

МЕТОДИКА ПРОГНОЗУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ

Б.В. Гаврилук, В.В. Гулич, В.В. Зоріло

Національний університет «Одеська політехніка»
1 Шевченка пр., Одеса, 65044, Україна
email: vikazorilo@gmail.com

Вивчення інформаційно-психологічної безпеки ставить низку питань, пов'язаних із забезпеченням безпеки людини та збереженням її здоров'я у зв'язку з різними видами інформаційних загроз: чинення цілеспрямованого інформаційного впливу на населення через засоби масової інформації, Інтернет, яке може привести до негативних соціально-політичних наслідків; неповна реалізація прав громадян у сфері отримання та обміну достовірної інформації; провокування соціальної, міжнаціональної, релігійної напруженості через діяльність окремих ЗМІ; маніпулювання масовою свідомістю з використанням інформаційно-психологічного впливу тощо. Прогнозування результатів інформаційно-психологічного впливу – важлива і актуальна проблема не тільки в масштабах окремого індивіда, а й для національної безпеки держави. Мета даної роботи – підвищення ефективності прогнозування інформаційно-психологічного впливу шляхом модифікації моделі інформаційно-психологічного впливу, заснованої на аналізі факторів впливу. У роботі проведено огляд наявних моделей для прогнозування результатів впливу, з яких було обрано модель для модифікації, щоб покращити результати прогнозування. Результатом роботи є методика, що враховує канали інформаційно-психологічного впливу, емоційну складову мемів та методи протидії, які може використовувати протиборча сторона, що дозволило створити теоретичну основу для проведення подальших практичних досліджень. Отримані результати можна використовувати для прогнозування інформаційно-психологічного впливу на соціум та/або обирати методи протидії цьому впливу для зменшення його наслідків.

Ключові слова: інформаційно-психологічний вплив, прогнозування впливу, емоційна складова мема, інформаційно-психологічна операція.

Вступ. Сучасне суспільство переживає надзвичайно інтенсивний період інформаційних трансформацій, що викликає значні зміни в сприйнятті, осмисленні та реакціях на інформацію з боку громадськості. Вплив масової інформації, інтернет-платформ, соціальних мереж, а також різноманітних каналів комунікації стає ключовим фактором, що формує не лише переконання, але й поведінку суспільства в цілому. Останні десятиліття показали, що інформаційна сфера стала не лише засобом передачі даних, а й потужним інструментом впливу на суспільство. Швидкий розвиток технологій зробив інформацію доступною для широкого кола людей, але одночасно викликав проблему, яка пов'язана з розповсюдженням недостовірної або спотвореної інформації.

Порушення інформаційно-психологічного простору засобами інформаційно-психологічного впливу може спричинити серйозні наслідки, такі як соціальні напруження, втручання у політичні процеси, розпалювання конфліктів та загроза національній безпеці.

Інформаційно-психологічний вплив (ІПВ) – це вплив на свідомість особи та/або населення з метою внесення змін у поведінку або світогляд. Контроль над свідомістю особи чи соціуму дозволяє впливати через них на технічні системи, наслідки чого можуть бути фатальними.

В умовах протиборства сторона, яка перша зможе «перепрограмувати» соціальну частину соціо-технічної системи для своєї вигоди, здобуде перемогу. Тому багато вчених займаються вивченням цього питання (О.З. Анісімович-Шевчук, А.В. Дудатьєв, О.П. Войтович, І.І. Ліпатов, Г.А. Дробаха, К.Ю. Гунбін, І.В. Воробйова, Я.В. Мацегора, І.І. Приходько, О.В. Тімченко, М.І. Товма, В.І. Пасічник, С.Л. Ліпатова та інші), а протиборчі сторони витрачають величезну кількість ресурсів для проведення успішного ІПВ або ж захисту від нього.

Цей напрямок дослідження надзвичайно важливий у зв'язку зі зростанням інформаційних конфліктів, поширенням фейків та дезінформації через медіа та онлайн-платформи. Розробка ефективних та точних методів передбачення можливих наслідків інформаційно-психологічного впливу є важливим завданням для забезпечення стабільності та безпеки суспільства, а також національної безпеки.

Метою роботи є підвищення ефективності прогнозування інформаційно-психологічного впливу шляхом модифікації моделі інформаційно-психологічного впливу, заснованої на аналізі факторів впливу.

Щоб досягти мети, потрібно вирішити наступні задачі.

1. Дослідити фактори впливу, які використовуються при проведенні інформаційно-психологічного впливу.
2. Дослідити сучасні методики та моделі прогнозування результатів інформаційно-психологічного впливу на предмет неврахованих факторів.
3. Обрати модель інформаційно-психологічного впливу для модифікації шляхом внесення неврахованих факторів
4. Провести теоретичні випробування модифікованої моделі.

Основна частина. Інформаційно-психологічний вплив є феноменом, що описує вплив інформації на психологічний стан та поведінку людей у суспільстві. Він визначається сукупністю методів, технологій та стратегій, спрямованих на формування певних думок, переконань, чи вчинків у масовій аудиторії.

Це поняття охоплює широкий спектр впливів, які здійснюються через інформаційні канали, такі як соціальні мережі, медіаплатформи, рекламні кампанії, політичні промови тощо. Основною метою інформаційно-психологічного впливу є формування переконань, маніпулювання уявленнями та зміна поведінкових шаблонів у суспільстві. В якості факторів впливу слід розглядати канали впливу, емоційну складову інформації (мема), та можливі методи протидії з протиборчої сторони.

Важливою характеристикою того чи іншого каналу впливу є ймовірність потрапляння під його дію. Даний показник розраховується індивідуально в залежності від характеристик соціуму та умов середовища перебування та функціонування соціуму. Наприклад, Дослідження Національної академії Національної гвардії України було проведене в 2015 році на соціумі у складі військових [1]. В цьому дослідженні описані канали впливу, характеристика інформації, що впливає, та методи протидії впливу. Нижче наведено частину проведеного дослідження каналів впливу, звідки можна визначити, з якою вірогідністю певний канал може вплинути на військового. У другій колонці таблиці 1 зазначено сумарну ймовірність

Таблиця 1

Вплив джерел інформації на свідомість особи

Канал впливу	Ймовірність впливу у %
Родина	58,46
Друзі	58,46
Телебачення	53,84

продовження таблиці 1

Періодичний друк	32,31
Спілкування між особами	61,54

Також в цьому дослідженні було проведено експеримент для визначення значущості (емоційна складова) інформації (мема), яка буде впливати на особу.

Мем – це спеціальна підготовлена одиниця інформації, інструмент здійснення ІПВ. Емоційна складова мема – характеристика сприйняття (додатне значення від 0 до 1) або несприйняття (від’ємне значення від -1 до 0) мема. Цей показник впливає на ефективність проведення ІПВ.

Результати дослідження [1] вказують, що коефіцієнт емоційної складової для демотивуючої інформації сягає 0.41, в той час як для провокуючої інформації – 0.29, для дискредитуючої – 0.3.

Можемо бачити, що демотивуюча інформація має найбільший рівень емоційної складової, оскільки націлена на потреби та цінності особи, що потрапляє під вплив. Важливо зауважити, що відповідь на демотивацію зазвичай визначається тоном та способом подачі інформації, що може суттєво вплинути на можливості особистості. Цей підхід може призвести до значного зниження внутрішньої мотивації та осмислення, що зі свого боку може спричинити втрату професійного інтересу та розчарування. Негативна інформація, спрямована на провокацію, частіше викликає реакцію у вигляді оборонної позиції, викликає гнів та бажання відповісти відповідним чином. Мета такої провокації полягає в тому, щоб вразити або втягнути найменш стійкі особистості у конфлікт чи ситуацію, що спричинить конфлікт. Інформація, яка спрямована на дискредитацію гідності та честі соціуму чи окремих осіб, може експлуатувати оборонні механізми самосвідомості особистості.

Розглянуті методи протидії в цьому дослідженні можуть надати змогу для вдалого придушення інформаційно-психологічного впливу та розробляти певні рекомендації по боротьбі з впливом. У роботі [2] було проведено аналіз місця засобів масової інформації, як інструмента для ведення інформаційної війни. У роботі [3] розглянуто математичні моделі розповсюдження інформаційної загрози, а також моделі, що описують процес інформаційного протистояння. Робота [4] аналізує процес проходження інформації через умовні шари: поява або ж створення первинної інформації, її представлення в медіа та засобах інформування і формування відповідних коментарів. Розробка класифікації методів маніпулятивного впливу, а також розробка структурних та аналітичних моделей маніпулятивного впливу, що орієнтований на засоби масової інформації наводиться у роботі [5]. В роботі [6] наводиться типова модель ІПВ в соціумі, тобто коли люди взаємодіють з невеликими групами інших людей. Також у роботі [7] описано, як можна представити інформаційно-психологічний вплив за допомогою кортежу, який буде формувати цільову модель, що визначатиметься певними ознаками інформаційно-психологічно впливу: є змінна, яка визначає простір, на який спрямовано вплив, за оцінкою автору простір інформаційно-психологічного впливу може бути безкінечним, саме тому він розбивається на деякі параметри, а саме час впливу, тобто тривалість застосування певних методів впливу на окремий простір, мету впливу – локальна чи часткова мета, яка зазвичай при досягненні цієї мети агресія припиняється. Виходячи з вищевикладеного, автор зробив висновок, що завдяки цієї цільової моделі відбувається процес виявлення ІПВ, а завдяки функціональній – ідентифікація його виду.

Але жодна з цих робіт не використовує системні підходи для побудови загальної моделі інформаційно-психологічного впливу, яка б враховувала

початковий стан об'єктів, які в подальшому будуть зазнавати деструктивних впливів.

У роботі [8] автори описують реалізацію інформаційно-психологічного впливу через декілька каналів інформації, що розглядаються як зовнішній та внутрішній канали. Одна з представлених у [8] моделей описує кількість змін у соціальній частині соціотехнічної системи наступною формулою:

$$N = N_n + N_0(1 - (1 - k_1 p_v)(1 - k_2 p_3)) \quad (1)$$

де N_n – кількість агентів;

N_0 – кількість елементів соціуму, на яких спрямовано вплив;

k_1, k_2 – коефіцієнти емоційної складової інформації відповідно для зовнішнього та внутрішнього каналів;

p_v, p_3 – ймовірність потрапляння під вплив зовнішнього та внутрішнього каналу відповідно.

Дана модель була обрана для подальшої модифікації. Базова модель (1) задовольняє загальні потреби при плануванні програми інформаційно-психологічного впливу, але для повного уявлення варто враховувати фактори, що будуть зменшувати ефективність проведення впливу, тобто методи протидії зі сторони, на яку буде спрямовано вплив. Також дана модель використовує два канали впливу, зовнішній та внутрішній. Тоді виникає питання, як точно розрахувати можливості потрапляння під вплив цих каналів. Наприклад, канал зовнішнього впливу $Kan = \{Zmid, Tv, Int, Rm, Sp, Sz, Ld\}$ в [8] розглядався як єдине ціле, але це не завжди відповідає дійсності. В реальності вплив може здійснюватись з одного, декількох, або ж всіх можливих каналів. Тоді модифікована модель матиме вигляд:

$$N = N_n + N_0(1 - (1 - k_1 p_{v1})(1 - k_1 p_{v2}) \dots (1 - k_1 p_{vn})(1 - k_2 p_3)(1 - k_2 p_{31}) \dots (1 - k_2 p_{3n})), \quad (2)$$

де $p_{v1, v2, \dots, vn}$ – ймовірності потрапляння під вплив внутрішніх каналів впливу;

$p_{31, 32, \dots, 3n}$ – відповідно ймовірності потрапляння під вплив зовнішніх каналів впливу, інші параметри залишаються незмінними.

Але, як зазначалось вище, дана модель не враховує методи протидії зі сторони, яка перебуває під інформаційно-психологічним впливом. Очевидно, що протидія інформаційно-психологічному впливу буде проводитися в таких же каналах, в якому проводиться сам вплив, тоді ймовірність потрапити під протидію буде дорівнювати можливості потрапляння під канал впливу. Протидія впливу – це також інформація, яка буде характеризуватися коефіцієнтом емоційної складової. Тому протидія буде прямо впливати, а саме зменшувати коефіцієнт емоційної складової інформації, яка використовується для впливу. Отже модель матиме вигляд:

$$N = N_n + N_0(1 - (1 - (k_1 - Y_v) p_{v1}) \dots (1 - (k_1 - Y_v) p_{vn})(1 - (k_2 - Y_3) p_{31}) \dots (1 - (k_2 - Y_3) p_{3n})) \quad (3)$$

де N_n – кількість агентів;

N_0 – кількість елементів соціуму, на яких спрямовано вплив;

Y_v, Y_3 – емоційна складова протидії для зовнішнього та внутрішнього каналів впливу відповідно;

k_1, k_2 – коефіцієнти емоційної складової інформації відповідно для зовнішнього та внутрішнього каналів впливу;

$p_{v1, v2, \dots, vn}$ – ймовірність потрапляння під вплив внутрішніх каналів впливу;

$p_{31, 32, \dots, 3n}$ – ймовірність потрапляння під вплив зовнішніх каналів впливу;

Варто зазначити, що параметри Y_v та Y_3 можуть враховувати не один метод протидії, а їх сукупність, тобто:

$$Y_B = \sum_{i=1}^n Y_{B_i} \quad (4)$$

$$Y_3 = \sum_{i=1}^n Y_{3_i} \quad (5)$$

де Y_{B_i} та Y_{3_i} – всі можливі методи протидії, що використовуються.

Для отриманої моделі (3) для прогнозування результатів інформаційно-психологічного впливу та базової моделі (1) було розроблено додаток для підрахунку змін у соціальній частині соціотехнічної системи. Проведено експеримент з однаковими вхідними даними (кількість агентів та осіб, що піддаються впливу, канали впливу та коефіцієнти емоційної складової інформації), але з урахуванням протидії. Отримані результати демонструють, наскільки наявність протидії зменшує частку змін у соціальній частині соціотехнічної системи. На рис. 1 показано порівняльні діаграми для оригінальної (ліворуч) та модифікованої (праворуч) моделей ІПВ.

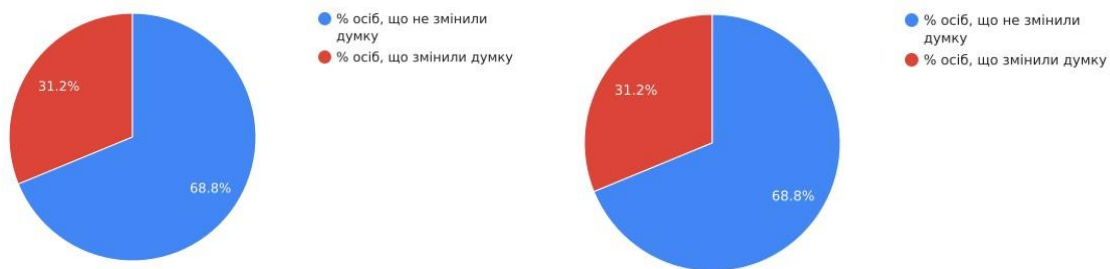


Рис. 1. Прогнозування результатів інформаційно-психологічного впливу

На рис. 2 наведені діаграми оригінальної моделі та модифікованої з розширеними (тобто обрано більше одного в кожному каналі) джерелами впливу (для внутрішнього каналу – колектив та наочні форми, для зовнішнього – релігійні організації, періодичний друк, телебачення). Для кожної моделі однакові вхідні дані: кількість агентів – 480, число осіб, на які спрямовано вплив – 21500, коефіцієнти емоційної складової інформації – 0,29 та 0,3 для внутрішніх та зовнішніх каналів відповідно.

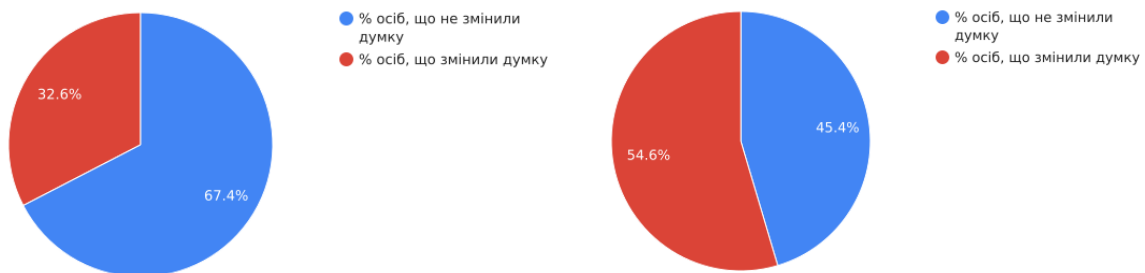


Рис. 2. Прогнозування результатів інформаційно-психологічного впливу

Таким чином, оскільки методи протидії обов'язково мають бути враховані, ми можемо бачити по отриманим результатам моделювання, що модифікована модель дійсно це відображає.

Оцінка емоційної складової мема – складний процес через суб'єктивність сприйняття інформації як окремою особою, так і соціумом. З врахуванням стрімкості розвитку технологій та, як наслідок, засобів і методів ІПВ, важливо мати можливість гнучко оцінювати цей показник мема. Як було зазначено, соціальні мережі – один із популярних Інтернет-сервісів для створення віртуальних спільнот, якими користується 90% користувачів українського Інтернету [9]. Їх використовують для комунікації, а також як засоби інформаційної боротьби (політичної, військової, релігійної і т.д.).

В Україні широкого поширення набув месенджер Telegram, який, як і соцмережі, також дозволяє створювати канали для масового поширення інформації.

Після початку повномасштабного вторгнення російської федерації 24 лютого 2022 року в Україні Telegram для багатьох людей став основним джерелом отримання інформації, а також дезінформації. За результатами дослідження, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології у грудні 2022 року на замовлення Українського інституту медіа та комунікації (рис. 3), 63,3% українців почали читати телеграм-канали для отримання новин саме після 24 лютого 2022 року, тоді як до повномасштабного вторгнення таких було лише 35,9% [10].



Рис. 3. Графік результатів опитування серед респондентів

Поширення інформації в Telegram відбувається в основному через телеграм-канали. Телеграм-канали – це інструмент, який дозволяє користувачам створювати та управляти каналами, на які можуть підписуватися інші користувачі. Хоч в каналах лише адміністратор може публікувати повідомлення, але функції СМ передбачають зворотній зв'язок у вигляді реакцій, коментарів тощо.

Для дослідження будуть обрані телеграм-канали, в яких відсоток підписників, які читають пости за останні 30 днів (ERR_m), становить більше 10% від загальної кількості підписників. Це рішення прийнято, спираючись на дослідження вчених з американського Політехнічного інституту Ренсселера.

Дослідження виявило, щоб отримати механізм управління думкою певної соціальної групи, необхідно завербувати лише 10% від цієї групи. Тому при здійсненні ПІВ мемами через телеграм-канали необхідно впливати мінімум на 10% від усієї аудиторії телеграм каналу.

Для конкретики розглянемо телеграм-канал «Лачен пише», який має наступні характеристики (табл.2)

Таблиця 2

Характеристики каналу

Кількість підписників	Політична позиція каналу	Мова контенту	Тематика каналу	ERR_m
1 320 355	проукраїнський	українська	Політика	46,2%

Коефіцієнт емоційного складової мему позначимо s . Його також можна визначити як ймовірний відсоток того, що інформаційно-психологічний вплив викличе необхідну емоцію соціальної частини соціо-технічної системи (СТС), на яку здійснюється вплив. Тобто, якщо первина емоційна складова мему – це негативна емоція, то і викликати він повинен негативні емоції. Якщо при здійсненні ПІВ викликається протилежна емоція від первинної, то можна вважати, що вплив буде не успішним, а коефіцієнт s – від'ємним.

В телеграм є можливість не просто ставити лайки/дизлайки, а реагувати за допомогою певного емодзі, який є підходящим для вираження ширшого спектра емоцій після взаємодії з мемом. Основним параметром оцінки буде енергія мема, яка може бути позитивною (E+) та негативною (E-).

Кожний емодзі, поставлений під мемом, буде розглядатися як одиниця енергії.

За одиницю позитивної енергії буде вважатися емодзі, який виражає емоцію, що співпадає з первинної емоційною складовою мема, через яку здійснюється інформаційно-психологічний вплив. Інакше емодзі будемо вважати одиницею негативною енергії.

За час впливу мему (час життя мему) буде обраний оптимальний період, коли основна більшість аудиторії його перегляне, а саме $t = 24$ год. Час дії впливу може бути збільшений, якщо на мем буде повторно звернено увагу додатковою інформацією або репостом в інший телеграм канал з вказаним першоджерелом.

Після того, як час життя мему сплине, підрахуємо енергію мему. Для демонстрації розглянемо мем з найбільшою кількістю негативною енергії (рис. 4).

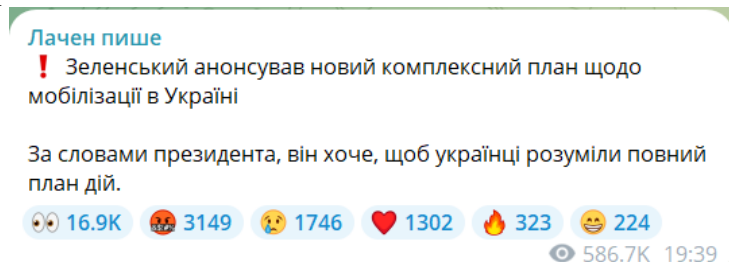


Рис. 4. Мем з найбільшою кількістю негативною енергії

Перед початком визначення емодзі з негативною/позитивною енергією треба провести аналіз мема:

- форма подання мему (Fpd): візуальна, однорідна у вигляді тільки тексту;
- інформаційний контент (Inf): однорідний, в мемі є тільки текст;
- складність структури: головна емоційно-забарвлена інформація, виділена великим червоним знаком оклику, доповнюється коментарем, який виконує функцію «згладжування вуглів»;
- мета ІПВ мему: зменшення негативною емоцій та привернення уваги до події.

Спираючись на попередній аналіз, класифікація емоцій для цього мему буде наступна:

- Емодзі з очима – характеризує, те що люди будуть спостерігати надалі за розвитком подій. Оскільки одна з цілей ІПВ – привернення уваги, то дану реакцію будемо відносити до позитивних.
- Емодзі з червоним смайлом – характеризує гнів, лайку в даному випадку, оскільки цей емодзі не відповідає меті ІПВ, негативною енергія;
- Емодзі з плачучим смайлом – означає жалість або смуток, не відповідає меті ІПВ, негативною енергія;
- Емодзі серця – означає згоду або вподобання, позитивна енергія;
- Емодзі вогню – характеризує підтримку, крутість, задовольняє меті інформаційно-психологічного впливу, позитивна енергія;
- Емоція усміхненого смайлу – зазвичай виражає радість або сміх, може символізувати сарказм, в даному випадку віднесемо до позитивної енергії.

Розібравшись з класифікацією емодзі відповідно до первинного змісту мему і мети ІПВ, можна визначити кількість певної енергії отриманою мемом. На основі отриманих даних можна спрогнозувати можливе значення коефіцієнта s . Розрахуємо його як відношення негативною енергії мему до загальною кількості

реакцій. Таким чином можна визначити рівень стійкості системи для певного мему з його первинним змістом і дослідити, як система реагує на певний мем [11]: система вважається стійкою, коли $0 \leq s \leq 0,4$, умовно стійкою, якщо $0,4 < s \leq 0,6$, нестійкою, якщо $0,6 < s \leq 1$.

В випадку, який був розглянутий, коефіцієнт $s = 0,2$. Це свідчить, що інформаційна система, яку представляє телеграм-канал «Лачен пише», стійка для даного мема.

Даний спосіб визначення коефіцієнта емоційної складової мема можна використовувати як один з параметрів в моделі (3).

Висновки. В роботі було досліджено і описано технології і способи, що використовуються для проведення інформаційно-психологічного впливу на суспільство. Модифіковано модель інформаційно-психологічного впливу. Отримана модель враховує методи протидії інформаційно-психологічному впливу та дозволяє прогнозувати інформаційно-психологічний вплив на соціум та обирати методи протидії цьому впливу для зменшення його наслідків.

Запропоновано метод визначення коефіцієнта емоційної складової конкретного мема, що дозволяє встановити ступінь стійкості соціо-технічної системи на прикладі конкретних телеграм-каналів.

Запропонована модифікація моделі та методика прогнозування інформаційно-психологічного впливу формують теоретичну основу для подальшого дослідження інформаційно-психологічних операцій в реальних умовах, що є предметом подальших досліджень.

Список літератури

1. Ліпатов І.І., Дробаха Г.А., Гунбін К.Ю. Протидія негативному інформаційно-психологічному впливу на особовий склад Національної гвардії України в умовах масових заворушень: монографія. Х.: Нац. акад. НГ України, 2015. 229с. URL: https://books.ndcnangu.co.ua/knigi/Monografija_protidija_vujs%27k_aspekt_nezakon2015.pdf https://www.researchgate.net/publication/312922994_The_E_LK_Stack_in_Production
2. Хорошко В. О. Інформаційна війна. ЗМІ як інструмент інформаційного впливу на суспільство. *Інформаційна безпека*. 2016. № 22 (3). С.283 – 288.
3. Tan C., Friggeri A., Adamic L. Lost in Propagation? Unfolding News Cycles from the Source. *Proceedings of the Tenth International Conference on Web and Social Media*, 2016. Vol. 10. No 1. P. 378-387. URL: <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM16/paper/view/13011>
4. Михайлов А. П., Маревцева Н. А. Модели информационной борьбы. *Математическое моделирование*. 2011. Т. 23. №10. С.19–32. URL: http://www.mathnet.ru/php/archive.phtml?wshow=paper&jrnid=mm&paperid=3162&option_lang=rus 05.12.2023
5. Gnatyuk S., Zhmurko T. Information-Psychological Security of Society in the Context of Information Warfare. *Inżynier XXI wieku projectujemy przyszłość, monografia*. Bielsko-Biała: Wydawnictwo Naukowe Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej, 2016. S. 321 – 341.
6. Гріга В.С., Гізун А.І. Аналіз сучасних інформаційно-психологічних впливів в аспекті інформаційного протиборства. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/84825492.pdf>
7. Гріга В.С. Цільова та функціональна моделі інформаційно-психологічного впливу. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/21650/4/X_VSNTK_2017v1_Hriha_VTsilova_ta_funktsionalna_modeli_49_COVER.jpg
8. Дудатьєв А. В., Войтович О.П. Інформаційна безпека соціотехнічних систем: модель інформаційного впливу. *Інформаційні технології та комп'ютерна інженерія*. 2017. Т.38. №1. С. 16-21.

9. Улічев О.С. Модель та методи поширення інформаційних впливів у соціальних мережах в умовах інформаційного протиборства. URL: https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/49742/1/dis_Ulichev.pdf
10. Як функціонують та завойовують аудиторію неінституціоналізовані новинні телеграм-канали українського сегменту. URL: <https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/02/Telegram-Channels-2023.pdf>
11. Дудатьев А.В., Лужецкий В.А., Коротаев Д.А. Метод оценки информационной устойчивости социотехнических систем в условиях информационной войны. URL: <https://media.neliti.com/media/publications/306626--a75eb896.pdf>

METHODOLOGY FOR PREDICTING THE RESULTS OF INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL INFLUENCE

B.V. Havryliuk, V.V. Hulych, V.V. Zorilo

National Odesa Polytechnic University
1 Shevchenko Ave., Odesa, 65044, Ukraine
email: vikazorilo@gmail.com

The study of information and psychological security raises a number of issues related to ensuring human security and preserving human health in connection with various types of information threats: targeted information influence on the population through the media, the Internet, which can lead to negative socio-political consequences; incomplete realisation of citizens' rights to receive and exchange reliable information; provoking social, ethnic, religious tensions through the activities of certain media; manipulation of Predicting the results of information and psychological influence is an important and urgent problem not only on the scale of an individual, but also for the national security of the state. The purpose of this paper is to increase the efficiency of forecasting information and psychological influence by modifying the model of information and psychological influence based on the analysis of influence factors. The paper reviews existing models for predicting the results of influence, from which a model was selected for modification to improve the forecasting results. The result of the work is a methodology that takes into account the channels of information and psychological influence, the emotional component of memes and the methods of counteraction that can be used by the opposing side, which allowed to create a theoretical basis for further practical research. The results obtained can be used to predict the information and psychological impact on society and/or to choose methods of counteracting this impact to reduce its consequences.

Keywords: information and psychological influence, forecasting of influence, emotional component of meme, information and psychological operation.