

СЕКЦІЯ 3

ЗАГАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ. ІСТОРІЯ ПСИХОЛОГІЇ

ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ НА ГРОМАДЯН ПІД ЧАС ЗАГРОЗЛИВИХ ПОДІЙ

INFORMATION-PSYCHOLOGICAL INFLUENCE ON CITIZENS DURING THREATENING EVENTS

У статті досліджено складний багатогранний процес цілеспрямованого інформаційно-опосередкованого психологічного впливу на людину в умовах переживання нею загрозливих подій, ймовірних психотравм, а також мобілізації її свідомих і несвідомих ресурсів для відновлення фізичного та психічного здоров'я. Тривожні новини, пов'язані з подіями, швидко поширюються через Інтернет та соціальні мережі, включаючи сумнівні неперевірені повідомлення, які можуть стати джерелом додаткового стресу. У цих умовах особливого значення набуває доступність для людей інформаційно-психологічної підтримки.

Інформаційно-психологічний вплив можна розглядати як «проникнення» в психіку реципієнта (цільової аудиторії) за допомогою інформаційного контенту спеціальними засобами в різних формах (від листівок, плакатів, новинних каналів до соціальних мереж, радіо та подкастів), яке має на меті змінити індивідуальні чи групові психологічні характеристики напрямку, визначеному ініціаторами впливу.

Співвідношення конструктивних та деструктивних компонентів впливу може бути різним в мирний час і під час воєнного протистояння. Інформаційна війна включає систематичне використання пропаганди, психологічних операцій, операцій військового інформаційного забезпечення для впливу на думки, емоції, настрої та поведінку реципієнтів різних цільових аудиторій, у тому числі різних груп населення держави-супротивника.

Висвітлено психодинамічний, когнітивно-поведінковий та ціннісно-смисловий компоненти психологічного впливу інформації з різних джерел на громадян з урахуванням сучасних реалій. Окреслено інтегративну модель інформаційно-психологічного підтримки громадян під час загрозливих подій. Функція підтримки може здійснюватися шляхом конструктивного інформаційно-психологічного впливу; з'ясовано умови, за яких такий вплив може бути частково або переважно руйнівним.

Ключові слова: психологічний вплив, переживання, загрозливі події, новини, контент, соціальні мережі, інформаційно-психологічна підтримка, реципієнт, цільова аудиторія, інформаційна війна

The article examines the complex multifaceted process of purposeful information-mediated

psychological impact on people in the face of threatening events, probable psychotrauma, as well as the mobilization of its conscious and unconscious resources to restore physical and mental health. Disturbing news is easily spread through the Internet and social media, including unverified messages, which become a source of additional stress. In these conditions, the availability of information and psychological support for people is of special importance.

Information-psychological influence can be considered as "penetration" into the psyche of the recipient (target audience) with the help of information content, which aims to change individual or group psychological characteristics (views, attitudes, motives, etc.) in the direction that is determined by the initiators of influence. Information and psychological influence is carried out by special means in various forms (leaflets, posters, news channels, social networks, radio and podcasts), that influence can be seen as a process that changes various aspects of the recipient's activity, and as a result of these changes.

The ratio of constructive and destructive components of influence can be different in peacetime and during military confrontation. Information warfare involves the systematic use of propaganda, psychological operations, operational military information support to influence the thoughts, emotions, moods and behavior of recipients of different target audiences, including different groups of the enemy state. There are different options for "using" information content depending on the goals of the impact and the target audience. At the same time, in addition to the conscious tasks set by the initiators, various unconscious factors related to customers, developers and translators of content penetrate the content, so the impact is not always predictable.

Psychodynamic, cognitive-behavioral and value-semantic components of the psychological impact of information from various sources on citizens, taking into account modern realities, are highlighted. An integrative model of information and psychological support of citizens during threatening events is outlined. The support function can be carried out through constructive informational and psychological influence; the conditions under which such influence can be partially or mainly destructive have been clarified.

Key words: psychological impact, experience, threatening events, content, social networks, information-psychological support, recipient, target audience, information war

УДК 159.923.2:316.774:342:9(477)
DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2022.36.7>

Завгородня О.В.

д. психол. н.,
провідний науковий співробітник
лабораторії методології і теорії
психології
Інститут психології імені Г.С. Костюка
Національної академії
педагогічних наук України

Постановка проблеми. Використання інформації як знаряддя психологічного впливу в кризових умовах набуває безпре-

цендентної важливості. Під час і зразу після загрозливих подій спостерігаються посилені реакції на стрес, які можуть спричинювати

необґрунтовані дії громадян, відволікаючи критично важливі ресурси, а також пов'язані з тривалими негативними наслідками для фізичного і психічного здоров'я. Завдяки інтернету та соціальним мережам тривожні новини легко поширюються численними каналами в середовищі, яке толерує суперечливість і сумнівність інформації. Сумнівні неперевірені повідомлення можуть бути джерелом додаткового стресу, викликати об'єктивно неадекватні емоційні реакції, почуття жаху, гніву, підозри тощо, спотворюючи мислення реципієнтів, яким важко самостійно на основі багатьох джерел аналізувати складну реальність [6]. В цих умовах особливого значення набуває доступність надійних інформаційних джерел, можливість адекватно оцінювати ризики, а також коректна інформаційно-психологічна підтримка людей.

Аналіз останніх досліджень. Психологічний вплив розглядають як вплив на психічний стан, думки, почуття й дії іншої людини за допомогою винятково психологічних засобів (вербальних, паралінгвістичних або невербальних), з наданням йому права й часу відповідати на цей вплив [5]. Впливати означає діяти певним чином на когось-небудь, що-небудь [1]. Системний аналіз психологічного впливу охоплює питання його атрибутів, структури, функцій, стратегій здійснення, мішеней впливу, методів, видів, генези. В структурі психологічного впливу виокремлюють такі складові: 1) суб'єкт (ініціатор) психологічного впливу; 2) реципієнт психологічного впливу; 3) цілі; 4) дії; 5) результати психологічного впливу. «Мішенями» впливу позначають якості, характеристики реципієнта, на які ініціатор спрямовує вплив. Вплив може бути: 1) довільний і мимовільний; 2) прямий і непрямий; 3) безпосередній і опосередкований; 4) очевидний, неприхований й неочевидний, прихований; 5) короточасний і тривалий. Можна виокремити такі ознаки свідомого впливу: цілеспрямованість, досягнення планованого результату; психологічні засоби; вольові зусилля суб'єкта впливу [4].

Важливими питаннями в зазначеному контексті є розгляд різних аспектів психологічної підтримки людини засобами інформації, аналіз репертуару «операцій у когнітивній галузі», вивчення чинників конструктивності та дієвості інформаційно-психологічного впливу, притаманних різним його формам. Слід відзначити, що традиційна модель інформування громадян, коли невелика кількість видань укомплектована підготовленими журналістами, які беруть інтерв'ю у джерел, що заслуговують

на довіру, а потім перед публікацією перевіряють інформацію, трансформована нинішнім медійним середовищем. Зростання ролі інтернету та соціальних мереж посилює проблему фейкових повідомлень маніпулятивного призначення. Поява мережі відкрила новий арсенал інструментів, які можна використовувати для маніпулювання, включаючи онлайн-зламування, псевдоніми, боти, веб-сайти без вказівки авторства, заповнені сфабрикованим контентом, аватари в соціальних мережах, що публікують фальшиві новини [8]. Такі новини вводять в оману, спотворюють картину світу, викликають неадекватні реальності емоції (гніву, підозри, страху тощо). У політиці важлива роль надається інформаційно-психологічному впливу на думки, емоції, поведінку різних верств громадян, зокрема, в ситуації політичного протистояння доступ до інтернету, соціальні мережі використовуються не лише для внутрішньої аудиторії, але й для впливу на громадську думку країни-супротивника, підтримки в ній опозиційних політичних рухів тощо [3]. Соціальні мережі стають полем битви, де сама інформація використовується як зброя [8].

Мета дослідження – здійснити аналіз психологічного впливу поширюваного різних каналами інформаційного контенту на реципієнта та окреслити низку аспектів інформаційно-психологічної підтримки громадян підчас загрозливих подій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформаційно-психологічний вплив можна розглядати як «проникнення» в психіку реципієнта (цільової аудиторії) за допомогою інформаційного контенту, яке має на меті змінити індивідуальні чи групові психологічні характеристики (погляди, установки, мотиви тощо) у напрямку, визначеному ініціаторами впливу. Інформаційно-психологічний вплив здійснюється спеціальними засобами в різних формах (від листівок, плакатів, новинних каналів до соціальних мереж, радіо та подкастів), може розглядатися як процес, що змінює різні аспекти активності реципієнта, і як результат цих змін. Інтернет, соціальні мережі розширили можливості такого впливу. Все більше людей мають безперервний доступ до новин в будь-який час дня та ночі з будь-якого пристрою, підключеного до Інтернету. Людина не завжди усвідомлює власну вразливість для маніпуляцій, і їй часом легше повірити у примітивну вигадку, особливо якщо ця вигадка піднімає їй настрій та самооцінку. Здійснення впливу на когнітивну сферу людей, на їхні емоції та поведінку шляхом поширення фейкового або гібридного контенту дає значні можливості

для маніпулювання громадською думкою, а етичні правила не встигають за розвитком технологій.

Завдання інформаційно-психологічного впливу можуть зосереджуватися на набутті реципієнтами нових переконань, настановлень, формуванні та апробації нових форм поведінки, гальмуванні її небажаних форм також за рахунок змін у соціумі. Мішенню стають як зміни в когнітивній сфері реципієнтів, так і формування бажаних поведінкових патернів. Бажаних – з позицій ініціаторів впливу та поставлених ними завдань, які можуть бути неконструктивними з позиції гуманності та загальнолюдських цінностей. Тому ефективність впливу не завжди збігається з його конструктивністю.

Співвідношення конструктивних та деструктивних компонентів впливу може бути різним в мирний час і під час воєнного протистояння. Під час військових дій здійснення інформаційно-психологічного впливу відбувається з трьох основних груп інформаційних джерел: власної країни; країни-супротивника; інших країн. Джерела можуть бути державні, мейнстрімні, а також різною мірою опозиційні. Інформаційна війна така ж стара, як війна сама по собі. Новим є поширення новин (правдивих і фальшивих) цілодобово і безперервний доступ до них [8]. Ефективне використання інформації (спрямована внутрішньо – на своїх громадян та ззовні передача повідомлень) може значно вплинути на волю до боротьби сторін протистояння, таким чином підвищити шанси бажаної перемоги. Інформація використовується для формування суспільної думки, прийняття рішень, залучення потенційних союзників, посилення рішучості уряду здійснювати цілеспрямовані військові дії в складних умовах, навіть коли очікування успіху зменшується.

Інформаційна війна включає систематичне використання пропаганди, психологічних операцій, операцій військового інформаційного забезпечення для впливу на думки, емоції, настрої та поведінку реципієнтів різних цільових аудиторій, у тому числі різних груп населення держави-супротивника. В останньому випадку пропаганда в інформаційній війні – це неправдиві, помилкові чи гібридні повідомлення, ідеї чи заяви, які навмисно поширюються задля зниження морального духу реципієнтів, для залякування, переконання, щоб зламати їх дух, волю до боротьби без застосування фізичної сили [7].

Існують різні варіанти «використання» інформаційного контенту залежно від цілей впливу та цільової аудиторії. Крім свідомих завдань, поставлених ініціаторами впливу,

у контент проникають різні несвідомі чинники, пов'язані із замовниками, розробниками і трансляторами контенту, тому результат впливу не завжди передбачуваний.

У трактуванні інформаційно-психологічного впливу продуктивним є застосування інтегративної ідеї, що витікає із внутрішньої логіки зазначеного процесу, оскільки здійснення інформаційно-психологічного впливу (залежно від типу завдань, аудиторії) хоча й фокусується переважно на певному аспекті психологічного функціонування – головній «мішені» (емоційній, ціннісній, мотиваційній, когнітивній, поведінковій сфері реципієнта), не може не враховувати інші.

Методологічною основою нашого дослідження виступив інтегративно-екзистенційний підхід [2]. Спираючись на напрацювання психодинамічного, поведінкового, когнітивного, середовищного та інших підходів у розумінні проблеми, провідне значення ми надаємо духовно-екзистенційним станам людини (не ігноруючи інші, але й не редукуючи людину до них). З зазначених позицій, екзистенційна сповненість характеризує вільне, відповідальне, емоційно-духовно насичене життя автентичної та конгруентної людини. А складно детерміновані порушення особистісного здоров'я можна тлумачити як розлади, що характеризуються дефіцитом буттєвої сповненості, відчуттям безглуздості, марнування життя, самовідчуженням, збайдужінням – стани, яким передують неможливість упродовж тривалого часу втілити у житті і діяльності власні цінності.

Інтегративно-екзистенційний підхід конкретизовано щодо обговорюваної проблеми в окресленні низки аспектів інформаційно-психологічної підтримки громадян під час загрозливих подій та випробувань в контексті розробки інтегративної моделі зазначеного явища. Функцію підтримки може здійснювати конструктивний інформаційно-психологічний вплив, водночас вплив може бути частково або переважно руйнівним. Модель запропоновано з урахуванням можливостей та дієвості різних психологічних напрямків. Зокрема, з позицій психодинамічного напрямку інформаційно-психологічна підтримка має бути спрямована на громадську рефлексію актуальних спільних переживань, страждань, гніву, а також почуттів, які пов'язані з минулими подіями та переносяться в сьогодення, на усвідомлення неконструктивних історичних сценаріїв (внутрішнього роз'єднання, некритичної довірливості щодо ворога тощо) як причин втрати історичних шансів. Вплив, частково або переважно руйнівний для когнітивної

сфери реципієнта, формується інформаційним контентом, створеним виробниками такого контенту на замовлення деструктивних керівників (свавільно-егоцентричних осіб з викривленим внутрішнім світом внаслідок неопрацьованого травматичного досвіду – як індивідуального, так і колективного). Реципієнт може розглядати джерело інформації (напр., державний канал) як заступника або аналог настанов батьків, вчителів, «старшого брата» тощо. Цей психоаналітичний аспект асоціюється із сприйняттям керівників в автократичних державах («вождь», «батько народів» тощо). Реципієнт сприймає інформацію відповідно до потреб, мотивів, настановлень, упреждень, які сформувались раніше у стосунках «молодший – старший», що виявляється в неусвідомлюваних емоційних реакціях на інформацію, у зайнятті щодо отриманого повідомлення позиції «старшого», «молодшого» чи рівноправного партнера з різним рівнем довіри/критики, в прийнятті або відторгненні інформації. Реципієнт може несвідомо переносити на сприйняття інформації емоційно насичені уявлення, що поєднують досвід власного дитинства, контекст ранніх взаємин з авторитетними особами, а також переживання референтних для нього групових уявлень про історію, державу тощо. Також має значення неусвідомлювана мотивація вибору джерел інформації, їх різноманітності тощо. Ініціатор інформаційно-психологічного впливу далеко не завжди усвідомлює свої невіршені глибинні проблеми, що детермінують зміст й емоційне забарвлення трансльованого контенту, а результати психологічного впливу такого продукту на реципієнта не завжди передбачувані. Інформаційний контент державних джерел стає «токсичним», якщо в країні панівний культурно-ідеологічний канон блокує рефлексію правдивого історичного досвіду, з'ясування неусвідомлених травматичних витоків колективної деструктивності, психологічних захистів, що віддаляють громадян від розуміння реальності. Це стимулює гіперкомпенсаторну неконструктивну сповнену фейків інформаційну активність (щодо історичного минулого і сьогодення), базовану на ресентименті (ressentiment), гальмує пошук можливостей розв'язання внутрішніх суперечностей, посттравматичного відновлення колективного психологічного благополуччя, подолання труднощів, зняття (зокрема культурально-ідеологічних) перепон суспільного розвитку та оптимального функціонування країни.

З позицій когнітивно-поведінкового підходу інформаційно-психологічна підтримка

має бути спрямована на рефлексію та ревізію ірраціональних настановлень та переконань щодо себе (власної країни), союзників, супротивників, на розширення діапазону міркувань та можливих дій, переоцінку, корекцію, відмову від неефективних когнітивних та поведінкових стратегій (неадекватних історичній ситуації та актуальним викликам), звільнення від повторюваних в минулому помилок, неефективних способів розв'язування конфліктів, виявлення можливостей креативного й гнучкого подолання актуальних труднощів сьогодення.

Конструктивність/деструктивність інформаційно-психологічного впливу тісно пов'язана із системою переконань, ідеологією, професійними завданнями виробників інформації, «держзамовленням», зовнішніми і внутрішніми вимогами до продукції, очікуваннями щодо її сприйняття аудиторією, зі стилем спілкування з аудиторією та ставленням до неї.

Феноменологічний підхід зосереджує увагу на ціннісно-сміслових аспектах інформаційно-психологічного впливу та взаємодії виробників інформації з цільовою аудиторією. Зокрема, явища смислової дефіцитності, внутрішньої спустошеності виробників інформації, їх презирливого, байдужого або чисто інструментального ставлення до реципієнтів зумовлюють зростання деструктивності інформаційно-психологічного впливу. Професійне здоров'я суб'єктів інформаційної сфери вимагає не лише їх власного самовдосконалення (шляхом усунення невротичних блоків, посилення автентичності, подолання смислодефіцитарних станів, самопізнання, саморозвитку, реалізації особистісного потенціалу), а й передбачає оздоровлення суспільства, його орієнтацію на цінності гідності, свободи, правди.

З позицій середовищного підходу має бути інформаційно-психологічна підтримка всіх можливих складових соціуму як середовища життя, боротьби, праці, виживання громадян. На соціальному рівні посадові особи мають надавати чітке обґрунтування адекватних дій, правил, термінів, зокрема, комендантського часу, забезпечувати підтримку вразливих верств. За відсутності інформації – будь то через те, що інформація невідома посадовим особам або тому, що вона неефективно передана, – невизначеність може призвести до неадекватного завищення/заниження оцінки ризику й загрози. Заниження небезпечно для життя, а завищення – призводить до стрімкого зростання тривоги, страху, панічних дій і можуть сприяти поширенню дезінформації. Вкрай

важливо, щоб інформація про шляхи забезпечення мирного населення, захист здоров'я, життя, загрози для спільноти та окремої людини передавалася об'єктивно з опорою на авторитетні джерела.

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, тривожні новини, пов'язані із загрозовими подіями, швидко поширюються через Інтернет та соціальні мережі, включаючи сумнівні неперевірені повідомлення, які можуть стати джерелом додаткового стресу. У цих умовах особливого значення набуває доступність для людей надійної інформаційно-психологічної підтримки. Висвітлено психодинамічний, когнітивно-поведінковий та ціннісно-смысловий компоненти психологічного впливу інформації з різних джерел на громадян з урахуванням сучасних реалій. Окреслено інтегративну модель інформаційно-психологічного підтримки громадян під час загрозових подій. Функція підтримки може здійснюватися шляхом конструктивного інформаційно-психологічного впливу; з'ясовано умови, за яких такий вплив може бути частково або переважно руйнівним. Існують різні варіанти «використання» інформаційного контенту залежно від цілей впливу та цільової аудиторії. Крім свідомих завдань, поставлених ініціаторами впливу, у контент проникають різні несвідомі чинники, пов'язані із замовниками, розробниками і трансляторами контенту, тому результат впливу не завжди передбачуваний.

Подальше опрацювання психологічної теорії впливу інформації передбачає вивчення суб'єктивних орієнтирів та критеріїв сприймання інформаційного контенту, дослідження його характеристик, складових та специфіки психологічного впливу

на різні аудиторії, а також культуральних чинників його формування. Частина прикладних питань стосуються усвідомлення ризиків під час загрозових подій та ефективного використання соціальних мереж та спеціальних веб-сайтів для інформаційно-психологічної підтримки людей.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Академічний тлумачний словник української мови у 11-ти томах (1970– 1980) [Електронний ресурс] Режим доступу до словника : <http://www.sum.in.ua/>
2. Завгородня О.В. Розробка принципів інтегративно-екзистенційного підходу [Електронний ресурс] / Теоретичні дослідження у психології: монографічна серія / Сост. В.О. Медінцев. Том. V. 2018. С. 112–124. Режим доступу до ресурсу: <http://theor-research.georgyball.com>.
3. Історія інформаційно-психологічного протидіяння : підруч. / [Я.М. Жарков, Л.Ф. Компанцева, В.В. Остроухов, В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Є.Д. Скулиш] ; за заг. ред. Є.Д. Скулиша. К. : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. 212 с.
4. Москаленко В.В. Психологія соціального впливу. Навч. пос. К. : Центр учбової літератури, 2007. 448 с.
5. Сидоренко Е.В. Тренінг впливання и протівостояння влиянию. СПб. : Речь, 2001. 256 с.
6. Bawden D. and Robinson, L. 2009. The dark side of information: Over-load, anxiety and other paradoxes and pathologies. *Journal of Information Science*, 35 (2009), pp. 180–191. <https://doi.org/10.1177/0165551508095781>
7. Garrison, W.C. (1999). *Information Operations and Counter-Propaganda: Making a Weapon of Public Affairs*, Strategy Research Project, U.S. Army War College, p. 12, 1999, April 4, 2012, 12.
8. Allcott, Hunt, and Matthew Gentzkow. 2017. "Social Media and Fake News in the 2016 Election." *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2): 211–36. DOI: 10.1257/jep.31.2.211