

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

У статті обґрунтовано основні методи психологічного впливу на суспільну свідомість через соціальні мережі та проаналізовано роль психологічних явищ у контексті російсько-українського воєнного конфлікту.

Ключові слова: соціальні медіа, інформаційно-психологічний вплив, інформаційна війна, російсько-український воєнний конфлікт

The article substantiates the main methods of psychological influence on public consciousness through social networks and analyzes the role of psychological phenomena in the context of the Russian-Ukrainian military conflict.

Key words: social media, informational and psychological influence, information war, Russian-Ukrainian war

Сучасний інформаційний ландшафт, сформований під впливом стрімкого розвитку інформаційних технологій, характеризується наростаючою залежністю людини від широкого масиву інформації, що нас оточує. Особливо цікавою та водночас болючою і складною постає проблема впливу соціальних мереж на суспільну свідомість через призму російсько-української гібридної війни, яка протягом багатьох років змушує державу-агресора шукати нові шляхи маніпулювання свідомістю аудиторії, використовуючи соціальні платформи як зброю у веденні інформаційного протистояння.

При дослідженні соціальних медіа в контексті інформаційних війн, важливо розглянути психологічні явища, що формують серйозне підґрунтя інформаційно-психологічного впливу на користувачів. Зокрема, доречно згадати про наступні:

- ефект «Спіралі мовчання» (термін, запропонований Е. Ноель-Нойманн);
- прояв «стадного інстинкту» у соціальних мережах;
- беззаперечний вплив «лідерів думок»;
- повна довіра до інформації, що публікується в мережі.

Гіпотеза «спіралі мовчання» німецької дослідниці Елізабет Ноель-Нойманн передбачає можливість здійснення впливу мас-медіа на громадську думку шляхом заохочення меншості до висловлення своїх думок і приховування поглядів більшості. Тобто навколишнє середовище та прийняті погляди можуть пригнічувати вираження власної думки, особливо, якщо вона суперечить загальноприйнятій. Аналогічне явище спостерігаємо в соціальних мережах, де повідомлення нерідко створюються представниками меншості. Тим не менше, користувачі, які не бажають триматися осторонь, несвідомо починають поділяти ідеї, які до цього суперечили їхнім переконанням [3, с. 119].

Безпосередньо пов'язаним із вищезгаданою моделлю є прояв «стадного інстинкту», оскільки дане явище в деякій мірі розтлумачує гіпотезу «спіралі мовчання». Цей принцип пояснює природу людини як колективної, групової істоти, яка, як правило, обирає модель поведінки, притаманну її соціальній групі [4, с. 420]. У соціальних мережах «стадний інстинкт» яскраво виражений у випадку привернення найбільшої уваги до постів, які мають чималу кількість уподобайок і коментарів. Тож аудиторія надає більшого значення саме таким повідомленням, у той час, як інформація з меншою кількістю відгуків залишається майже непоміченою. Таких механізм «зараження» добре спрацьовує у випадку ботів у соціальних мережах. Боти публікують під дописами велику кількість емоційно-насичених коментарів, які, у свою чергу, впливають на психологічний стан читачів, транслюючи конкретні настрої та стимулюючи зміну думок не раціонально, а шляхом збудження «потрібних» емоційних реакцій.

Також цікавим феноменом є абсолютна довіра до усієї інформації, опублікованої в мережі. В основному користувачі не звикли пересвідчуватися щодо правдивості опублікованих даних, особливо, якщо інформація з'явилася на сторінках впливової групи зі значною кількістю підписників.

Нерозривним із вищезгаданим феноменом є явище виникнення «лідерів думок». Грамотно сформований образ «лідера думок» (який може бути представлений окремою особистістю, групою людей або сторінкою на соціальній платформі) викликає безмежну довіру користувачів і зазвичай може сприйматися як достатньо авторитетне джерело інформації, навіть за відсутності фахової освіти з певної галузі знань. За сприяння цих «лідерів думок» державі чи корпорації надається цінна можливість впливати на цільову аудиторію, переконувати в певних ідеях, нав'язуючи своє бачення важливих подій та явищ у різних сферах функціонування держави і суспільства [1, с. 8–9].

За впровадження зазначених психологічних явищ через соціальні мережі відбувається селективний відбір аудиторії, вразливої до дій агресора. У такий спосіб здійснюється формування певної категорії осіб, у бік яких у подальшому будуть проводитися більш інтенсивні дії з метою формування необхідного психологічного стану. Таким чином, за допомогою психологічних явищ агресор сприяє наступним явищам:

- Розповсюдження дезінформації серед населення щодо роботи державних органів і дискредитація структур управління;
- Створення атмосфери морального спустошення, сприяння негативному ставленню до культурної спадщини ворога;
- Вплив на суспільну свідомість різних соціальних груп населення з метою викликати політичну напруженість;
- Підрив політичних відносин між партіями та громадськими об'єднаннями з метою провокування конфліктів, посилення недовіри, загострення політичних криз та підбурення репресій проти опозиції і навіть розгортання громадянських війн;

- Дискредитація авторитету держави на міжнародній арені;
- Перешкоджання життєво важливим інтересам держави у економічній, політичній, оборонній та інших галузях [2, с. 29].

Отже, сучасні соціальні медіа швидко набирають популярності, охоплюючи різноманітну та широку аудиторію, тому актуальною стає проблема впливу соціальних мереж на суспільну свідомість крізь призму російсько-української гібридної війни, де соціальні платформи стають засобом інформаційного протистояння та маніпулювання аудиторією держави-супротивника.

Під час дослідження соціальних медіа в контексті інформаційних війн виявлено ряд психологічних явищ, що впливають на користувачів. Модель «спіралі мовчання» та прояв «стадного інстинкту» підкреслюють важливість висловлювання власних поглядів і впливу загальної думки на окремого індивіда. «Лідери думок» надають підтримку й підкреслюють авторитетність інформації, а абсолютна довіра до опублікованих в мережі даних може призвести до прийняття, а в подальшому розповсюдження недостовірних фактів.

Наведені психологічні методи впроваджуються з метою маніпулювання аудиторією, сприяючи розповсюдженню дезінформації, впливу на суспільну свідомість, і загостренню напруги в суспільстві. Важливо розуміти й простежувати ці механізми для ефективної боротьби зі зловживанням хибною інформацією та забезпечення інформаційної безпеки.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Ірха К.О. Політичний складник феномену «лідер громадської думки»: теоретичний аспект : зб. наук. праць. *Розділ 1. Теорія та історія політичної науки*. Сєверодонецьк, 2021. Вип. 2. С. 8–9.
2. Кобільник Б.Ю., Гізун А.І. Роль інформаційно-психологічних впливів у інформаційній війні. *Актуальні задачі та досягнення у галузі кібербезпеки* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Кропивницький, 23–25 лист. 2016 р. / Нац. авіац. ун-т. Кропивницький, 2016. С. 29.
3. Штельмашенко А. Д. Спіраль мовчання як фактор впливу на громадську думку : зб. наук. праць. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія «Державне управління»*. 2018. Т. 29 (68). № 3. С. 119.
4. Ramsey M. Raafat, Nick Chater, Chris Frith. Herding in humans. *Trends in Cognitive Sciences*. University College London, 2009. Vol. 13 No. 10. P. 420. DOI: <https://pure.au.dk/ws/files/45260302/Raafat2009.pdf>

Науковий керівник докторка педагогічних наук, професорка Співаковська Є.О.