

СТРАТЕГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ В РОСІЙСЬКІЙ ГІБРИДНІЙ АГРЕСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ

Валерій Афанасійович САВЧУК,

аспірант ПБНЗ “Європейський Університет”

<https://orcid.org/0009-0008-6051-0252>

STRATEGIES AND TOOLS OF INFORMATION-PSYCHOLOGICAL INFLUENCE IN RUSSIAN HYBRID AGGRESSION AGAINST UKRAINE

This report examines the strategies and tools of information-psychological influence employed by Russia in its hybrid aggression against Ukraine. It analyzes various techniques of the Russian information campaign aimed at demoralizing and destabilizing Ukrainian society, as well as creating discord within the international community to diminish support for Ukraine's defense capabilities. The report also highlights instances of Russia using disinformation, creating fake media resources, and other instruments to achieve its military objectives. Special attention is given to exploring the capabilities of social media as a primary tool for influencing public opinion and spreading hostile narratives among Ukrainian users. This report is a significant contribution to understanding the contemporary challenges and threats to Ukraine's information security in the context of hybrid warfare.

1. Вступ

Інформаційна складова російсько-української війни розпочалася задовго до повномасштабного вторгнення 24.02.2023 і з часом буде лише посилюватися, в не залежності від інтенсивності бойових дій. При цьому, треба відверто визнати, що на сьогодні агресор має значну перевагу в засобах і досвіді інформаційних операцій. Сучасні стратегії російського інформаційно-психологічного впливу на українську і міжнародну спільноту багато в чому ґрунтуються на радянському досвіді. З 60-х років минулого століття радянські спеціалісти з зовнішньої пропаганди вивчали і використовували в своїй діяльності теорію рефлексивного управління Володимира Лефевра - радянського, а потім американського психолога, математика, засновника теорії рефлексивних ігор. Його роботи і подальші дослідження російських військових психологів по цій темі є теоретичною базою для розробки інформаційно-психологічних операцій російського агресора [1]. Періодичне видання Міністерства оборони РФ для вищого та старшого складу Збройних сил Росії дає таке визначення: Рефлексивне управління (з військової точки зору) - це спосіб передачі противнику спеціально підготовленої інформації з метою схилити його до “добровільного” прийняття заздалегідь визначеного рішення, бажаного для ініціатора дії.

2. Основні стратегії інформаційно-психологічного впливу:

2.1. Формування ворожих наративів для впливу на громадську думку. В даному контексті наратив використовується агресором в розумінні “інструкції для розуміння реальності”, яку він нав’язує цільовій аудиторії, підміняючи об’єктивний опис реальності [2]. Створення і поширення дезінформації через масові медіа та соціальні мережі. Сучасні дослідники дають деталізовані визначення маніпулятивної інформації, розділяючи їх за характером і кінце-

вими цілями розповсюдження. За термінологією НАТО, дезінформація – це неправдива або неточна інформація, що навмисно поширюється для маніпулювання думками та діями інших; мізінформація – незловмисне поширення неправдивої або неточної інформації, хоча така інформація може заподіювати шкоду. В свою чергу, малінформація — це інформація, яка є правдивою та фактичною, але яку поширюють з метою завдати реальної шкоди особі, організації чи країні [3].

2.2 Дестабілізація інформаційного простору для створення хаосу та невпевненості. З самого початку повномасштабного вторгнення російський пропаганда активно працювала над деморалізацією українського населення та пониженням бажання вести збройну оборону агресору. Перші випадки включали так звані дипфейкові відео, які імітували ситуацію, де президент України Володимир Зеленський втік з країни та закликав українські війська скласти зброю. Це враження було розширене за допомогою підроблених документів, призначених для дискредитації керівництва української держави та завдання шкоди їхній репутації серед громадян. Кремлівські наративи також використовували тактику страху та залякування, спрямовану на українців, щоб переконати їх у непереможності Росії та в ненадійності сусідів України [4].

3. Інструменти інформаційно-психологічного впливу:

3.1. Використання масових медіа та імітація незалежних інформаційних ресурсів.

Протягом останнього десятиріччя Росія систематично збільшує фінансування ЗМІ за рахунок державного бюджету. У 2011 році ЗМІ були визнані окремим сектором, який отримує пряме фінансування з державного бюджету. У 2021 році виділено понад 1,5 мільярда доларів США (або 115 мільярдів рублів) з російського держбюджету на потреби ЗМІ. Сучасна тенденція свідчить, що витрати державного бюджету на ЗМІ у цьому році значно перевищать заплановані обсяги [5].

Але діяльність підконтрольних Кремлю медіа є не єдиним і не завжди головним інструментом поширення зовнішньої пропаганди. З лютого 2022 року Росія проводить масштабну інформаційну онлайн-операцію, спрямовану, головним чином, на:

– підриг підтримки України після початку агресії Росії через демонізацію українського уряду та його звинуваченням у нацизмі та корупції.

– посилення протиріч в країнах, які підтримують Україну через поширення думок, що фінансова підтримка України та впровадження санкцій проти Росії, в кінцевому підсумку, є неефективними стратегіями, які завдають шкоду суспільству.

Ця кампанія отримала назву Doppelganger через регулярне використання підроблених клонів законних веб-сайтів як ЗМІ (в тому числі Le Monde, The Guardian, Der Spiegel, Fox News), так і державних установ (зокрема, міністерства закордонних справ Франції, міністерства внутрішніх справ федерального уряду Німеччини і навіть самого НАТО. Інша частина операції полягає в розробці та підтримці антиукраїнських та проросійських сайтів. Один з них активно працює і зараз, представляючи RRN (Recent Reliable News), анонімну

медіа-організацію, яка служить сховищем вмісту для більшої частини операції [6].

3.2. Використання соціальних мереж як основного каналу для впливу на громадську думку.

Ефективність використання соціальних мереж визначається їхньою здатністю легко та швидко поширювати інформацію на велику кількість користувачів, а також впливати на сприйняття подій цільовою аудиторією без критичного осмислення засвоюваного контенту. Станом на жовтень 2023 року в усьому світі було 5,3 мільярда користувачів Інтернету, що становило 65,7 відсотка населення світу. З них 4,95 мільярда, або 61,4 відсотка населення світу, були користувачами соціальних мереж [7].

Важливими перевагами сучасних соціальних мереж, як основного інструменту інформаційної війни, також є:

– зручність для споживачів: різноманітна інформація з новин, блогів, від інших користувачів доступна на мобільних пристроях в режимі реального часу.

– залучення та активна взаємодія між користувачами у вигляді коментарів, лайків, репостів, що робить інформаційні кампанії більш впливовими.

– анонімність та псевдоідентичність, які дозволяють створювати неперсоніфіковані акаунти, що ускладнює відстеження джерела поширення інформації.

– доступність персональних даних, яка дозволяє створювати спеціально адаптовані повідомлення для користувачів з використанням їхніх інтересів та переконань.

Telegram та TikTok на сьогодні є одними з найефективніших каналів просування потрібних наративів у інфопросторі. Їхні переваги, в порівнянні з іншими соцмережами, – це можливість анонімізувати власників, адміністраторів та виробників контенту, а також обмежена можливість модерації чи заборони каналів з боку держави. Росія ще до початку повномасштабного вторгнення системно і активно використовує мережі Telegram та TikTok для проведення інформаційно-психологічних операцій.

3.3. Приклади російських інформаційно-психологічних операцій в українському сегменті соцмереж:

3.3.1. Створення фейкових каналів діючих військових підрозділів ЗСУ (фейковий Telegram-канал 46-ї аеромобільної бригади), воєначальників (К. Буданов), громадських чи волонтерських організацій

3.3.2. Створення псевдо-українських новинних каналів в Telegram для просування потрібних наративів та відвертої дезінформації. Деякі з них створені задовго до повномасштабного вторгнення 24.02.2022 і залучили значну аудиторію підписників (наприклад, Telegram-канал Легитимный має 1,073 млн. підписників)

3.3.3. Підтримка і просування каналів проросійських авторів українського походження, які претендують на об'єктивне та неупереджене висвітлення фактів і подій в Україні, і напрацювали значну українську аудиторію в період до повномасштабного вторгнення. (Telegram-канал А. Шарій 1,178 млн. підп., Д. Панченко – 0,229 млн.).

3.3.4. Створення у TikTok фейкових акаунтів – клонів реальних акаунтів українських бійців, наповнення їх відеороликами, націлених на поширення суперечностей між бійцями та командирами, між різними підрозділами українських Сил Оборони, недовіри до військового командування.

3.3.5. Масове використання ботів у соціальних мережах для поширення фейкових новин, а також для підтримки проросійських каналів і просування дезінформації в коментарях. Яскравий прикладом російської інформаційної агресії може слугувати Telegram-канал Цифровая Армия России, який заохочує до підривної діяльності в українських соцмережах, надає дезінформаційний контент та рекомендує канали для його поширення.

4. Головні цілі інформаційно-психологічних операцій Росії в українському сегменті соціальних мереж

4.1. Дестабілізація і деморалізація населення України, особливо на територіях, прилеглих до зони бойових дій. Поширення панічних настроїв, створення атмосфери незахищеності та невизначеності.

4.2. Деструкція національної єдності. Поширення інформації, яка сприяє міжетнічним та міжконфесійним конфліктам всередині країни.

4.3. Зниження довіри до державних інституцій та політичних лідерів, поширення інформації про корупцію на всіх рівнях влади. Стимуляція і провокування протестних настроїв у суспільстві, заклик до зміни вищого керівництва.

4.4. Створення негативного іміджу військового керівництва ЗСУ, поширення дезінформації про катастрофічні втрати особового складу. Посів сумнівів у досяжності військових цілей, нагнітання відчуття неминучої поразки і необхідності мирних переговорів за будь-яких умов (навіть ціною територіальних поступок).

4.5. Постійний заклик та поширення способів уникнення мобілізації.

4.6. Посилення негативних очікувань падіння української економіки.

4.7. Формування зневіри до подальшої міжнародної підтримки України.

Список використаних джерел:

1. Томас, Тімоті А. (2004). "Теорія рефлексивного контролю Росії та військові". Слов'янський військовий журнал . Тейлор і Френсіс.
2. Брокмейер Дж., Харре Р. Наратив: виклики та перспективи однієї альтернативної парадигми. Проблеми філософії. 2000. No 3.
3. Swager, Eric (2004-11). Long-Term Energy Solutions: The Truth Behind the Silent Lie. *Physics Today* 57 (11).
4. Undermining Ukraine. Звіт Atlantic Council, February 2023, https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/undermining-ukraine/?fbclid=IwAR3zgl2d3_BKh_hkU70Qd7HcscBeS9GvVpjR7A7S0srO7RAmznQQVDqXD_k
5. Coining lies. Kremlin spends 1.5 Billion per year to spread disinformation and propaganda. Звіт Debunk.org, 8 серпня 2022, <https://www.debunk.org/coining-lies-state-budget-financing-of-russian-propaganda>
6. Doppelganger – медіа-клони, які обслуговують російську пропаганду. Звіт EU DisinfoLab, 27.09.2022, <https://www.disinfo.eu/doppelganger>
7. Цифровий звіт DataReportal за жовтень 2023, <https://datareportal.com/reports/digital-2023-october-global-statshot>