

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донбаська державна машинобудівна академія
Кафедра філософії та СПН

Індивідуальні завдання поточного контролю
навчальної дисципліни
«Інформаційні війни»

рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
спеціальність	052 політологія
назва освітньої програми	Політологія
статус	обов'язкова

Краматорськ
ДДМА
2020

Індивідуальні завдання поточного контролю навчальної дисципліни «Інформаційні війни» для підготовки фахівців за першим (бакалавр) рівнем вищої освіти, спеціальність 052 Політологія, освітня програма «Політологія».

Розробники:

_____ О.В.Шимко, канд. іст. наук, ст. викл.

Введення

У ході вивчення спецкурсу «Інформаційні війни» передбачається самостійне вивчення студентами однієї із запропонованих викладачем тем. Кожна з тем супроводжується короткою схемою викладу матеріалу та рекомендованої літературою, які повинні допомогти студенту успішно впоратися з самостійним завданням.

Самостійна робота може бути представлена студентом і проконтрольована викладачем у різних формах:

- виступ з доповіддю на семінарському занятті;
- захист реферату під час консультації;
- виступ з доповіддю на студентській конференції;
- написання наукової статті для студентського збірника та ін.

Питання для самостійного опрацювання студентами

1. Характерні ознаки інформаційного суспільства
2. Чотири комунікаційні революції XX століття
3. Особливості сучасних ЗМІ
4. Інтенсифікація інформаційних процесів
5. Система діагностики внутрішньої та зовнішньої соціальної інформації
6. Визначення поняття «інформаційна війна»
7. Цілі, коло учасників та етапи інформаційних війн
8. Види та форми інформаційних війн
9. Характерні ознаки сучасних інформаційних війн
10. Питання перемоги та поразки в інформаційній війні
11. Наслідки інформаційної війни
12. Визначення поняття «інформаційна зброя».
13. Класифікація інформаційної зброї
14. Інформаційно-технічна зброя
15. Інформаційно-психологічна зброя
16. Основні вимоги до «творців» інформації
17. Виникнення та загальна характеристика інфологем
18. Функції інфологем
19. Основні маніпулятивні технології в інформаційних війнах
20. Додаткові маніпулятивні технології в інформаційних війнах

Тематика робіт

Тема 1. Інформаційна війна: методологічні підстави

Статус інформації в сучасній інформаційній цивілізації. Стратегія бажання. Стратегія довіри. Стратегія переконання. Стратегія резонансу. Базисний інструментарій комунікативних технологій: реклама, паблік рілейшнз, пропаганда довіри, інформаційна війна. Процеси аналізу інформації як предмет класичної політичної науки. Процеси поширення інформації як предмет прикладного аналізу інформаційних воєн. Інформація як базовий параметр інформаційної цивілізації. Моделі управління громадською думкою. Міждисциплінарний характер проблематики інформаційних воєн. Зростання обсягу інформації, неконтрольованої урядами. Творча і руйнівна сила інформації. Публічна інформація і прийняття політичних рішень. Актуальність стратегічного обману противника. Сучасні дефініції феномену «інформаційна війна». Залежно цивілізації від її інформаційної складової. Інформаційна боротьба і інформаційна безпека. Інформаційний суверенітет держави. Інформаційна війна як комунікативна технологія. Масове переконання (mass persuasion). Технологічний і прикладний характер комунікативних досліджень феномену «Інформаційна війна». Місце і роль когнітивної психології та когнітивної психотерапії в цьому процесі. Відволікаюча інформація. Технологія «порядку денного» (agenda setting) як ресурс мас-медіа. Дестабілізуюча інформація. Типи «панічних повідомлень». Мета інформаційних воєн. Роль нових моделей поведінки.

Тема 2. Інформаційна кампанія

Інформаційні кампанії 20 століття. Ера нової пропаганди. Інформаційна війна та методи планування кампанії від Паблік Рілейшнз. Політична реклама по Д. Уоттсону. Модель ПР інформаційної кампанії з П. Гріну. Модель Ф. Джефкінса. Інформаційна війна та акцент на цільову групу (аудиторію). Пошук точок «вразливості» масової свідомості, точок резонансу і типів каналу. Методи створення резонансу в інформаційній кампанії. Вербалізації. Ключові комунікатори і мас-медіа у психологічних операціях. Аналіз цільової аудиторії. Негативний зріз інформаційної кампанії. Класифікації цільової аудиторії інформаційної кампанії (американська модель). Причини стабільності моделей поведінки людини за Дж. Брауну. Ресурс психоаналізу в інформаційній кампанії. Технології «Перенесення», «Проекції», «Ідентифікації», «Міфологізації». Детермінанти комунікативного впливу: мовець, зміст, контекст»

Тема 3. Модель інформаційної війни

Холодна війна СРСР - США як приклад інформаційної війни. Зростання можливостей інформаційного впливу на масову свідомість. «Чужа» інформація. Емоційна комунікація і раціональна комунікація. Аналіз подій в Індонезії в травні 1998 р. Аналоги на пострадянському просторі. Рівні інформаційного впливу. Інтенсивний інформаційний вплив зовнішнього «чужого» характеру, і його наслідки. Зовнішнє управління. Фактори соціально-психологічної та психологічної депресії. Демотивація активності. Відмінність категорії «інформаційна війна від категорії «психологічна війна». Комунікативний резонанс. Війна іміджів. Роль оточення лідера в побудові інформаційних потоків. Нова роль інформаційного забезпечення перших осіб та ЗМІ. Пріоритетність тем для масової свідомості. Приклади успішних інформаційних воєн в пострадянському світі. Модель переносу економічної нестабільності в політичну. Завдання зміни масової свідомості. Інформаційно-культурна агресія. Відбір інформаційних повідомлень для ЗМІ. Модель інформаційної війни. Молодь як цільова група інформаційних воєн. Конформізм: нормативний, інформаційний. Поняття «історичний невроз» і систематика життєвих цілей. Відмінність війни у звичайному розумінні цього терміна і війни інформаційної.

Тема 4. Холодна війна як варіант інформаційної війни

Розвиток комунікативних моделей впливу. Носії інформації в «холодній війні». Семантична та семіотична війна як війна слів і символів. Вербальна аргументація. Невербальний вплив за допомогою «матеріального світу» як новий тип інформаційного впливу США в «холодній війні» 20 століття. Три типи нетрадиційного впливу. Нетрадиційні типи символів. Раціональне та ірраціональне в інформаційному впливі. Жорсткий контроль в офіційному інформаційному полі: наслідки і результат. А. Панарін, А. Ціпко про наслідки інформаційного конфлікту між двома соціальними системами. Невідповідність інформаційних потоків.

Тема 5. Комунікативні дії щодо зміни масової свідомості

Якісні показники зміни масової свідомості на пострадянському просторі – кінець 90-х - початок 21 століття. Єдині схеми інтерпретації дійсності як гарант національної безпеки та політичної стабільності держави. Процеси «кодування» масової свідомості радянського періоду. Офіційний та неофіційний потоки в масовій свідомості цього періоду. Сталінська епоха. Хрущовська «відлига».

«Брежнєвський період. Феномен «Перебудови». Домінуюча комунікація та масове свідомість. Шляхи реалізації гіпотетичної завдання руйнування командно-адміністративної системи. Конструювання принципово неправильного способу. Приховане накопичення негативності. Відкрите породження негативності. Відкрите породження позитивності. Контекстна комунікація як інструмент руйнування колишніх стереотипів. Сучасні форми маніпуляцій суспільною свідомістю. Культурні міфологеми: «Ринок», «Реформи», «Свобода слова». Символи-конденсатори ситуацій по У. Гемсону. Ітерація, трансформація і конструювання в сучасному кодуванні масової свідомості. Робота з новим поколінням. Роль масової культури в комунікативному впливі на зміну масової свідомості. Неформальний рух як зручний канал для поширення потрібного виду сполучень. Становлення, формування та розвиток соціального статусу неформальних рухів. Характеристики неформальної групи. Іміджі неформальних рухів.

Тема 6. Психологічні операції PSYOP: американський досвід

Роль і статус психологічних операцій в сучасному інформаційному протиборстві. Історична ретроспектива психологічних операцій 20 століття. Сучасний стан ефективності психологічних операцій. (PSYOP). Інструментарій і методи PSYOP і паблік рілейшнз. «Psychological operation, techniques and procedures». Особливості технологічної підготовки кампанії. Час застосування психологічних операцій. Цикл PSYOP. Оцінка (збір інформації), планування (аналіз цільової аудиторії, розробка продукту, відбір медіа), виконання (виробництво медіа, розповсюдження). Тестування повідомлень. Перевірка результатів. Поведінкові зміни цільової групи як мета PSYOP. Цільова група: політичні, економічні, культурні, соціальні, ідеологічні умови. Типи PSYOP. Відмінності між темою і символом повідомлення. Пошук уразливих місць опонента. Роль етнічного компонента у створенні повідомлень. Етапи створення повідомлень: інтеграція, концептуалізація і розвиток. Робота на міжособистісному рівні в PSYOP. Натовп як об'єкт застосування ПО-повідомлень. Класифікація типів натовпу. Чутки як значущий елемент PSYOP на рівні міжособистісного спілкування. Характеристика слуху. Методи створення чуток. Операції вирівнювання, випинання і уподібнення. Техніки протидії чуткам. Ресурси ЗМІ, графіті, листівок, наочної рекламної продукції. Ефективність роботи в PSYOP. Індикатори результативності. Сегментація цільової аудиторії в PSYOP. Метод аналізу інформаційного впливу – SCAME – Source – Content – audience – Media – Effect

Тема 7. Фактори збільшення ефективності інформаційної операції

Інформаційні операції як частину військової стратегії держави. Створення нової макроидентичності як завдання стабілізуючого порядку в перехідному соціумі. Фактори посилення впливу інформаційних операцій. Фактор еквівалентності. Фактор соціального середовища. Фактор візуального домінування. Фактор тематичного домінування. Фактор домінування форми. Фактор невідповідності внутрішньої і зовнішньої комунікації. Фактор неоднорідності аудиторії. Фактор перекладу в дію. Фактор відображення контраргументації. Чинник деталізації контексту. Фактор розбіжності візуальних та вербальних повідомлень. Спіндоктор як професія для ведення інформаційної війни. Робота з негативними ситуаціями. Війна компроматів. виправлення негативних ситуацій. Спін-війни. Мережі розповсюдження інформації для перекодування повідомлень.

Тема 8. Інформаційна складова національної безпеки

Менеджмент можливих загроз суверенітету і національної безпеки. Інформаційна безпека держави. Основні напрями державної політики в інформаційній сфері. Інформаційний простір держави: потоки формування. Проблеми точок зору в національному інформаційному просторі. Стратегії роботи з «чужим» думкою на національному інформаційному просторі. Стратегія заборони інформації. Проблема підготовки кадрів. Стратегія обігравання або «лікування» інформації. Феномен спін-докторства. Проблема підготовки фахівців для ведення інформаційних війн. Міждисциплінарний характер підготовки фахівців. Інформаційна безпека: контроль, санкції, креативність, позитив.

Тема 9. Психологічні війни 20 століття

Історія питання. Базові операції психологічних війн. Менеджмент новин. Робота з значимос події. Типові помилки у сфері психологічної війни. Комітет Кріля (США, 1917 р.) як перша організація професіоналів сфери психологічних війн. Дж. Браун про цілі психологічної війни в воєнний час. Інформаційні війни в період другої світової війни. Термін «чорна пропаганда»: ретроспектива питання у нацистській Німеччині. Радіо як засіб зовнішнього інформаційного впливу. Відродження усного слова. Головне управління у справах ораторів в нацистському рейху. Візуальні символи і типи повідомлень. Плакатна пропаганда. Ідея «Гасло тижня». Нацистська Німеччина: Інформаційна війна та війна збройними засобами - оцінка підсумків. Боротьба з чутками. Професійна

психологічна війна: Корея. В'єтнам. Специфіка інформаційного впливу проти «в'єтконга». Основи психологічної війни, в період кризи в Перській затоці. Війна СРСР в Афганістані як варіант психологічної війни.

Тема 10. Пропагандистські кампанії

Паблік рілейшнз і політика. Паблік рілейшнз і бізнес. Витоки виникнення. Політика і бізнес. Економічні паблік рілейшнз і політична реклама. Варіанти політичної реклами (ретроспектива американського досвіду). 1908 - 1949р.р. Самозахист. Система вільного підприємництва. Виступи на користь того чи іншого політичного напрямку в суспільстві. Кінець 60-х – початок 70-х років: «захисні» комунікації. Дослідження політичних кампаній. Залежність від групи. Лідери думки. Двоступеневий передача комунікації. Роль особистісних контактів у передачі інформації. Значущість інформації, що передається та інформації замовчуваної. Технологія «відстрочки винагороди». Роль інтелігенції у формуванні масової свідомості. Ритуальність і формалізованість. Висунення негативних мішеней і позитивних цілей. «Комунікативний стрибок». Виправдання зниження життєвого рівня. Засіб комунікації як головне повідомлення, яка зумовлює його зміст.

Тема 11. Технології переходу від психологічних війн до інформаційних

Масове суспільство. Типи воєн, не вимагають фізичної присутності. Інформація та соціальне напруження. Сила і вразливість розвинених країн інформаційного століття. Кумулятивні стратегії Р. Про-Нейла. Військова справа і інформація. Стратегічне вплив телебачення на розвиток локальних міжнародних конфліктів. К. Лорд про психологічних операціях. PASS-карти. Семантика і невербальні характеристики повідомлень. Етапи психологічної операції. Історична ретроспектива психологічних операцій. Американські вимоги до планування психологічної операції. Психологічна операція як використання комунікації для впливу на поведінку. Комунікативні можливості для передачі впливає повідомлення. Статус психологічних операцій і навчання персоналу. Дослідження реакції місцевого населення. Інформаційна залежність сучасного суспільства і його вразливість.

Тема №12. Основні принципи інформаційних воєн

Нові можливості використання інформації в сучасному суспільстві. Роль техніки. Роль ЗМІ. Технічна та гуманітарна сфери функціонування

інформатизації. Технічні та гуманітарні технології. Простір інформації. Простір дії. Інформаційна реальність як вид зброї. Типи впливу. Прямий вплив. Контрадикторні стани. Відкриті і закриті переходи між інформаційним полем і полем дії. Елемент запізнювання. Властивості інформаційного простору і побудова інструментарію. Концепція інформаційної війни за Р. Шафранським. Концепція Дж.Стейна. Вплив інформаційного простору на можливі типи поведінки. Стратегії поведінки за Мироном Крамером. Когнітивний характер інформаційних воєн. Трансформатори інформаційного простору.

Тема 13. Інформаційне зброю в контексті основних видів комунікативного впливу

Старі і нові параметри інформаційного зброю. Константи загальних підстав війни. Відстань. Енергія. Маса. Підстави перемоги. Динамічні константи «Безпечний – небезпечний», «свій - чужий». Наслідки зміни фізичного середовища на інформаційну. Підхід Т. Червінського до зміни типів війни у зв'язку зі зміною типів цивілізації. Когнітивний підхід у теорії інформаційної війни. Обмеження фізичних властивостей для усної та письмової комунікації. Аксиоми інформаційної війни. Підхід «стандартна інформаційна війна». Підхід «стратегічна інформаційна війна». Пропаганда як традиційно-знайома форма ІВ і психологічні операції як відносно нова форма ІВ: специфіка і відмінності. Більш соціальні характеристики контекстної комунікації. Менш соціальні характеристики контекстної комунікації. Вплив інформаційної зброю на сильну синхронізацію суспільства. Політичне прогнозування Д. Гомберта. Визначення інформаційної зброю Р. Шафранським. Людина як основний чинник інформаційної війни.

Тема 14. Особливості інформаційного зброю

Інформаційна зброя та можливості нового етапу розвитку цивілізації. Ден Куэль про відмінності між «інформацією у війні» і «інформаційною війною». Боротьба за контроль та використання інформаційного простору. Поняття «hardware», «software», «wetware» за Д. Куэлю. Характеристики інформаційної зброю. Асиметрія і несподіванка. Мімікрія і скритність. Адаптація і трансформація середовища. Аналіз продукції масової культури з точки зору асиметрії. Управління асиметрією. Поняття «атака», «захист» та інформаційна асиметрія. Метод багаторазового подачі. Що руйнує інформаційну зброя. Новий стан системи міркувань. Порушення прийнятої особистістю моделі світу.

Тема 15. Інформаційна війна в уявленнях аналітиків США та СНД

Загальні концептуальні підходи. Розуміння нового статусу інформаційної війни та інформаційної зброї аналітиками СНД. Позиція Т. Томаса. Американська аналітика у сфері інформаційних війн. Когнітивний напрямок. Структурний напрям. Стратегічний напрямок. Аналітика в СНД: технічний, психологічний та психотропну напрямку. Аналітичні напрямки, типові для СНД і США: юридичне, аларміські. Когнітивний напрям: підходи Дж. Стейна і Р. Шафранського. Дослідження М. Либицьки в рамках структурного напрямку. «Нагнітачі страху»: У. Schwartau про трьох видах інформаційної війни. Типологія співвідношення інформації і науки. Стратегічний напрям: Д. Альбертс про типологію загроз. Війни першої, другої, третьої хвилі О. Йенсона. Дослідження корпорації РЕНД: рекомендації для подолання недоліків в ІВ. Характеристики ІВ: дешевизна, розмивання традиційних кордонів, менеджмент сприйняття, відсутність стратегічної розвідки. Аналітики в СНД: технічний напрямок у синтезі з гуманітаристикою. Якість інтелектуального продукту з проблематики інформаційних воєн.

Тема 16. Інформаційний простір і громадська думка як об'єкт впливу для інформаційного зброї

Джерела формування сучасного інформаційного поля. Типи формування інформаційного простору. Зростання децентралізованих комунікативних потоків. Спектр нових загроз і нових супротивників. Учасники ІВ за Дж. Стейном. Статус та інформаційна активність. Реальність. Громадська думка. Офіційний інформаційний простір. Неофіційний інформаційний простір. Способи формування неофіційної частини інформаційного простору. Фільтри (інформаційні режими) комунікаційного впливу. Статус інформаційного простору та громадської думки в 20 столітті. Медіа-війни в трактуванні американських аналітиків. Інформаційні режими тоталітарних сект. Досвід використання фільтрів інформаційного впливу в період війни в Кореї. Основа інтенсивних комунікативних технологій.

Тема 17. Стратегії трансформації інформаційного простору

Інформаційні війни як комплекс активних методів трансформації інформаційного простору. Фонові фактори ІВ: зміна ролі простору, зміна факторів загроз, зміна мети впливу. Базові характеристики противника, що підлягають вивченню в інформаційних війнах. Об'єкт і результати впливу інформаційних

війн. Коло нових військових технологій: аграрні – індустріальні - інформаційні. Війни, спрямовані на завоювання простору. Війни, спрямовані на завоювання знань. Інформаційне поле і процеси міркувань. Конкуруючі типи знань. деологія. Неконкуруючі типи знань. Структурність інформаційного простору. Структура нав'язування моделі світу. Сильне інформаційне поле. Слабке інформаційне поле. Текст-збільшувач. Реактивні і проактивні методи впливу на інформаційний простір. Менеджмент інформаційного простору: підміна реального його формування на свідомо відрепетируване. Цикл переробки прийняття рішень НОРД. Типи інформації в якості інформаційної зброї. Авторитетні канали введення інформації. Інформаційний простір і очікування. Етапи реагування на військовий конфлікт. Інформаційний простір і дії. Тема 18. Модель дезінформаційної кампанії

Дезінформаційний план впливу на суспільну свідомість. Єдність методів дезінформації. Етапи впливу пропагандистського повідомлення за Дж. Брауном. Етап залучення уваги і збудження інтересу. Етап емоційної стимуляції. Етап демонстрації того, як створена напруга може бути дозволено проходженням раді комунікатора. Вибір негативної дії. Гіперболізація негативної дії. Імплантація результатів в реальність. Акцент на введеному повідомленні. Порождення наслідків. Побудова ідеальної конструкції для символічного світу. Позиція «опонента» і позиція «монстра». Гіперболізація негативу. Приклади методів і кампанії дезінформації на реальному матеріалі історії.

Тема 19. Модель кампанії нейтралізації

Дії по нейтралізації негативної інформації. Мовчання як тип відповіді і введення нової події, відволікаючого суспільну увагу. Відповідь-спростування. Приклади застосування технологій нейтралізації. Спростування з акцентом на контексті. Зустрічне звинувачення опонентів. Використання ярликів. Персоналізація своєї сторони конфлікту. Абсурдизація звинувачення. Алгоритм ослаблення і посилення інформаційної кампанії. Комунікативні типажі джерела: свідок. Експерт. Учасник подій. Посилення повідомлень введенням цифр і статистики. Шкала рівня довіри до типів аргументів. Вплив каналу на достовірність комунікативної ланцюжка. Роль одержувача. Метакомунікативні прив'язки. Введення нової негативної події. Прив'язка джерела до негативної події. Загальне правило функціонування інформаційної реальності.

Тема 20. Інструментарій інформаційної операції

Ефективність впливу. Стратегічний інформаційний вплив. Тактичний інформаційний вплив. Набір повідомлень і його вплив на зміну інформаційного

простору. Зміна організації простору. Тематична спрямованість ЗМІ. Зміна пріоритетності повідомлень. Зміни структури інформаційного простору. Розширення контексту. Уповільнення або прискорення інформаційних процесів. Заміна ключових комунікаторів. Створення пасивного більшості. Трансформація тексту з зовнішніми орієнтирами на внутрішні. Перехід інформації особистого рівня у публічний дискурс. Використання звичних міфологічних сіток. Введення інформації цільовими блоками. Схема Коппершмидта. Сучасні теорії впливу і асиметрична побудова комунікації. Приклади аналізу інформаційних процесів. Перевірка ефективності інформаційного простору.

Тема 21. Інформаційне зброю в інформаційному просторі

Інформаційна війна та інформаційний світ. «Конфліктів не буває тільки в мертвій системі» - аналіз виразу. Тоталітарна система і альтернативні комунікації. Альтернативні джерела. Помилкові джерела. Відмінність звичайної зброї від інформаційної. Модифікація не форми, а змісту. Комунікативні фільтри. Повтор у систематизації інформаційного поля. Повтор факту. Повторення правила. Компоненти аналізу комунікації та цільової аудиторії. Індикатори ефективності психологічних операцій. Інформаційна зброя як засіб інтенсивного введення тих чи інших сегментів нового інформаційного простору. Функції інформаційної зброї. Закономірності функціонування об'єктів в інформаційному просторі.

Тема 22. Інформаційні війни в мирний час

Інформаційні війни в рамках СНД як прикмета активного політичного протиборства. Приклади з історії СРСР: процеси проти космополітів, «справа лікарів». «Перебудова і гласність». Спічрайтери та зовнішньо-орієнтовані інформаційні продукти. Люди, які «породжують» інформацію. Типологія сучасних інформаційних воєн в СНД. Інформаційні війни між олігархами. Інформаційні війни між владою і олігархами. Інформаційні війни між владою і опозицією. Інформаційні війни, інспіровані протистоянням різних сегментів влади. Множинність джерел по породженню соціально значущих повідомлень. Специфіка технологій впливу в альтернативній комунікативній середовищі. Спектр прикладів інформаційних воєн в СНД: кінець 90-х – 2010 рр.

Тема 23. Інформаційні операції у воєнний час

Інформаційні операції, які вирішуються армією у воєнний час. Інтеграція. Дезінтеграція. Цілі інтеграції та дезінтеграції. Напрямки взаємодії. Завдання

інформаційної кампанії, пов'язаної з збройними силами. Довготривалі і короткочасні інформаційні кампанії. Участь мас-медіа в війні: в'єтнамський досвід. Рекомендації генерала Сайбла. Легітимізація військової присутності в конфлікті. Героїзація себе і демонізація супротивника. «Кейси» прикладів. «Місток» між двома моделями світу. Схема побудови ефективного пропагандистського повідомлення. Емоційний і раціональний рівні. Експлуатація почуття страху. Місце ідеологічної тематики в розробці «меседжів». Наочна демонстрація поведінки. Розблокування і блокування певних типів поведінки. Комунікативний аналіз Ф. Катца з приводу здачі в полон. Місце та роль інформаційних операцій у воєнних діях.

Тема 24. Інформаційні операції при вирішенні миротворчих проблем

Миротворчі ситуації: мета стабілізації. Інформаційні дії і виконання завдань. Адаптація до реальності. Інформування населення про програми уряду. Побудова національної єдності. Багатоканальне вплив. Формування нової моделі поведінки. Параметри знання аудиторії. Ефективність інформаційної операції і знання аудиторії. Ідентифікація «точок тиску». Співвідношення інформаційної та неінформаційних реальності. Мотивація людей до нових типів поведінки як мета інформаційних операцій.

Література для підготовки

1. Алещенко, В. І. Проблеми захисту від негативного інформаційно-психологічного впливу противника / В. І. Алещенко, В. Г. Сербін // Математичні машини і системи. 2010. №1. С.77-86.
2. Воробйова, І. В. Інформаційно-психологічна зброя як самостійний засіб ведення інформаційно-психологічної війни // Системи озброєння і військова техніка. 2010. №1(21). С. 141-144.
3. Гриняев, С. Н. Поле битвы – киберпространство. Мн.: Харвест, 2004. 446 с.
4. Зубок, М. І. Інформаційна безпека: Навч. посібник. К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. 133 с.
5. Крысько, В. Г. Секреты психологической войны. Мн.: Харвест, 1999. 181 с.
6. Петрик В. М., Присяжнюк М.М., Компанцева Л.Ф. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: Навч. посібник / В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л.Ф. Компанцева К.: ВИПОЛ, 2011. 248 с.
7. Софийская, Н. Внешние угрозы информационной безопасности / Н. Софийская, А. Леуш // Корпоративные системы. К., 2005. № 6. С. 54-57.

8. Сунь-Цзи. Застосування інформаційно-психологічних прийомів задля відстоювання інтересів держави // Персонал. 2006. № 6, С. 25-34.
9. Хайретдинов, Р. Внутренние угрозы и информационная безопасность // Корпоративные системы. К., 2005. № 6. С. 58-67.
10. Юськів, Б.М. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Інформаційні війни». Рівне: РІС КСУ, 2003. 55 с.