

СТРАТЕГІЇ МЕДІА-ВПЛИВУ: ПРОПАГАНДА, ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ТА ФЕЙКОВІ НОВИНИ

*А.І. Рибалко, судовий експерт-психолог
Харківський науково-дослідний інститут судових
експертиз ім. М.С. Бокаріуса*

У сучасному соціально-політичному дискурсі пропаганда означає, перш за все, певне стратегічне переконання чи таке, що базується на головній ідеології або її баченні. Слід досить чітко відрізнити від пропаганди просте переконання, так само як рекламу та агітацію. Це означає, що якщо це якась випадкова впевненість у чому-небудь або певного роду ненавмисний вплив, тоді це треба називати не пропагандою, а лише вираженням людської думки.

Якщо нам потрібно визначити, пропаганда це чи ні, щоб дати оцінку ситуації, спочатку, ми маємо пояснити причини, мотивацію до цих дій та показати, якому типу політики чи ідеології вона відповідає. Мається на увазі, що коли мова йде про ситуацію в Україні, особливо у сфері соціальних медіа, ми можемо зустрітися з двома типами людської поведінки: однією з них є досить спонтанна реакція на певні події. Спробуємо називати це ані пропагандою, ані політичним переконанням, а лише проявом думок або емоцій.

Але з іншого боку ми можемо побачити, що спеціально організована упередженість думок деяких людей у певних соціальних мережах, таких як Vk.com, означає існування в Росії багатьох груп, які є послідовними або схожими одна на одну. В усіх них ідеться про одне й те саме, що є підставою називати це пропагандою.

Наприклад, ми можемо взяти якусь інформацію з Кремля, його офіційних спікерів і з так званого Донбасу або луганських інформаційних агенцій, з їхніх пропагандистських міністерств. Якщо порівняємо ці джерела – вони будуть містити 99% кремлівської думки. Далі, візьмемо сферу розваг з ТБ, або розглянемо зображення та сторінки в різних соціальних мережах Луганська чи Донецька. Усюди отримуємо схожий на 60-70%, або навіть 90% текст. І звертається він лише до тих, кого ця тема дійсно цікавить, адже на це виділено немало грошей, а отже і вплив має бути суттєвим. Чому вони не роблять інакше? Адже Україна, або країни Балтії, або Польща, скорочують шляхи, технічні можливості для переконання і пропаганди в своїх країнах з питання Донбасу і Новоросії. Витратити гроші на щоденну важку пропаганду – хибна тактика, тому вони мають інші шляхи впливу на Київ і Україну загалом. Показати нездатність України побудувати нормальну європейську економіку – єдина стратегія для критики, дискредитації і делегітимізації місцевої влади і створення якомога більшого хаосу, а, можливо, і більшої недовіри. Якщо взяти так звані тексти Новоросії в соціальних мережах, то можна прочитати багато нескінченних героїчних текстів, як ця особиста жертва в битвах проти вас знає «майданську» Україну, як вони борються за російські правду і дух, якими вони

є героїчними. Ці ж джерела показують, якими злочинними є українські солдати та волонтери.

Напевно, також досить важливим є момент реакції. Пропаганда поділяється на довгострокову, середньострокову і короткострокову, але за метою, можна сказати, що сучасні міністерства і агенції пропаганди орієнтовані переважно на короткостроковий ефект. Він передбачає, що ви, по-перше, можете використовувати більше і більше фальшивих новин, по-друге, «тролі» (це гарячі коментарі в соціальних мережах), і по-третє, відтворювати деякі події та робити імітацію, що є не просто фальшивими новинами, а наслідуванням подій, а також залучати цю імітацію до більш-менш впливової громадської дискусії, щоб показати, що сталася подія, яка сприйматиметься як постановка, але матиме реальний характер. І тоді громадськість негайно починає обговорювати цю провокацію як суспільну реальність. Це дуже важливо, тому що ви знаєте, хто працює на рівні фальшивих новин: тільки «жовті веб-сторінки» або «компанії-тролі». Йдеться про те, що якщо це більш-менш серйозна телевізійна або радіокомпанія, або достатньо правдива газета, навіть у Росії, то їй потрібні не фальшиві новини, а організовані заходи, або певні постановки. І тому вони використовують різні тактики, а не «тролінг». Таким чином, ви бачите, що ці «тролі» означають коментарі на фальшивих новинах і серйозних газетах, таке їм не потрібно, але вони потребують більш-менш вірної інформації і з цієї причини їм необхідно організувати події. Тобто пропаганда організовує певну подію, вони платять гроші, вкладаються в хаос, інвестують в акції, а потім, після цього, беруть якесь інтерв'ю у полі і намагаються коментувати більш-менш правдиві газети, таким чином транслювати на весь світ, що сталася та чи інша ситуація. І тільки цей вид інформації, так званий «Супутник», пропагандистські канали переводять це в західні країни. Таким чином, ви бачите, що у так званих «тролів» є множинність підходів і кожен використовується для різних цілей.

«Фальшиві або фейкові новини» стали надзвичайно популярним і дуже роздутим терміном в так званій ері «пост-правди», в якій ми зараз живемо. Їх можна звинувачувати у руйнівному впливі на результати виборів і референдумів, а також на спотворення демократичних публічних дебатів, причому такі великі геополітичні події нашого століття, як президентські вибори у США 2016 року та українсько-російський конфлікт, часто наводяться як приклади. «Фейкові новини» також були відзначені якспосіб розпалювання пропаганди і «мови ненависті», та навіть насильства. Але що ж таке ці «фейкові новини» і з приводу чого вся метушня?

«Фейкові новини» – це інформація, яку свідомо сфабрикували і розповсюджували з наміром обдурити і ввести в оману інших людей, які чомусь вірять у брехню або сумніваються в перевірених фактах; це дезінформація, яка представлена як або, ймовірно, сприймається як новина. На відміну від багатьох інших видів інформації, новини відіграють особливу роль у демократичних суспільствах: вони є ключовим джерелом точної інформації про політичні та суспільні справи, яка інформує громадськість і впливає на її

внутрішні процеси. Якщо новина є «фальшивою», вона дезінформує громадськість і забруднює її обговорення у мережі.

Зважаючи на весь сьогоднішній ажіотаж навколо цього терміну, «фейкові новини» ні в якому разі не є новим явищем. Преса, зокрема партизанська, завжди торгувала упередженими думками й іноді історіями, які не мають фактичного обґрунтування. Чи має бути і якою мірою регульована необ'єктивна та фіктивна звітність – це багаторічне питання, яке централізовано стосується як права, так і етики, і, на жаль, не існує жодних переконливих відповідей. «Фейкові новини» також були розгорнуті державами як зброя в інформаційній та ідеологічній війні на міжнародній арені, поруч із глушінням сигналів віщання і, в останні роки, блокуванням веб-сайтів. Однак нинішній спалах «фейкових новин» повинен розглядатися в іншому контексті. Він являє собою ряд особливостей, які відрізняють його від попередніх втілень. Контекст – це абсолютно змінена екосистема засобів масової інформації та новин, яка все ще розвивається і була зумовлена появою та швидким розвитком Інтернету. Серед факторів, що слід виділити, є: складність, з якою виробляються фейкові новини; масштаб, в якому вони виробляються, швидкість і ефективність, з якою вони розповсюджуються. Технології дозволили широкому колу учасників створювати контент, включаючи фальшиві новини, у різноманітних форматах (текст, фотографії, відео, інфографіки, меми, боти, картинки тощо), а також швидко і глобально поширювати його.

Принцип, подібний тому, що і в звичайному хакерстві, зламати комп'ютерні системи, з метою «тролінгу» і «фейкових новин», щоб далі підірвати людську свідомість. І особливо сьогодні, коли цілком легко орієнтуватися на певні аудиторії, коли за допомогою аналізу даних не дуже важко визначити, які саме уподобання, очікування, надії має цільова аудиторія, ви можете зробити повідомлення, яке пов'язане з напрямком думок аудиторії і, що найважливіше, з її почуттями. Тому що з думкою ви можете застосувати, можливо, деяке критичне мислення і розглянути, чи звучить вона легітимно чи ні. Але коли емоції схоплено, безумовно, навіть найбільш критично налаштовані особистості можуть бути певним чином захоплені, за умови, що правильні тригери ставлять у потрібний час. І чи то «тролінг», чи фейкові коментарі і подібні речі, вони ще більше заглиблюються в людський розум, тому що це не схоже на повідомлення, що надходять від будь-якого офіційного джерела або якогось політичного діяча, чи когось іншого. Схоже, що інформація походить від людей, які певним чином подібні до вас, які, очевидно, діляться своїм досвідом, своєю інформацією, своїми думками. Але, звичайно, всі ці прийоми були стратегічно розміщені, щоб бути відкритими потрібними цільовим аудиторіям. На рівні емоцій, де важче чинити опір і оцінювати настрої, проте з аналізу даних досить легко зібрати потрібний матеріал, і за його результатами запускати і коригувати відповідні моделі тролінгу зв'язку.

Напевно, це залежить від ситуації, тому важливіше говорити про фактичні цілі, адже є теми, які вони можуть змінювати залежно від ситуації, скажімо, якщо є якась подія, що дійсно має високий рівень уваги, або якась паніка у суспільстві. Таким чином, всі ті поточні ситуації, які тримають увагу громадськості, можуть використовуватися для тролінгу. Справді, настільки багато речей можуть бути використані для цього, але в будь-якому випадку вони, як правило, наближаються до того, щоб не переконувати громадськість до прийняття конкретної позиції, а начебто підірвати довіру в суспільстві і ще більш важливу довіру між урядом, урядовими установами і суспільством. Йдеться про тих, кому потрібні тролінг і інформаційна війна за нашої нинішньої влади. Тож, за необхідності повертатися до чогось передбачуваного у традиційному значенні, звичайно ж, з'являється велика тема самопрезентації Росії. Отже, всі ці різні сильні сторони публічного дискурсу можуть бути пов'язані з російсько-дружнім, не обов'язково безпосередньо, тому що позитивне ставлення до Росії насправді не продається так добре в публічній сфері, але суб'єктивно наближає громадський дискурс до пропаганди Росії. Але сама тема абсолютно залежить від того, що відбувається в суспільстві. Саме тому все може бути скориговано і перекручено у зв'язку з цим.

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ НА ПСИХОЛОГІЧНЕ ЗДОРОВ'Я СУЧАСНОЇ ОСОБИСТОСТІ

В. В. Артюхова, кандидат психологічних наук,

Харківський національний університет Повітряних Сил імені Івана Кожедуба

В умовах інформатизації сучасного суспільства головним ресурсом держави, що забезпечує її розвиток та перевагу є інформаційний потенціал. Сьогодні в усіх сферах життєдіяльності використовуються різноманітні інформаційні технології, які дозволяють впливати на суспільну думку та маніпулювати суспільною свідомістю. Кожна особистість функціонує під впливом безлічі інформаційних потоків, які можуть сприяти як її розвитку, так і стагнації, що негативним чином відображається на психологічному здоров'ї цілого покоління.

Протягом більше п'яти років на населення України діє безперервний потік інформаційної агресії, медіа вірусів, а також спеціально структурованої, дозованої або перекрученої інформації, що є засобами ведення сучасної інформаційно-психологічної війни проти українського народу. Ситуація ускладнюється тим, що деструктивного впливу на психіку зазнають не тільки військовослужбовці, але й цивільне населення, яке в переважній більшості не усвідомлює його та виявляється абсолютно психологічно не підготовлене до подібних атак з боку ЗМІ та Інтернет ресурсів.

Мишенями впливу інформаційно-психологічних технологій стає індивідуальна свідомість людей, система їх цінностей, ідеалів та переконань,