

УДК 32.019.5

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2024.55.51>

ЦИФРОВА ПРОПАГАНДА В АСПЕКТІ СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОТИБОРСТВА

Сергій Руцький

*ДВНЗ «Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського», кафедра політичних наук і права
вул. Старопортофранківська, 26, 65020, м. Одеса, Україна*

У сучасну епоху соціальних медіа державні структури активно використовують цифрову пропаганду та маніпуляції для формування певних наративів і сприяння розбрату з метою просування своїх геополітичних інтересів. Спроби маніпулювати громадською думкою за допомогою соціальних медіа та новітніх інформаційних комунікаційних технологій продовжують поширюватися у всьому світі. Уряди, корпорації, екстремістські групи та багато інших організацій у всьому світі зараз зазвичай використовують як автоматичних ботів, так і анонімних облікових записів «шкарпеткових маріонеток», щоб посилити та придушити певні потоки інформації під час виборів, криз безпеки та інших ключових подій. Вони використовують ті самі інструменти для поширення дезінформації та участі в організованих кампаніях політичного тролінгу. Однак технології та тактики, які використовуються в цих «операціях впливу» в Інтернеті, змінюються. Ця форма пропаганди є прорахованим і скоординованим процесом, спрямованим на поширення та поширення оманливого контенту на різних платформах соціальних медіа.

Аналіз дав можливість визначити цифрову пропаганду як спроби маніпулювати громадською думкою за допомогою соціальних медіа та нових інформаційних комунікаційних технологій продовжують поширюватися в усьому світі. Спеціальною формою цифрової пропаганди є «обчислювальна пропаганда» – тип цифрової пропаганди, який існує не просто в цифровій сфері, але який використовує алгоритми, автоматизацію та керування людьми для цілеспрямованого керування та поширювання оманливої інформації в соціальних мережах. Автоматизація, масштабованість і анонімність є ознаками такої пропаганди. Поєднання технологій та нових методів, отриманих у результаті використання цих технологій в поєднанні з людьми-операторами та їх креативністю – значно збільшує обсяг та швидкість, з якою пропагандистський контент створюється та поширюється серед цільової аудиторії.

Ключові слова: цифрова пропаганда, пропаганда, інформаційне поле, інформаційна війна.

Спроби маніпуляції в Інтернеті розвиваються від відносно нескладних «неорганічних» кампаній, які проштовхують боти соціальних мереж, до більш складних «напіворганічних» зусиль, що поєднують як скоординованих користувачів-людей, так і програмне забезпечення штучного інтелекту. Додаткові, пов'язані з цим тенденції, включають збільшення примусового політичного використання впливових соціальних медіа та зашифрованих програм для обміну приватними повідомленнями.

А. Дудатьєв, Л. Куперштейн, О. Войтович говорять, що саме «початок 21 сторіччя показує, що протиріччя, кількість яких збільшується, вирішується в більшості випадків нетрадиційними методами збройних протистоянь, а з використанням сучасних інформаційних технологій. Тобто переможець у протистоянні визначається за результатом проведення спеціальних операцій, що проводяться у інформаційному просторі, які, у свою чергу, розділяються на інформаційно-кібернетичні операції, що спрямовуються на технічну складову соціотехнічної системи та інформаційно-психологічні операції, що спрямовуються

на соціальну складову СТС. Крім того, існує опосередкована залежність між проведеними ППО і рівнем безпеки технічної складової СТС». Вчені говорять про те, що «результатом проведення ефективної спеціальної інформаційної операції можуть бути «запрограмовані» дії для супротивника, що можуть призвести до нестійкого стану всієї системи. В першу чергу, це актуально для систем управління, так званих «критичних систем», зокрема енергетичних, транспортних, військових систем тощо. Спеціальні інформаційні операції є механізмом проведення інформаційного протиборства, головною метою якої є перепрограмування свідомості людини. Саме тому розробка аналітичної моделі розповсюдження інформаційних впливів у соціальній частині СТС є актуальною задачею» [3, с. 73].

О. Свідерська розглядає пропаганду, «як інструмент впливу на громадянську свідомість, варто наголосити на двох особливостях: з одного боку вона має достатньо довгу історію, і ми сьогодні бачимо численні повідомлення про те, що російська пропаганда не ефективна або російська пропаганда є достатньо примітивною і власне ці наративи розслабляють і призупиняють українську боротьбу в інформаційному просторі, позаяк не варто недооцінювати російські методи управління масами» [5, с. 61].

У більшості випадків цифрова пропаганда використовується як засіб боротьби з цифровим викривленням дискурсу, громадянського життя та політичної інформації. Замість фанатів ми бачимо фан-ботів, які залучаються до використання, створюючи хвилю думок, створюючи та підживлюючи односторонні наративи, які приховують джерело інформації, одночасно впливаючи (маніпулюючи) на тих, хто отримує цю інформацію.

Цифрова пропаганда – це ілюзія найвищого рівня. Для її існування не потрібні наміри чи конкретні інформаційні цілі, однак пропагандисти використовують техніку, щоб маніпулювати алгоритмами та «затопити зону» інформацією, щоб посіяти плутанину, створити недовіру та викоринити консенсус. Такі пропагандисти отримують вигоду від усіх форм неправдивої інформації, яка миттєво проникає у великі мережі людей в інформаційному просторі.

Алгоритмічні фільтри є одним із очевидних способів, як це відбувається. Більшість алгоритмів соціальних медіа було розроблено з метою комерційних стимулів, таких як залучення користувачів, підключення користувачів і зручності, не посиляючись на етичні міркування, такі як цінність інформації, заснована на правдивості. Алгоритмічно керовані обчислювальні мережі, зокрема у формі платформ соціальних медіа, мають безпрецедентну здатність посилювати, спотворювати, деконтекстуалізувати та сприяти вірі, незалежно від ефективності інформації, шляхом постійного повторюваного впливу. Крім того, ці алгоритми в просторі соціальних медіа, як правило, посилюють когнітивне упередження, пов'язане з вибіркоким впливом та створюють безперервне генерування хибного консенсусу, особливо коли алгоритм починає ізолювати людину всередині її власної специфічної інформаційної ехокамери.

Постійні зусилля росії створити плутанину та хаос у соціальних мережах для досягнення своїх цілей свідчать про систематичні маніпуляції, які вони застосовують. Наприклад, під час кримської кризи 2014 року росія використовувала широку мережу ботів і тролів для заповнення соціальних медіа проросійськими настроями, поширюючи дезінформацію про ситуацію в Україні та формуючи наратив, що виправдовує анексію Криму. Ця стратегія ілюструє принципи соціальної кібербезпеки, які зосереджені на розумінні та прогнозуванні змін у поведінці людей, опосередкованих кіберпростором, а також на соціальних, культурних і політичних наслідках таких змін.

В умовах зниження міжнародного престижу росія використовує ситуативний підхід, що ґрунтується на старанності, скрупульозно використовуючи вразливі місця на свою

користь. Такий підхід демонструє російське агентство інтернет-досліджень (IRA), відоме своєю роллю в операціях онлайн-впливу. IRA ретельно розробляє повідомлення, адаптовані до конкретної аудиторії, і використовує аналітику даних для максимізації впливу своїх кампаній, тактика, яка узгоджується з методологіями, що використовуються в соціальній кібербезпеці для аналізу цифрових відбитків пропагандистських кампаній, керованих державою.

Кампанії інформаційних операцій росії проти України є значною зміною в їх стратегії ведення війни, а дезінформаційні кампанії стають невід'ємною частиною їхніх військових операцій. Розвиток російської «доктрини герасимова», яка наголошує на ролі психологічної війни, кібероперацій та кампаній з дезінформації, знаменує цей новий зсув у їхній військовій стратегії. Ця доктрина наголошує на важливості невійськових тактик, таких як кампанії з дезінформації, для досягнення стратегічних військових цілей. росія постійно збільшує використання кібервійни у своїх військових цілях, використовуючи платформи соціальних мереж для поширення своїх цілей за допомогою дезінформаційних кампаній для контролю громадської думки. За допомогою стратегій, керованих ботами, росія прагне поляризувати громади та нації, дестабілізуючи політичну стабільність і водночас підриваючи демократичні цінності під виглядом дезінформаційних операцій.

Для виявлення активності ботів було використано BotHunter, інструмент, який спеціально розроблений для виявлення та аналізу мережі ботів, які відіграли ключову роль у поширенні цієї підтримки. Цей контрнарратив, що випливає з даних і формується діалогами, керованими ботами, є важливим аспектом загальної реакції на конфлікт. Інтегруючи наступне: фреймворк BEND для аналізу стратегій інформаційної війни, моделювання доменної мови TweetBER та моральний компас, наданий теорією моральних засад, з ідеями соціальної кібербезпеки – це все забезпечує можливість розуміння стратегічних нарративів та контрнарративів після конфлікту. Тому, детальний аналіз того, як ці наслідки впливають на геополітичну стабільність та окреслення методів за допомогою яких наративи – є важливими в сучасній політичній ситуації.

Отже, російська тактика дезінформації значно еволюціонувала за останні кілька років, особливо після вторгнення в Грузію в 2008 році. Тактика посилилася під час анексії Криму в 2014 році і енергійно продовжувалася протягом поточних конфліктів в Україні та Сирії. Ця тактика є не лише продовженням методів часів холодної війни, але й використовує широкі можливості сучасних технологій та засобів масової інформації. Цифровий ландшафт став благодатним ґрунтом для розгортання росією цілого ряду пропагандистських інструментів, включаючи стратегічне використання ботів, які створюють шум і поширюють дезінформацію в безпрецедентних масштабах. Спосіб дії російської дезінформації влучно назвали «вогняним шлангом брехні», що характеризується великим обсягом і багатоканальним розповсюдженням. Цей підхід використовує величезну кількість повідомлень і використовує ботів і платних тролів для збільшення їхнього охоплення, не лише для того, щоб підірвати інформаційний простір, але й для створення значного виклику геополітичній стабільності. Наповнюючи платформи соціальних медіа шквалом нарративів, росія гарантує, що деякі з її меседжів залишаться в тоні, навіть якщо вони суперечливі або не мають прихильності до об'єктивної реальності. Цей невпинний потік контенту покликаний не просто переконати, а заплутати та пересилити аудиторію, ускладнюючи відрізнєння фактів від вигадки, демонструючи, як наративи можуть бути використані як зброя для створення розколу.

Більше того, ця тактика експлуатує психологічні основи переконань і сприйняття. Частота, з якою повідомлення зустрічається, підвищує його сприйняту достовірність,

незалежно від фактичної точності. Російські боти сприяють цьому ефекту, постійно публікуючи, повторно публікуючи та посилюючи контент, тим самим створюючи ілюзію консенсусу чи підтримки точок зору. Ця стратегія ефективно контролює громадську думку, сприяючи поширенню кампаній з дезінформації, ілюструючи здатність того, як нарративи можуть підривати демократичні цінності та геополітичну стабільність. Російські зусилля з дезінформації продемонстрували відсутність прихильності до послідовності, часто транслюючи суперечливі повідомлення, які можуть здатися неінтуїтивними для ефективної комунікації. Однак ця непослідовність може бути тактикою, оскільки вона може призвести до невизначеності та двозначності, що зрештою підірве довіру до надійних джерел інформації. Постійно змінюючи нарративи, російські пропагандисти виводять опонентів з рівноваги та створюють туман війни, який маскує правду. Ця стратегія наголошує на подвійній ролі нарративів у геополітичних конфліктах, які слугують щитом єдності для власного політичного порядку денного та водночас є зброєю розколу проти супротивників. Використання ботів у цій військовій кампанії є особливо винахідливим, оскільки вони можуть працювати цілодобово, імітувати людську поведінку та взаємодіяти з реальними користувачами. Ці боти запрограмовані на наступне: пропагування російських нарративів, атаки на протилежні точки зору та роздмухування видимості підтримки знизу. Вони є ключовим компонентом стратегії росії зі структурування громадської думки та впливу на політичні результати.

Просування російської тактики дезінформації являє собою складне поєднання традиційних стратегій впливу та використання сучасних технологічних інструментів. Росія розробила потужний підхід для просування пропагандистських нарративів, використовуючи ботів, платформи соціальних мереж і вразливі місця людської психології. Міжнародне співтовариство, прагнучи протистояти цій тактиці, має розуміти загрозу, яку вона становить, і розробляти комплексні стратегії захисту від потоку дезінформації, який підриває демократичні процеси та геополітичну стабільність.

Інформаційна війна в соціальних медіа – це стратегічне використання соціально-кіберманеврів для впливу, маніпулювання та контролю нарративів і спільнот в Інтернеті. Він використовується для маніпулювання громадською думкою, поширення дезінформації та створення дискурсів, що викликають розбіжності. Ця форма ведення війни використовує складні стратегії для використання взаємопов'язаної природи соціальних мереж і схильності користувачів споживати та ділитися контентом, який відповідає їхнім існуючим переконанням. Стратегія «управління трендом» у соціальних медіа передбачає використання алгоритмів для посилення конкретних повідомлень або нарративів. Це досягається шляхом використання існуючих онлайн-мереж, використання облікових записів ботів для створення тренду або повідомлень, а потім швидкого поширення цього нарративу. Така позиція експлуатує природну схильність до гомофільії – схильність індивідів асоціюватися і зближуватися з іншими на схожі теми. Платформи соціальних мереж дозволяють це зробити, створюючи ехо-камери, де користувачі-однорідці діляться та підсилюють погляди один одного.

Отже, коли нарратив, який є дезінформацією, узгоджується з вже існуючими переконаннями користувача, він, швидше за все, приймається та поширюється в цих мережах. Росія ілюструє ефективне використання соціальних медіа в інформаційній війні там, де вони використовували їх для пропаганди в соціальних мережах, створюючи дискурс і плутанину, а також маніпулюючи як прихильниками, так і супротивниками за допомогою цілеспрямованих повідомлень. Мета полягає в тому, щоб експлуатувати існуючі соціальні та політичні розбіжності, посилювати та поширювати неправдиві нарративи

з метою маніпулювання громадською думкою та дискредитації усталених інституцій та людей.

Наприклад, якась платформа використовується для інформаційної війни, де різні суб'єкти розгортають ботів для контролю наративів. У цьому контексті тематичне моделювання стає потужним інструментом у розумінні швидкого і часто хаотичного поширення ідей та думок по мережі. Процес моделювання включає в себе кілька етапів. Першим кроком є збір даних, що включає твіти, в яких обговорюються ключові події та заяви, пов'язані з дослідницьким питанням. Потім нам потрібно провести попередню обробку очищення даних шляхом видалення шумів, включаючи стоп-слова, URL-адреси та згадки користувачів, щоб допомогти зосередитися на контенті, який безпосередньо стосується дослідницького питання, в даному випадку російсько-української війни. Потім нам потрібно провести векторизацію – процес перетворення попередньо обробленого тексту в числову форму, яка може бути використана статистичними моделями. Наступним кроком є застосування таких алгоритмів, як латентний розподіл Діріхле (LDA) для виявлення тем. Для кожної теми характерний розподіл слів, що виділяють теми, пов'язані з нашими дослідженнями. Важливо, щоб теми були не тільки статистично обґрунтованими, але й контекстуально релевантними подіям.

А. Біденко вказує на виклики, які на сучасному етапі нас чекають: «... картинки несуть сильніші повідомлення, ніж тексти. Тож стає критично аналізувати різні форми даних, і ефективно це можуть робити винятково складні програмні комплекси» [1]. Автор вказує, що «логічність, пояснюваність – бажана ознака системи виявлення пропаганди, адже важливо, щоб подальші дії влади мали під собою чіткі цифри та роз'яснення і не наражалися на критику. І це теж дають алгоритми, а не людські оцінки. Сьогодні навіть спеціально навчена людина не завжди може відрізнити синтетично створений текст. Тож для детекції дезінформації потрібні кількісні методи збору великих даних, які оперують не тільки контентними критеріями» [1]. А. Біденко доводить, що «автоматизація дозволить вирішити проблему захисту даних та цензури, адже виключить вплив людей, політиків на фінальні звіти. З цією метою, звичайно, необхідно, щоб сам програмний продукт створювався за участі консорціуму незалежних організацій» [1].

І. Руценко робить висновок, з яким можна погодитися, що «реінституціоналізація пропаганди й контрпропаганди відбувається в контексті гібридних війн, до сценарію яких на сьогодні втягнуто більшість провідних країн світу. Конкуренти західної цивілізації кинули виклик світовому порядку й міжнародному праву. Інформаційна війна є боротьбою за думки людини, вона ведеться тихо, без пострілів, але систематично з використанням усього наявного технічного спектру. Цифровізація соціуму робить пересічну людину більш залежною від інформаційних інтервенцій, за якими стоять пропагандистські центри. Держави більше не можуть контролювати свої кордони, аби розмежувати інформаційні й віртуальні простори на внутрішні й зовнішні. Глобалізація на тлі цифрової революції породжує ризик оголеної свідомості, яким користуються в злочинних цілях конструктори пропаганди 2.0. Захист свідомості бачиться через щеплення інфоімунітету, поширення медіа грамотності, збільшення резистентності пересічних громадян» [4, с. 10]. Вчений акцентує увагу на тому, що подальші «дослідження явища пропаганди і контрпропаганди у сучасному світі мають зосереджуватися на кількох об'єктах – стані масової свідомості в умовах інформаційної війни нового покоління та ефективності пропагандистських впливів різного технологічного змісту, роль нових медіа та інтернет-комунікацій як трансляторів пропагандистських меседжів, методологія поширення інфо-імунітету на молодь та інші соціальні групи» [4, с. 10].

Україна посилсила свою інформаційну та медійну стійкість, запровадивши заходи протидії російським нарративам, включаючи поширення правдивої інформації та регулювання діяльності відомих афілійованих з росією ЗМІ. Щоб зрозуміти складність кампаній інформаційної війни та контрнарративи до цих кампаній, це дослідження вивчає вплив цих стратегій, керованих ботами, на платформи соціальних медіа. Важливим є використання поєднання аналізу настроїв, моделювання тем, динаміки мережі та аналізу інформаційної війни, інтегрованого з принципами соціальної кібербезпеки, щоб зрозуміти важливі теми та вплив, який спільноти ботів мають на різні такі платформи.

Тому, перспективними напрямками подальшого дослідження є вивчення ролі спільнот ботів у поширенні та поширенні цих нарративів, які просувають національні держави. Досліджуючи лише екосистеми, керовані ботами, та їхню ефективність у просуванні політичного порядку денного росії за допомогою маніпуляції нарративами, можна оцінити глобальний вплив цих спільнот ботів на досягнення їхніх загальних стратегічних цілей. Слід більше уваги приділяти аналізу контрнарративів про переважну підтримку України, які також були продемонстровані в роботі цими ботами у відповідних спільнотах.

Список використаної літератури

1. Біденко А. Цифрова пропаганда як нова мода в інформаційних війнах. *Лабораторія цифрової дипломатії*, 2023, <https://intrel.lnu.edu.ua/ddlab/2021/09/27/tsyfrova-propahanda-iak-nova-moda-v-informatsiynikh-viynakh/>
2. Воронкова В. Філософія цифрової людини і цифрового суспільства: теорія і практика. Львів-Торунь: Liha-Pres, 2022, 460 с.
3. Дудатьєв, А., Куперштейн, Л., Войтович, О. Інформаційне протиборство: моделі реалізації та оцінювання інформаційних операцій. *Електронне фахове наукове видання «Кібербезпека: освіта, наука, техніка»*, 2023, 4 (20), 72–80. <https://doi.org/10.28925/2663-4023.2023.20.7280>
4. Рущенко І. Пропаганда та контрпропаганда в цифровому суспільстві: інституціоналізація 2.0? *Український соціологічний журнал*, 2021, 25, с. 7–16.
5. Свідерська О. Цифрова пропаганда та ризики інформаційної безпеки у контексті російсько-української війни. *Політикус*, 2022, 2, с. 6–65.
6. *Цифрова реальність у глобальній системі людина-суспільство: збірник наукових праць / за загальною редакцією Л. Г. Дротянко*. Київ : НАУ, 2021, 109 с.

DIGITAL PROPAGANDA IN THE ASPECT OF MODERN INFORMATION CONFRONTATION

Sergiy Rutsky

*State Higher Educational Institution "South Ukrainian National Pedagogical University
named after K. D. Ushynsky", Department of Political Science and Law
Staroportofrankivska Str., 26, 65020, Odesa, Ukraine*

In today's era of social media, state entities are actively using digital propaganda and manipulation to shape certain narratives and promote discord in order to advance their geopolitical interests. Attempts to manipulate public opinion through social media and the latest information communication technologies continue to spread around the world. Governments, corporations, extremist groups, and many other organizations around the world now routinely use both automated bots and anonymous "sock puppets" accounts to amplify and suppress certain information flows during elections, security crises, and other key events. They use the same tools to spread disinformation and engage in organized political trolling campaigns.

However, the technologies and tactics used in these online "influence operations" are changing. This form of propaganda is a calculated and coordinated process aimed at spreading and spreading misleading content across various social media platforms.

The analysis made it possible to define digital propaganda as attempts to manipulate public opinion through social media and new information communication technologies continue to spread around the world. A special form of digital propaganda is "computational propaganda" – a type of digital propaganda that exists not just in the digital realm, but that uses algorithms, automation, and people to purposefully manage and disseminate misleading information in the digital realm. social networks. Automation, scalability, and anonymity are hallmarks of such propaganda. The combination of technologies and new methods resulting from the use of these technologies, combined with human operators and their creativity, significantly increases the volume and speed with which propaganda content is created and disseminated to the target audience.

Key words: digital propaganda, propaganda, information field, information warfare.