігаються завдяки веденню певної інформаційно-психологічної кампанії влади країни з метою дати різноманітну інформацію та сприяти можливості розглянути ситуацію, дійти до певних висновки своїми громадянам [2].

З початку повномасштабного вторгнення рф українці сповна використовують силу соціальних мереж. Українська влада використовує цифрові інструменти, аби отримати масштабну підтримку для України не тільки поза межами країни, але також, що істотно важливо, і серед своїх громадян. На третій день російського вторгнення Президент України Володимир Зеленський транслював відео, на якому він прогулювався Києвом, запевняючи українців і світ, що він не тікатиме з країни. На пропозицію США щодо евакуації він продовжував впевнено відповідати, що йому потрібні були «боєприпаси, а не поїздка». 07 березня ми спостерігали нове відео з президентського палацу в Києві. Такий прийом надавав змогу громадянам України відчувати, що вони не одні, їх захищають, їх ніхто не покинув, і влада продовжує працювати над закінченням війни кожного дня. Також Володимир Зеленський широко використовує різноманітні прийоми та технології, які змушують українців певним чином відчувати себе на рівні з владою, що вони знаходяться в однаковій ситуації. Так, наприклад, одним із прийомів іронізації, який запам'ятався українцям найбільше, став жарт, що понеділок – важкий день, а під час війни кожен день – понеділок.

Таку автентичність, вразливість, вірність країні та стійкість також віддзеркалювали й інші українські лідери. Наприклад, Михайло Федоров, Міністр цифрової трансформації України, щодня розсилає у Твітері листи до міжнародних компаній, які мають бізнес із росією, з проханням припинити продажі в росії та дякує технологічним компаніям, які підтримують Україну. ASUS, Amazon, PayPal, Microsoft, Apple, Google, NETSCOUT та багато інших компаній отримали міністерські запити через Твітер. Як відомо, Михайло Федоров звернувся до Ілона Маска з проханням про супутниковий доступ до Інтернету, і вже 27 лютого Ілон Маск відповів, що Starlink працює в Україні. Через 2 дні на своїй сторінці у Твітері Міністр цифрової інформації України розмістив фото з обладнанням, аби показати, що країна продовжує діяти на забезпечення кращих умов для її громадян.

Мною було проведено соціологічне дослідження за допомогою методу опитування 10 березня 2023 року. Було розміщено посилання на форму у соціальній мережі Instagram, яка у свою чергу складалася з двох питань: перше питання було поставлено наступним чином: «Чи важливо Вам знати і бачити, що Президент та інші головні посадові особи знаходяться в Україні під час війни, інформують населення та звітують про свою діяльність?», а друге питання безпосередньо стосувалося віку респондентів [3]. В опитуванні взяли участь 100 громадян України віком від 14 до 89 років. За результатами дослідження, абсолютна більшість (97%) громадян відповіли

позитивно і лише 3% громадян виявили незацікавленість у внеску влади під час війни.

Таким чином, російська влада зрозуміла, що в епоху цифрової культури контролювати інформацію та поширювати дезінформацію не так легко, ніж у 1990-х роках у Литві, коли все, що потрібно було зробити – це захопити радіо- та телевежі. Дезінформація є безсумнівно важливим деструктивним чинником в інформуванні під час війни. У той же час стратегічне, організоване та плавне залучення України до соціальних мереж створило політичний простір ефективного використання цифрових технологій через автентичність і вразливість дописів владних осіб та організацію всесвітньої аудиторії для досягнення конкретних завдань [4].

Список використаної літератури

1. Шмаленко Ю. І. Вплив війни в Україні на геополітичну архітектуру світової безпеки // «Європейський вибір України, розвиток науки та національна безпека в реаліях масштабної військової агресії та глобальних викликів XXI століття» (до 25-річчя Національного університету «Одеська юридична академія» та 175-річчя Одеської школи права) : у 2 т. : матеріали Міжнар.наук.-практ. конф. (м. Одеса, 17 червня 2022 р.) / за загальною редакцією С. В. Ківалова. – Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2022. – Т. 1. – С. 285-287.
2. Zara Abrams. The role of psychological warfare in the battle for Ukraine. *American Psychological Association*. June 1, 2022. Vol. 53 No. 4. URL: <https://www.apa.org/monitor/2022/06/news-psychological-warfare> (дата звернення: 09.03.2023).
3. Сімнадцять загальнонаціональне опитування: Ідентичність. Патріотизм. Цінності. Соціологічна група «Рейтинг». 23.08.2022. – URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/s_mnadcyate_zagalnonac_onalne_opituvannya_dentichn_st_patr_otizm_c_nnost_17-18_serpnya_2022.html (дата звернення: 10.03.2023).
4. Форма для участі у соціальному опитуванні. URL: <https://forms.gle/4jbWEmecdv96X3Gr5>
5. Ausma Bernot, Andrew Childs. Social media in times of war. *The Interpreter*. March 16, 2022. URL: <https://www.lowyinstitute.org/the-interpreter/social-media-times-war> (дата звернення: 10.03.2023).