

PISTEMOLOGICAL STUDIES IN PHILOSOPHY,
SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

ISSN 2618-1274 (Print), ISSN [2618-1282](#) (Online)

Journal home page: <https://visnukpfs.dp.ua/index.php/PFS/index>

ПОЛІТИЧНІ НАУКИ

Юлія Михайлівна Твердохліб

Аспірантка кафедри міжнародних відносин
і дипломатичної служби
Львівський національний університет
імені Івана Франка
Вул. Університетська, 1, Львів, 79000, Україна
E-mail: 1717yuliatm1717@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5748-1843>
УДК 327: 325

Julia M. Tverdokhlib

Postgraduate student of the
Department of International Relations
and Diplomacy
Ivan Franko National University of Lviv
1, Universytetska St., Lviv, 79000, Ukraine

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ
ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ

Received 30 September 2019; revised 30 October 2019; accepted 27 November 2019

DOI: 10.15421/341932

Анотація

Стаття присвячена проблемі дефініювання ключових термінів та понять теорії інформаційно-психологічних операцій. Автором запропоновано власні дефініції ключових термінів та понять, що дозволить уникнути плутанини та двозначності в розумінні понятійно-категоріального апарату та сприятиме становленню теорії інформаційно-психологічних операцій, як самостійної сучасної науки.

Ключові слова: інформаційна зброя, інформаційна війна, інформаційно-психологічна війна, інформаційно-психологічний вплив, інформаційно-психологічна операція, інформаційно-психологічна акція, цільова аудиторія, аналіз цільової аудиторії, напрям інформаційно-психологічної операції, наратив інформаційно-психологічної операції.

Theoretical approaches to research of psychological operations

Abstract

This article is dedicated to the problem of defining of the key terms and concepts of the theory of psychological operations. The author offers her own definitions of the key terms and concepts of the psychological operations theory in order to avoid confusion and misunderstandings and in order to avert ambiguity in understanding the conceptual categorical apparatus of this branch of political science. Given her own definition of the key terms will contribute to the development of the theory of psychological operations as an independent modern science. The author gave her own definitions of the following terms: «a psychological operation», «a psychological action», «a psychological war (warfare)», «an information war (warfare)», «a psychological influence», «a narrative of the psychological operation», «a target audience», «a target audience analysis», «a direction of the psychological operation». Also the author has explained and proved the difference in the meaning between the following terms: «a psychological operation» and «a psychological action», «a narrative of psychological operation» and «a direction of the psychological operation», «an information warfare» and «a psychological warfare». The significant part of the article was dedicated to the process of studying of motivation theories and explaining their role and their influence on the process of conducting of psychological operations. In addition to the above-mentioned information, the author singled out the main criteria of assessment of the effectiveness of conducting of psychological operations. Also the author singled out the main aims and purposes (political, economic and military) which are being pursued by the subject of the psychological operation in the process of its conducting.

Keywords: information weapon, information war, psychological war, psychological influence, psychological operation, psychological action, target audience, analysis of target audience, direction of psychological operation, narrative of psychological operation.

Теоретические подходы к изучению информационно-психологических операций

Аннотация

Статья посвящена проблеме дефинирования ключевых терминов и понятий теории информационно-психологических операций. Автором предложено собственные дефиниции ключевых терминов и понятий, что позволит избежать путаницы и двусмысленности в понимании понятийно-категориального аппарата и способствовать становлению теории информационно-психологических операций, как самостоятельной современной науки.

Ключевые слова: *информационное оружие, информационная война, информационно-психологическая война, информационно-психологическое воздействие, информационно-психологическая операция, информационно-психологическая акция, целевая аудитория, анализ целевой аудитории, направление информационно-психологической операции, нарратив информационно-психологической операции.*

Актуальність дослідження.

Аналіз вітчизняних та закордонних джерел присвячених інформаційно-психологічним операціям показав, що досить довгий час теорія інформаційно-психологічних операцій, як галузь військової та політичної науки була закритою та малодоступною для громадськості. Після анексії Криму та збройної агресії Російської Федерації проблемі інформаційно-психологічних операцій вітчизняні науковці присвятили чималу низку праць, проте станом на сьогодні жодна з них не висвітлює теоретичні питання інформаційно-психологічних операцій у повному обсязі, більше того у вітчизняній науці спостерігається проблема дефініювання основних понять.

Тому **метою** даної статті є подати єдиний чіткий понятійно-категоріальний апарат, який в подальшому допоможе уникнути двозначності розуміння основних термінів та сприятиме розвитку теорії інформаційно-психологічних операцій як самостійної науки.

Аналіз сучасного вітчизняного доробку з питань інформаційно-психологічних операцій показав, що вітчизняні науковці у своїх працях оперують понятійно-категоріальним апаратом, що містить такі поняття: «інформаційна зброя», «інформаційна війна», «інформаційно-психологічна війна», «інформаційно-психологічний вплив», «інформаційно-психологічна операція». Проте у процесі вивчення основних вітчизняних праць з теми інформаційно-психологічних операцій вдалося встановити, що значна частина термінів у вітчизняній науці досі не має єдиної та чіткої дефініції попри існування великої кількості праць, а більшість науковців інколи одним і тим самим явищам надають різні назви.

Зокрема, у працях вітчизняних дослідників часто спостерігається ототожнення понять «інформаційна війна» та «інформаційно-психологічна війна». Так, Костюк Б., Войтович Н.О., Кравець Р.К., Сасин Г.В., Коваль Д.О. [Коваль 2014], Короткий Т.Р., Кобута С. [Кобута 2014] увесь комплекс дезінформаційних заходів, які проводяться Російською Федерацією проти населення України помилково називають «інформаційною війною», не враховуючи того факту, що об'єктом інформаційної війни є інформація, в той час, як об'єктом російської війни в Україні є свідомість людей, їх психічний стан. Тому варто зрозуміти, що в Україні Російська Федерація проводить війну не інформаційну, а інформаційно-психологічну. Щоб не бути голосливими, як доказ приведено дефініцію поняттю «інформаційна війна», яку надає А. Манойло. Згідно з його інтерпретацією, «інформаційна війна являє собою цілеспрямовані дії, які використовуються задля досягнення інформаційної переваги шляхом нанесення збитків інформації, інформаційним процесам та системам супротивника при одноважному захисті власної інформації, інформаційних процесів та систем» [Вепринцев & Манойло 2005: 301]. А «інформаційно-психологічна війна», згідно з поданою О. Смирновим дефініцією, є «масштабним застосуванням спеціально відібраних засобів та методів інформаційно-психологічного впливу на населення держави-супротивника з метою досягнення політичних та/або чисто військових цілей» [Смирнов 2013]. Як бачимо, «комплекс усіх дезінформаційних заходів, що проводиться Російською Федерацією проти України» аж ніяк не є «інформаційною війною», а являє собою «війну інформаційно-психологічну».

Аналізуючи дослідження зарубіжних вчених, присвячених питанню інформаційно-психологічних впливів, досить часто можна зустріти і поняття «психологічної війни» (від американського – psychological warfare). Використання даного терміну прослідовується також у працях деяких російських та вітчизняних теоретиків, зокрема, Почепцова Г. [Почепцов 2015: 168] та Манойло А. [Вепринцев & Манойло 2005: 301]. Проте, на нашу думку, вживання терміну «інформаційно-психологічна» війна є більш доцільним, оскільки краще передає смислове навантаження досліджуваного явища.

Поняття «інформаційно-психологічного впливу», на нашу думку, слід трактувати, як «вид психологічного впливу на людину, який здійснюється шляхом передачі до об'єкту впливу необхідної істинної чи неправдивої інформації з метою отримання бажаної реакції та поведінки людини».

Особливої уваги потребує визначення терміну «інформаційно-психологічних операцій (ІПсО)». Зокрема, В. Баранов, вважає, що «інформаційно-психологічна операція є попередньо спланованим застосуванням засобів, форм і методів поширення інформації з метою впливу на суспільну свідомість широких верств населення (з використанням фальсифікованих, анонімних та негласно субсидованих публікацій, інформаційних та політичних дій із залученням відомих політичних лідерів, колишніх співробітників спецслужб і т.п.)» [Баранов 2006]. На думку В. Криська, під «інформаційно-психологічною операцією» слід розуміти «спеціально організований та професійно здійснюваний вплив на свідомість, почуття і волю противника для досягнення політичних цілей» [Крисько 1999: 181]. І. Панарай подає широке та вузьке тлумачення даного терміну. У широкому розумінні, інформаційно-психологічна операція є «цілеспрямованим планомірним використанням політичними опонентами пропаганди та інших засобів (дипломатичних, військових, економічних, політичних і т. д.) для прямого або непрямого впливу на думки, настрої, почуття і загалом на поведінку супротивника з метою змусити його діяти у

визначених ними напрямах». У вузькому значенні «інформаційно-психологічна операція є комплексом заходів пропагандистського та військового характеру, а також психологічних акцій з підтримки військових операцій і бойових дій своїх військ і здійснення психологічного тиску на особовий склад противника та його населення» [Панарай 2012].

Вважаємо за доцільне надати власне трактування даного терміну. На нашу думку, «інформаційно-психологічна операція являє собою комплекс заздалегідь спланованих, узгоджених та реалізованих дій та заходів з інформаційно-психологічного впливу на широкі верстви власного населення, або ж населення держави-супротивника з метою отримання бажаної реакції чи поведінки».

Російські науковці В. Вепрінцев, А. Манойло, А. Петренко та Д. Фролов визначають «інформаційно-психологічну операцію як комплекс узгоджених та взаємопов'язаних заходів маніпулювання інформацією, що здійснюють за загальним планом з метою досягнення та утримання переваги через вплив на інформаційні процеси в системах противника» [Вепрінцев & Манойло 2005: 301]. Вітчизняний теоретик Г. Почепцов вказує, що «інформаційно-психологічні операції є комунікативними технологіями, які спрямовані на внесення змін у поведінку індивіда за допомогою модифікації його моделі світу, що здійснюються шляхом внесення змін у інформаційні потоки» [Почепцов 2015: 168]. На його думку, сам термін «інформаційно-психологічні операції» вказує на те, що для досягнення цілей під привної діяльності широко застачаються методи психологічної науки і що вони направляються, в першу чергу, на зміну психологічних станів противника. Інформаційно-психологічні операції – інструмент політичного впливу на опонентів, прихильників, нейтральне середовище і громадську думку в цілому. Кінцевою метою таких операцій є влада, яку отримують над іншими учасниками конкурентної боротьби: забезпечення добровільного підпорядкування супротивників, консолідація та узгоджена діяльність прихильників, забезпечення та підтримання серед союзників високого рівня мо-

тивації до безумовної підтримки проведеного курсу.

Для кращого розуміння поняття «інформаційно-психологічної операції» необхідно також окреслити її мету. Так, ціллю інформаційно-психологічної операції професор Л. Шелепін вважає вплив на суспільну свідомість таким чином, щоб управляти людьми, змушувати їх діяти проти власних інтересів [Вепринцев & Манойло 2005]. А. Смирнов виділяє основні та проміжні цілі інформаційно-психологічних операцій. До основних він відносить: підрив легітимності політичної влади та міжнародного авторитету атакованої сторони; підрив морально-психологічного стану населення держави; підрив обороноздатності держави; сприяння самознищенню об'єкта інформаційно-психологічної операції або спричинення ним самому собі шкоди; зміна соціально-культурної ідентичності країни, її національних цінностей та устроїв. Проміжним цілями, на його думку, є впливи на емоції, мотиви, цілепокладання та інші індивідуальні та колективні психологічні структури (процеси) та зміна їх у вигідному для себе напрямку [Смирнов 2013].

У свою чергу, Морозов А.М. вважає, що головною метою здійснення інформаційно-психологічних операцій є створення таких умов, в яких супротивник починає сам себе знищувати, сам віддає свої матеріальні та інтелектуальні ресурси [Морозов 1996]. Потєряхін А.Л. вказує, що основною ціллю проведення інформаційно-психологічної операції є спочатку зміна психологічних регуляторів активності людини (zmіна установок, намірів, оцінок), які в подальшому призведуть до радикальної зміни її поведінки, яка шкодитиме їй самій та забезпечить успіх противнику [Потєряхін 2014].

Зеленін В.В. до цілей проведення інформаційно-психологічних операцій відносить: попередження можливого військового конфлікту; ослаблення морального духу особового складу збройних сил і цивільного населення супротивника; внесення в суспільну й індивідуальну свідомість ворожих, шкідливих ідей та поглядів; дезорієнтацію та дезінфор-

мацію мас, внесення безладу в інформаційну мережу супротивника; ослаблення патріотичних переконань та національних традицій; провокацію і спонукання до відмови від участі в бойових діях; створення передумов для досягнення намічених військово-політичних цілей з мінімальними людськими втратами та матеріальними витратами; забезпечення сфер впливу для своєї політики [Зеленін 2018: 35]. Зарубіжні науковці (в тому числі, і російські) до цілей інформаційно-психологічної війни відносять: нав'язування прийнятного для сторони, що впливає, рішення; прищеплення супротивнику своїх духовно-моральних та етнокультурних цінностей; встановлення контролю над діями супротивника і спрямування його активності у вигідне для сторони, яка впливає, русло; цілеспрямований вплив на супротивника через свою та його інформаційні інфраструктури; гуманітарне поневолення; нав'язування супротивнику своєї політичної волі [Зеленін 2018: 37].

Доповненням до запропонованого В. Зеленіним списку слугитимуть виокремлені А.Г. Кааяні цілі інформаційно-психологічних операцій, основними з яких, на його думку, є: переконання громадської думки своєї держави та населення держави-жертви в правильності та необхідності військового втручання; вплив на військово-політичне керівництво противника і його союзників з метою змусити їх відмовитися або утриматися від вступу у війну; підтримка всередині країни противника опозиції, сил опору, расових, етнічних, релігійних та інших протиріч; підрив довіри до керівництва країни-противника; вплив на населення дружніх країн; сприяння розвитку доброзичливості населення нейтральних країн; керівництво та сприяння дисидентським елементам, взаємодія з силами, які ведуть боротьбу в підпіллі; проведення аналітичної роботи з розкриття вразливих місць противника, підготовка і доведення до командирів тактичної ланки, а також груп і осіб, які виконують завдання в районі бойових дій, відповідної інформації; надання сприяння в захопленні населених пунктів противника шляхом пред'явлення ультиматуму і передачі закликів до капітуляції; надання до-

помоги командуванню в здійсненні контролю за вороже налаштованим населенням в зоні бойових дій; протидія психологічним операціям супротивника і підривним елементам; прогнозування ступеня психологічного впливу на учасників бойових дій [Кааяни 1997].

Доцільно надати також і дефініцію терміну «інформаційно-психологічна акція». Так, Левченко О. зазначає, що «інформаційно-психологічна акція є сукупністю взаємопов'язаних інформаційно-психологічних заходів, які спрямовані на один об'єкт впливу за певним інформаційний напрямом і проводяться протягом певного періоду часу» [Левченко 2013: 23]. Обидва поняття інформаційно-психологічної операції та інформаційно-психологічної акції доволі схожі, проте між ними є суттєва різниця. Дані поняття не є тотожними, поняття інформаційно-психологічної операції є значно ширшим, ніж поняття інформаційно-психологічної акції. Ключова відмінність інформаційно-психологічної операції від інформаційно-психологічної акції полягає в тому, що інформаційно-психологічна акція являє собою короткосучасний і вузько направлений вплив (спрямована лише не один об'єкт впливу, наприклад, на студентів, чи лікарів, чи пенсіонерів, тощо), в той час, як інформаційно-психологічні операції відрізняються довготривалістю впливу, що поширюється на ширші аудиторії або сукупність кількох аудиторій (національна меншина, релігійна спільнота, населення області, регіону, держави загалом, тощо).

Слід зазначити, що часовий проміжок застосування інформаційно-психологічної акції може співпадати з часовим проміжком проведення операції інформаційно-психологічного впливу, а може бути і коротшим (в залежності від швидкості досягнення поставленої мети).

Також вважаємо за доцільне надати визначення поняттю «цільової аудиторії». Під «цільовою аудиторією інформаційно-психологічної операції» слід розуміти «сукупність реальних та потенційних реципієнтів (об'єктів) інформаційно-психологічного впливу, об'єднаних певними критеріями (ознаками сегментування). Під «аналізом цільової аудиторії»

слід розуміти «процес вивчення особливостей цільової аудиторії та відбору (формування) методів впливу на неї». Під «ефективністю проведення інформаційно-психологічної операції» слід розуміти «зміну поточної поведінки цільової аудиторії на бажану для агента ІПсО в результаті здійсненого ним на неї інформаційно-психологічного впливу».

Оцінка ефективності проведення інформаційно-психологічних операцій здійснюється на підставі регулярних звітів та статистичних даних. При цьому слід зазначити, що *критеріями оцінки ефективності проведення ІПсО* є наступні: доступність (зрозумілість) матеріалів інформаційно-психологічного впливу противника для цільової аудиторії; сприйнятливість цільовою аудиторією матеріалів та наративів інформаційно-психологічного впливу противника; рівень сугестивності та опору цільової аудиторії інформаційно-психологічним впливам противника; ступінь контролю противником інформаційного простору цільової аудиторії, наявність у нього авторитетних каналів доставки продуктів інформаційно-психологічного впливу; можливість противника працювати на випередження; можливість противником здійснити ізоляцію цільової аудиторії від інформаційно-психологічних контролерій; можливість противником повалити конституційну владу, стимулювати сепаратистські рухи, переконати цільову аудиторію у необхідності проведення бойових дій; можливість противником впливати (погіршувати) відносини держави-об'єкту ІПсО з іншими суб'єктами міжнародних відносин.

Проте основним критерієм оцінки ефективності проведення інформаційно-психологічної операції є зміна поточної поведінки цільової аудиторії на бажану для суб'єкта впливу. Оцінка проведених Російською Федерацією інформаційно-психологічних операцій в даному дослідженні здійснювалася саме на основі даного критерію.

Поняття «напряму інформаційно-психологічної операції», на нашу думку, являє собою «сукупність переслідуваних суб'єктом інформаційно-психологічного впливу цілей та задач щодо конкретно виділеної цільової аудиторії».

Під «наративом інформаційно-психологічної операції» слід розуміти «реально існуючі або штучно створені ідеологію та ціннісні орієнтації цільової аудиторії». Варто зауважити, що наратив може виступати як засобом інформаційно-психологічної операції, так і засобом протидії операціям інформаційно-психологічного впливу.

Оскільки вивчення інформаційно-психологічного впливу часто попадає у фокус уваги таких соціальних наук, як психологія, соціальна антропологія та соціологія, тому теорії комунікації, теорії управління та усі інші теорії, які пояснюють поведінку людини, справедливо застосовуються і до пояснення інформаційно-психологічного впливу на людину. Наприклад, соціально-когнітивна теорія часто прослідковується в наукових працях, присвячених інформаційно-психологічному впливу. Вона слугує базисом для всіх інших теорій, пояснюючих особливості інформаційно-психологічних впливів. Соціально-когнітивна теорія пояснює людське мислення та поведінку як процес потрійної взаємозумовленості. Згідно з даною теорією, мислення та дії індивідуума визначаються трьома різними факторами, які взаємодіють і впливають один на одного з перемінною інтенсивністю одночасно та в різний час: 1) поведінка; 2) індивідуальні характеристики (когнітивні та біологічні); 3) зовнішні впливи [Брайант 2004: 85]. Дані теорія пояснює саморегуляцію особи (мотивацію особи, її оцінку власних дій), її саморефлексію (вміння контролювати правильність свого мислення), її замісну здатність (здатність до опосередкованого навчання на досвіді інших людей), її здатність до символізації [Брайант 2004: 8].

У свою чергу теорія дифузії інновацій показує на скільки прийнятним для тієї чи іншої цільової аудиторії є нові ідеї, нові способи поведінки, які нав'язуються шляхом здійснення інформаційно-психологічних операцій. Виділені засновником даної теорії – Е. Роджерсом п'ять класів людей та ступенів прийняття ними нових ідей є необхідними знаннями для проведення якісного аналізу цільової аудиторії, на яку планується в подальшому здійс-

нювати інформаційно-психологічний вплив [Диба 2016: 21]. В основі розподілу людей на категорії, згідно з теорією дифузії інновацій, є кількість часу, яка необхідна людині для того, щоб сприйняти нову інформацію та відреагувати на неї [Брайант 2004: 134]. Дослідження Е. Роджерса свідчать, що лише 2,5% людей відразу погоджуються на нові ідеї і здатні до ризику [Диба 2016: 21], а отже, можна припустити, що до 2,5% цільової аудиторії відразу піддається інформаційно-психологічному впливу супротивника, не обмірковуючи про наслідки.

Наступна теорія, яка використовується в процесі здійснення аналізу цільової аудиторії є епігенетична концепція Е. Еріксона. Дані концепція дозволяє визначити вплив стадій життєвого циклу людини на формування її самоідентичності та подальшої поведінки. В залежності від того, на якій стадії знаходиться людина, можна визначити її потреби, цілі та, відповідно, методи впливу на неї.

Оскільки метою здійснення інформаційно-психологічного впливу є зміна поточної поведінки об'єкта на бажану, то чимало зарубіжних науковців вбачають зв'язок теорії інформаційно-психологічних операцій з теорією біхевіоризму. Зокрема, на надбання психологичної школи біхевіоризму спираються у своїх працях західні вчені (Е. Беренейс, Д. Рашкоф, Г. Олпорт, Е. Раймонд, Б. Рассел, Л. Роуланд, Г. ван ден Берг, Т. Вайн) [Gaby 2013].

Беручи до уваги той факт, що в процесі прийняття рішення та в керуванні своєю поведінкою люди відбирають та використовують інформацію, абсолютно логічним є зв'язок теорії інформаційно-психологічних операцій з теорією обробки інформації [Лекмен].

Враховуючи той факт, що переважно інформаційно-психологічні операції застосовуються з метою зміни поведінки об'єкта у вигідному для суб'єкта напрямку впливу (інакше кажучи – з метою маніпулювання об'єктом), тому цілком логічним є зв'язок теорії інформаційно-психологічного впливу з концепцією керованої конfrontації В. Лефевра. Дані концепція чітко передає основне правило проведення інформаційно-психологічної операції – не вимагати бажану поведінку від об'єкта

впливу, а надати йому можливість самому обрати ту модель поведінки, яка є бажаною для сугестора [Денисов 2014].

Цілком логічним є взаємозв'язок об'єкту та предмету дослідження з теорією рефлексивного управління, яка дозволяє вплинути на процес прийняття рішень об'єктом впливу. Рефлексивне управління визначається як спосіб передачі противнику чи партнеру спеціально підготовленої інформації, щоб «добровільно» схилити його до прийняття бажаного для сугестора рішення [Томас 2002]. Так само і при застосуванні інформаційно-психологічного впливу, суб'єкт впливу підбирає або спеціально штучно створює інформацію, яка вплине на думки об'єкта та змінить його поточну поведінку на бажану для нього.

Також логічним є зв'язок предмету та об'єкту дослідження з деякими мотиваційними теоріями. Зокрема, американська школа інформаційно-психологічних операцій вивчає механізми впливу на поведінку людини через призму піраміди потреб А. Маслоу [Маслоу 2006: 352]. Так, американські дослідники вважають, що знання незадоволених потреб людини дозволяє визначити мотиви поведінки людини та механізми впливу на неї. Згідно з теорією А. Маслоу, усі потреби людини можна поділити на первинні (фізіологічні та потреба безпеки) та вторинні (соціальні, поваги та самовираження). Основне завдання спеціаліста інформаційно-психологічних операцій при визначені мотивів поведінки об'єкту впливу – визначити яка категорія потреб цільової аудиторії є незадоволеною. Так, якщо у цільової аудиторії по піраміді Маслоу незадоволеними є первинні потреби, то потреба у реалізації вторинних відпадає. Таким чином легко вичислити точки вразливості та вплинути на них. Окрім піраміди потреб А. Маслоу при вивчені потреб цільової аудиторії та вибору найбільш ефективного механізму впливу на неї також застосовується теорія потреб Альдерфера (ERG –теорія), яка виділяє три основні потреби людини – в існуванні, в приналежності, в самореалізації. Теорія потреб Д. МакКелланда також заслуговує уваги при вироблені механізму впливу на цільову аудиторію. На відміну від

вищезазначеніх теорій дана теорія підходить лише для окремих цільових аудиторій – для лідерів держав, політичних партій, авторитетів, оскільки вона визначає три базові потреби лідерів – потреба у владі, потреба в приналежності та потреба в успіху [Галяутдинов 2018].

Ще однією теорією, на яку слід звернути увагу при вивчені інформаційно-психологічних операцій та інформаційно-психологічних впливів є теорія підкріplення Б. Скіннера. Дані теорія відображає важливий аспект мотивації – її залежність від попереднього досвіду людей. Згідно з теорією Б. Скіннера, поведінка людини обумовлюється наслідками її дій в подібних ситуаціях в минулому. Людина погодиться на вигідну для ініціатора інформаційно-психологічного впливу поведінку за умови, що отримає вигоду, яку отримувала раніше. Особливо сильний вплив на зміну поведінки людини за теорією Б. Скіннера здійснюють гроші, увага, схвалення [Волосский 2007: 26].

Подібною до попередньої мотиваційної теорії є теорія мотивації В. Врума, яка показує, що індивід змінюватиме власну поведінку лише в тому випадку, якщо ця зміна принесе йому бажаний результат і винагороду [Зарубина 2016].

Теорія очікування ґрунтуються на тому, що особа сподівається, що вибраний нею варіант поведінки дійсно приведе до задоволення потреби чи отримання бажаного результату. Теорія справедливості Дж. Адамса пояснюється крізь призму порівняння особою своїх результатів з результатами інших осіб, що знаходяться в таких же умовах. У свою чергу, мотиваційна теорія справедливості Дж. Ролза передбачає, що люди бажають жити у справедливому суспільстві і володіти рівними правами незалежно від того, ким вони являються. Мотиваційна модель Портера-Лоулера показує, що мотивація та результат дій людини залежить не лише від докладених зусиль, його здібностей та характерних особливостей, а також від усвідомлення людиною своєї ролі та впевненості, що даний рівень зусиль дійсно забезпечить визначений рівень винагороди [Староконь 2015: 120].

Вартою уваги є також мотиваційна теорія «Х-Y-Z» Тейлора-МакГрегора-Оучі. Теорія Ф. Тейора «Х» передбачає, що людина по своїй природі є ледаюю і всіляко намагається уникнути відповідальності. У своїй теорії, Ф. Тейлор акцентує увагу на тому, що людина боїться змін, є прив'язаною до минулого та потребує контролю у своїй діяльності. У свою чергу, теорія «Y» МакГрегора описує зміни в поведінці людини залежно від зміни відносин в її оточенні. Згідно з теорією «Z», запропонованою В. Оучі, поведінка людини змінюється від рівня проявленої до неї турботи [Слободянюк 2018]. При аналізі цільової аудиторії та виборі інструментів впливу на неї слід звертати увагу і на напрацювання британської школи інформаційно-психологічних операцій, а саме – на схему впливу Вейн-Габі. Дано мотиваційна теорія показує зміну поведінки індивіда через зміну наступних параметрів: відношення індивіда до певної соціальної групи; нормативно-правові фактори – заборона чи дозволеність обраної моделі поведінки законом; вплив влади на поведінку об'єкта; наявність спільногого ворога; наявністю ініціативних сегментів населення (впливаюча меншість, авторитети). Особливістю даної мотиваційної теорії є виділення як мотиваційного чинника наявності у цільової аудиторії спільногого ворога [Gaby 2013].

Американська школа інформаційно-психологічних операцій характеризується широким застосуванням теорії передбачення реакції, відповідно до якої: люди спілкуються більше з людьми, схожими на них та, які більше фізично; люди більш відкриті для впливу людей, схожих на них; люди більш відкриті впливу, коли вони менш упевнені або радикальні в своїх поглядах; соціальні ідентичності є важливими драйверами для породження смислів, що дозволяють прогнозувати зміни в стосунках. Оскільки при проведенні інформаційно-психологічних операцій проти населення України Російська Федерація використовувала мовні, історичні, культурні та релігійні протиріччя, цілком логічним виглядає зв'язок теорії інформаційно-психологічних операцій з теорією «зіткнення цивілізацій» С. Хантінгтона [Huntington 1993].

Висновки.

Як бачимо, опис вищезгаданих теорій та надані у статті власні дефініції основних понять сприяють кращому розумінню сутності явища інформаційно-психологічної операції та показують механізми визначення вразливих місць та потреб цільової аудиторії, її рівень мотивації, сприйняття та резистентності до операцій інформаційно-психологічних впливів.

Бібліографічні посилання

- Баранов, В. (2006). Инструмент политического принуждения. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://vpk-news.ru/articles/1536>
- Брайант, Д. (2014) Основы воздействия СМИ. Санкт-Петербург, 419 с.
- Волосский, А. (2007). Мотивация и стимуляция труда. Москва, 495 с.
- Вепринцев, В. (2005). Операции информационно-психологической войны. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://psyfactor.org/psyops/psyops4.htm>
- Галяутдинов, Р. (2014). Содержательные теории мотивации: краткий обзор. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://galyautdinov.ru/post/soderzhatelnye-teorii-motivacii>
- Денисов, А. (2014). Краткий очерк основ теории управляемой конфронтации. Москва. «Информационные войны». 33 с.
- Диба, М. (2016). Концентрація та централізація капіталу в інноваційній діяльності. Київ. «Економіка та держава». 21с.
- Зарубина, Е. (2016). Основные теории мотивации [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://tinyurl.com/yuyupydxb>
- Зеленін, В. (2018). По той бік правди: НЛП як зброя інформаційно-пропагандистської війни. Київ. 384 с.
- Кааяни, А. (1997). Психологические операции как элемент информационно-психологического

- противоборства. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/psywar30.htm>
- Кобута, С. (2014). Інформаційна війна Росії як чинник дестабілізації ситуації в сучасній Україні. «Матеріали круглого столу Прикарпатського національного університету імені В. Стефаника». *Івано-Франківськ*.
- Коваль, Д.О. (2014). Інформаційна війна Російської Федерації проти України: оцінка міжнародного співтовариства. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/7464/Koval_Korotkyi_Information%20Wrfare%20and%20the%20Reaction%20of%20World%20Community.pdf?sequence=1
- Крысько, В. (1999). Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). *Минск*. 181 с.
- Левченко, О. (2013) Форми ведення інформаційної боротьби: практичний підхід до понятійного апарату. *Київ*. «Наука і оборона». 25с.
- Лекмен, Р. Теорія обробки інформації [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://enc.com.ua/psixologichna-enciklopediya/teor-tyorm/108761-teoriyaobrobkiinformaciiformation-processingtheory.html>
- Маслоу, А. (2006). Мотивация и личность. *Санкт-Петербург*. 352 с.
- Морозов, А.М. (1996). От физической к психологической войне. Эволюция форм войны в процессе развития цивилизации. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://psyfactor.org/psywarr.htm>
- Панарин, И. (2012). СМИ, пропаганда и информационные войны. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.rulit.me/books/smi-propaganda-i-informacionnye-vojny-read-228028-1.html>
- Потеряхин, А. (2014). Понятие и виды информационно-психологического воздействия. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://tinyurl.com/y3cyh8og>
- Почепцов, Г. (2015). Сучасні інформаційні війни. *Київ*. 497 с.
- Смирнов, А. (2013). Информационно-психологическая война [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: http://www.intelros.ru/pdf/svobodnay_misl/2013_06/8.pdf
- Слободянюк, О.Е. (2018). Теорії мотивації [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2018/paper/viewFile/4124/3366>
- Староконь, Е. (2015). Психологічні аспекти діяльності і спілкування офіцера. *Житомир*. «Полісся». 240 с.
- Томас, Т. (2002). Рефлексивное управление в России: теория и военные приложения. *Москва*. «Рефлексивные процессы и управление». 89 с.
- Gaby, van den Berg. (2013). Three Crucial Questions about Target Audience Analysis [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://studylip.net/doc/8326180/three-crucial-questions-about-target-audience-analysis>
- Huntington, S. (1993). The Clash of Civilizations [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://www.jonathanmpowell.com/uploads/2/9/9/2/2992308/huntington.pdf>

References

- Baranov, V. (2006). Instrument politicheskogo prinuzdenija [The tool of the political coercion]. Retrieved from <http://vpk-news.ru/articles/1536> (In Russian).
- Bryant, D. (2014) Osnovy vozdeistvija SMI [Fundamentals of Media Impact]. *St. Petersburg*. 419 p. (In Russian).
- Voloski, A. (2007). Motivatsiya i stimuliatcia truda [Motivation and stimulation of work]. *Moscow*, 495 p. (In Russian).
- Veprintsev, V. (2005). Operacii informacionnoi vojny [Operations of the Psychological War]. Retrieved from <http://psyfactor.org/psyops/psyops4.htm> (In Russian).
- Galyautdinov, R. (2014). Soderzatel'nie teorii motivacii: kratkij obzor [Content Theories of Motivation: A Brief Review]. Retrieved from <http://galyautdinov.ru/post/soderzhatelnye-teorii-motivacii> (In Russian).

- Denisov, A. (2014). Kratkij ocherk osnov teorii upravliaemoj konfrontacii [A brief outline of the foundations of the theory of controlled confrontation]. *Moscow*, 33 p. (In Russian).
- Dyba, M. (2016). Koncentraciia ta centralizaciia capital x innovacijnij dijal'nosti [Concentration and centralization of capital in innovation]. *Kyiv*. 21 p. (In Russian).
- Zarubina, E. (2016). Osnovnye teorii motivacii [The main theory of motivation]. Retrieved from <https://tinyurl.com/yyupydxb> (In Russian).
- Zelenin, V. (2015). Po toj bik pravdy: NLP jak zbroja informacijno-propagandistskoji vijny [According to that truth: NLP as a sign of information and propaganda warfare]. *Kyiv*. 384 p. (In Ukrainian).
- Karayani, A. (1997). Psihologichiske operacii kak element informacionno-psihologicheskogo protivoborstva [Psychological operations as an element of information-psychological confrontation]. Retrieved from <http://psyfactor.org/lib/psywar30.htm> (In Russian).
- Kobuta, S. (2014). Informacilna vilna Rossii jak chinnyk destabilizacii sytuacii v suchasnij Ukrainsi [Russia's information war as a factor in destabilizing the situation in modern Ukraine]. Materials for the round table discussion of the Carpathian National University, named V. Stefanik. *Ivano-Frankivsk* (In Ukrainian).
- Koval, D. O. (2014). Informacijna vijna Rossijskoi Federacii proty Ukrayni: ocinky miznarodnoji spil'noty [Information war of the Russian Federation against Ukraine: assessment of the international community]. Retrieved from http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/7464/Koval_Korotkyi_Information%20Wrfare%20and%20the%20Reaction%20of%20World%20Community.pdf?sequence=1 (In Ukrainian).
- Krysko, V. (1999). Secrety psihologicheskoj vojny (celi, zadachi, metody, formy, opyt) [Secrets of psychological war (goals, tasks, methods, forms, experience)]. *Minsk*. 181 p. (In Russian).
- Levchenko, O. (2013). Formy informacijnoi borotby: praktichnij pidchid do conceptualnogo aparatu [Forms of Information Fighting: A Practical Approach to the Conceptual Apparatus]. *Kyiv*. 25 p. (In Ukrainian).
- Lekman, R. Teoriya obrobki informacii. [Information Processing Theory]. Retrieved from <http://enc.com.ua/psixologichna-enciklopediya/teor-tyorm/108761-teoriyaobrobkiinformaciinformation-processingtheory.html> (In Ukrainian).
- Maslow, A. (2006). Motivacija i lichnost' [Motivation and personality]. *St. Petersburg*. 352 p. (In Russian).
- Morozov, A.M. (1996). Ot fisicheskoy k psihologicheskoy vojne. Evolucija form vojny v processe razvitiija civilizacii. [From physical to psychological warfare. The evolution of forms of war in the development of civilization]. Retrieved from <http://psyfactor.org/psywarr.htm> (In Russian).
- Panarin, I. (2012). Media, propaganda I informacionnaja wojna [Media, propaganda and information wars]. Retrieved from <http://www.rulit.me/books/smi-propaganda-i-informacionnye-vojny-read-228028-1.html> (In Russian).
- Poteryakhin, A. (2014). [The concept and types of information and psychological impact]. Retrieved from <https://tinyurl.com/y3cyh8og> (In Russian).
- Pocheptsov, G. (2015). Suchasni informacijni vijny [Modern information wars]. *Kyiv*. 497 p. (In Ukrainian).
- Smirnov, A. (2013). Informacionno-psihologicheskaja vojna. [Information and psychological warfare]. Retrieved from http://www.intelros.ru/pdf/svobodnay_misl/2013_06/8.pdf (In Russian).
- Slobodyanyuk, O. (2018). Teorii motivacii. [Theory of motivation]. Retrieved from <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2018/paper/viewFile/4124/3366> (In Russian).
- Starokon', E. (2015). Psychologichni aspecty dijalnosti i spilkuvannya ofitsera. [Psychological aspects of officer's communication]. *Zhytomyr*. «Polisia». 240 p. (In Ukrainian).
- Thomas, T. (2002). Reflexivnoe upravlenie v Rossii: teoriia I voennye prilozenja. [Reflexive management in Russia: theory and military applications]. *Moscow*. «Reflective processes and management». 89 p. (In Russian).
- Gaby van den Berg. (2018). Three Crucial Questions about Target Audience Analysis. Retrieved from <https://studylib.net/doc/8326180/three-crucial-questions-about-target-audience-analysis>
- Huntington, S. (1993). The Clash of Civilizations. Retrieved from <http://www.jonathanmpowell.com/uploads/2/9/9/2/2992308/huntington.pdf>