

## ЗМІСТ

|                                                                                  |       |        |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|
| ВСТУП.....                                                                       | ..    | .. 4   |
| 1 ЕВОЛЮЦІЯ ЗАСОБІВ ПЕРЕДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ .....                                     | ..... | .. 6   |
| 2 ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ І НАЦІОНАЛЬНА<br>ПОЛІТИЧНА ЕЛІТА .....   | ...   | . 9    |
| 3 ЕВОЛЮЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОТИБОРСТВА .....                                     | ..    | . 13   |
| 4 ТЕОРІЯ ІНФОРМАЦІОННОЇ ВІЙНИ .....                                              | ..    | .. 26  |
| 5 ІНФОРМАЦІЙНА ЗБРОЯ .....                                                       | . ... | ... 36 |
| 6 МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ .....                             | .     | .. 51  |
| 7 ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СВІТОВОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО<br>ПРОСТОРУ І ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ..... | ..    | .. 68  |
| КОРОТКИЙ СЛОВНИК ТЕРМІНІВ .....                                                  | ..    | .85    |
| ЛІТЕРАТУРА .....                                                                 | .     | .. 89  |

## ВСТУП

Науково-технічний прогрес призводить до прискорення соціальних змін, виникнення інформаційного суспільства, характерною чертою якого є дефіцит життєво необхідної інформації для прийняття рішень. Всі, хто приймають рішення, мають потребу в більш повній інформації. Не знаючи реальний стан справ, суспільство і його члени не в змозі блокувати керовані обмеженим колом осіб інформаційні війни. У цих умовах виграють ті, хто опанував теорію і практику управління інформаційним протиборством.

На рубежі тисячоліть виникла криза, обумовлена необхідністю швидкого прийняття рішень у життєво важливих соціальних і економічних системах до гранично можливої для людини швидкості навчання і реагування. Перевищення цих швидкостей надшвидкістю думки перетворює людину на слухняного учня, позбавляє його самостійного мислення.

Суть нового періоду розвитку суспільства полягає в тому, що майже всі стали учнями, і тому ніхто ні за ким не встигає: підприємці - за найманими працівниками розумової праці, держава - за підприємцями, громадяни - за державою. Найбільш спритні навчилися користуватися цим, щоб домагатися власних інтересів за допомогою інформаційних війн. Статус учня став перешкодою до їх гальмування. Одна з причин такого становища - в тому, що загальне природознавство виявилось не готове до прискорених змін і не змогло забезпечити членів суспільства необхідними знаннями. Інша причина полягає у тому, що власники цих знань набувають капітал і владу, а тому намагаються використовувати їх монопольно.

Інформаційні війни ведуться на різних рівнях: від підприємства і корпорації до регіону, держави і світу.

Досвід показує, що інформаційні війни майже однакові на корпоративному і державному рівнях. Одні й ті ж помилки можуть робитися всюди, тому уроки одного сектора можуть бути корисні у другому.

Може виникнути питання: навіщо пересічному студентові знати механізми інформаційних воєн? Та хоча б тому, що член будь-якої організації (тим більше, керівник) в умовах швидких змін повинен бути в тій чи іншій мірі політиком. Він повинен, вирішуючи свої завдання, враховувати економічні інтереси і соціальні пріоритети колег і партнерів, які відіграють вирішальну роль при прискоренні змін. Наприклад, метою підприємця є збереження і розвиток бізнесу, а без знання інформаційних воєн в умовах змін цього не досягти. Для того, щоб бути далекоглядним, керівник підприємства повинен заздалегідь розпізнавати механізми і способи ведення інформаційних воєн.

До того ж, з об'єктивних і суб'єктивних причин в епоху загальної інформатизації суспільство все більшою мірою втрачає здатність до самоорганізації. Контроль інформаційних воєн концентрується у руках вузького кола осіб. Деякі з них (наприклад, експерти-технократи) не несуть ніякої відповідальності перед суспільством за прийняті доленосні рішення. Ведення інформаційних воєн стає долею маловідомих політтехнологів.

Однак суспільство має реагувати на майбутні виклики і небезпеки, такі як загроза холоду, голоду, енергетичної кризи і безпеки. В ім'я свого виживання і розвитку воно повинно відновити самоорганізацію, контролювати інформаційні війни. А для цього потрібно зрозуміти і освоїти механізми таких війн.

Цей навчальний посібник призначений для більш якісного та ефективного вивчення спецкурсу «Інформаційні війни» у технічному вузі і включає в себе як лекційні теми, так і матеріали для розгляду на семінарських заняттях.

Змістовна частина навчального посібника базується на численних дослідженнях російських і українських вчених, зокрема, на працях таких авторів як І. М. Панарін, В. Г. Крисько, Г. Г. Почепцов, В. Ф. Прокоф'єв, В. Б. Толубко, А. В. Манойло, Д. А. Ловців, Н. І. Сенченко, С. П. Расторгуєв, С.Г.Кара-Мурза, В. М. Петрик, В. В. Циганов, С. Н. Бухарін і ін.

Методична частина посібника включає в себе контрольні питання з окремих

тем, короткий словник термінів, а також тестові завдання, які можуть бути використані як студентами для здійснення самоконтроля, так і викладачами при проведенні контрольних точок. Для більш поглибленого вивчення курсу студентам пропонується цілий перелік навчальної та наукової літератури. Щоб студентам було легше сприймати і розуміти матеріал, найбільш важливі, ключові моменти тексту виділяються особливим шрифтом.

## **1. ЕВОЛЮЦІЯ ЗАСОБІВ ПЕРЕДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ**

На думку відомого американського футуролога Е. Тоффлера, розвиток науки і техніки здійснюється ривками, в його термінології - «хвилями».

Перша хвиля - «сільськогосподарська цивілізація», яка прокотилася протягом останніх 10 тисяч років. Вона зламала первісні громадські форми самоорганізації, привела до поділу праці і створення ієрархічних організаційних структур.

Друга хвиля - «промислова цивілізація», яка почалася трохи більше 300 років тому, створила «наймогутнішу, згуртовану і експансіоністську соціальну систему, рівної якій світ ще не знав».

Третя хвиля, що почалася в середині 50-х років XX століття, пов'язана з т.зв. «інформаційним вибухом», тобто лавиноподібним зростанням кількості інформації, в результаті якого людина опинилася не в змозі впоратися з її об'ємом без допомоги нових інформаційних технологій. Тому третя хвиля, в яку вступило людство, була названа «технологічної цивілізацією».

Кожна з хвиль мала свою економіку, свої соціальні і політичні інститути, культуру, свої засоби комунікації, а також свій спосіб і характер ведення війни.

Пов'язуючи зміну хвиль зі зміною типів воєн, можна сказати, що війни «першої хвилі» велися за території, війни «другої хвилі» - за здатність фізичної продуктивності (тобто за ресурси); війни, що виникають під час «третьої хвилі», будуть вестися за доступ до знань і контроль над ними. Це означає, що війни

інформаційного суспільства будуть в основному «інформаційними війнами».

Очевидно, що такому складному соціальному явищу як інформаційна війна, передував тривалий період становлення засобів масової інформації (ЗМІ) і масових комунікацій.

Минуле століття виявило безпрецедентно збільшену роль масових комунікацій у житті сучасного суспільства. Століття радикальних соціальних змін і небаченого технічного прогресу породило низку комунікаційних революцій, які, в свою чергу, викликали до життя нові відносини, форми і способи спілкування між людьми.

Розвиток комунікацій відбувався стрибкоподібно, породжуючи якісно нові соціально-культурні феномени, радикально змінюючи і звичну спрямованість і наповнення інформаційних потоків.

Сучасні вчені говорять про **чотири комунікаційні революції ХХ століття.**

**Перша комунікаційна революція**, що почалася, правда, в найбільш розвинених країнах ще в останній чверті попереднього століття, була викликана метаморфозою періодичного друку. Колись переважно елітарні, які обслуговували дуже обмежені читацькі аудиторії, періодичні видання - газети і журнали - вперше за 300 років свого існування придбали воістину широке поширення і перетворилися на рубежі століть в засіб масової інформації. Під впливом комплексу соціальних, технологічних і економічних чинників періодика набула нової якості, що сприяло різкому підвищенню значення журналістики як соціального інституту. В умовах широкого поширення грамотності, введення загального виборчого права ступінь впливу журналістики на політичні та громадські процеси у багатьох випадках виявився вищим, ніж вплив інших соціальних інститутів.

**Друга комунікаційна революція** пов'язана з появою радіо та перетворенням нового засобу забезпечення зв'язку - «бездротового телеграфу», яким воно було на самому початку століття, в засіб масової інформації, що використовує ресурси усної комунікації та звук про виття експресивності. У 20- 30-ті роки внаслідок повсюдного розвитку радіомовлення формується ще один канал систематичного впливу на

масову аудиторію, яка налічує мільйони радіослухачів. Поступово в системі взаємовідносин між друкованою пресою і радіомовленням утворився баланс, заснований на відносинах конкуренції і співробітництва.

**Третю комунікаційну революцію** знаменували перехід від стадії експериментів дистанційної передачі зображення до регулярних трансляцій і подальше за цим перетворення телебачення в засіб масової інформації. Формування телебачення як засобу масової інформації, що відбувалося в основному в 50- 60-і рр., знову революційно змінило комунікаційну ситуацію, порушивши рівновагу між періодичною пресою та радіомовленням. По завершенні стадії становлення телебачення перетворюється у багатьох країнах світу (переважно індустріальних) в основний засіб масової інформації, що має найчисленнішу аудиторію і надає найбільш ефективний вплив, оскільки має в своєму розпорядженні широкий діапазон візуальних, акустичних і текстових ресурсів. Розвиток телемовлення породило кризові явища в середовищі і періодичного друку і радіо. Відбувалося пристосування преси та радіомовлення до умов конкуренції з телебаченням.

**Четверта комунікаційна революція**, яка якісно змінила сферу масових комунікацій, сталася в останній чверті XX століття в зв'язку з розвитком супутникових і кабельних телекомунікацій, а також створенням комп'ютерних мереж, здатних забезпечити накопичення і передачу величезних масивів інформації в глобальному масштабі. Це період революційного технологічного оновлення ЗМІ за рахунок впровадження цифрових технологій у діяльність медійних організацій та в комунікації. Комп'ютеризація, яка швидко розвивалася, інтенсифікація процесів збору, обробки і поширення інформації, широкий розвиток кабельного та супутникового телебачення, стрімке становлення Інтернету - глобальної комп'ютерної мережі, швидко розширювало застосування цифрових технологій в журналістиці і в масових комунікаціях. Нові комунікаційні можливості дозволяють передавати текстову, звукову та візуальну інформацію в режимі реального часу, забезпечуючи не властивий «традиційним» ЗМІ інтерактивний характер комунікації

та можливість більш адресної доставки медійної інформації з урахуванням специфіки окремих аудиторних груп та індивідуальних запитів споживачів.

З огляду на вищесказане, можна відзначити **деякі особливості** сучасних засобів масової інформації.

### **1. «Демасифікація» традиційних ЗМІ.**

В постіндустріальному суспільстві настає епоха ЗМІ, орієнтованих на «мікроаудиторії» відповідно до різноманітних інтересів і потреб різних аудиторних груп. Вважається, що в результаті поділу масової аудиторії на окремі групи з чітко вираженими запитами, уподобаннями, смаками, кожен кінцевий споживач інформації, поширюваної через ЗМІ, буде отримувати тільки те, що йому необхідно.

Одним з основних факторів «демасифікації» в 1980- 1990-і рр. став розвиток кабельного і супутникового телебачення, що пропонує телеглядачам широкий набір з десятків каналів, спеціалізованих по змісту (новинних, спортивних, комедійних, науково-популярних, мультиплікаційних та ін.).

Другим важливим фактором «демасифікації» ЗМІ виступає зацікавленість сучасного рекламного бізнесу. Саме рекламний бізнес зацікавлений в тому, щоб реклама адресно доставлялася аудиторним групам з чіткими, добре вивченими параметрами (статевими, віковими, професійними, релігійними), з точно визначеними запитами і перевагами, ціннісними та світоглядними установками, і була цілеспрямовано підлаштована під ці характеристики, що є умовою високої ефективності рекламного впливу.

### **2. Інтерактивність мас-медіа.**

Це властивість ЗМІ змінює сутність взаємин між комунікатором і одержувачем інформації. Телеглядач, наприклад, перетворюється з пасивного спостерігача за всім, що бачить на екрані, в співучасника, в співавтора телевізійного дійства, яке розгортається. Глядач інтерактивного ТБ може виводити на екран додаткову інформацію, змінювати ракурс зйомки відображуваної події, вибираючи картинку з тієї чи іншої телекамери, встановленої на місці події, редагувати план кадру,

застосовувати повтор фрагментів передачі, які його цікавлять, брати участь в електронних опитуваннях і голосуваннях по проблемах, порушених у передачах.

### **3. Глобалізація ЗМІ.**

Інтернет, задуманий як нова технологія передачі інформації, швидко трансформувався в принципово нове явище. Розпочатий в 90-і рр. XX століття взривоподібний розвиток «світової павутини» - глобальної мережі комп'ютерів, пов'язаних між собою за допомогою новітніх комунікаційних технологій - призвів до того, що вже до середини 1990-х рр. мільйони людей отримали доступ до неймовірно великих мережових інформаційних ресурсів. Є дані, що до початку 2005 р. доступ до Мережі мали близько 600 млн. чол. по всьому світу, а навесні 2012 р кількість користувачів склала 2,27 млрд.

### **4. Конвергенція ЗМІ.**

В останні роки спостерігається зближення і злиття «традиційних» ЗМІ (періодичної преси, радіомовлення і телебачення) при їх перекладі на єдину цифрову платформу.

### **5. Робота в режимі реального часу.**

Наведемо приклад. 50-55 років тому, щоб переслати 30 сторінок тексту на відстань 5 тис. км, вам треба було б приблизно 10 днів і вартувало б це близько 30 доларів за послуги поштового зв'язку.

Чверть століття тому ви б, напевно, вдалися до послуг факсу. Це зайняло б у вас приблизно 1 годину, і вартість склала десь 50 доларів.

Сьогодні, якщо говорити про найкращі мережі передачі даних, на це буде потрібно не більше 3 секунд і вартість складе близько 3 центів. Таким чином, вартість даної операції впала в 1000 разів, а швидкість її проведення зросла в 300 разів!

### **6. Зниження вартості передачі інформації.**

### **7. Безперервне оновлення інформаційних ресурсів.**

## **Контрольні питання**

1. Які три «хвилі» розвитку науки і техніки виділяв американський футуролог Е. Тоффлер?
2. Якими, на думку дослідників, будуть війни інформаційного суспільства?
3. У чому суть чотирьох комунікаційних революцій XX століття?
4. Які особливості сучасних ЗМІ?
5. Чим викликана «демасифікація» традиційних ЗМІ?
6. Яким чином інтерактивність мас-медіа змінює сутність взаємин комунікаторів і одержувачів інформації?
7. З чим пов'язана глобалізація ЗМІ?

## **2. ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ І НАЦІОНАЛЬНА ПОЛІТИЧНА ЕЛІТА**

З найдавніших часів життя людини залежало не тільки від його здатності добувати їжу або пристосовуватися до навколишнього середовища, а в не меншій мірі і від того, наскільки швидко і ефективно він використовував отриману інформацію (наприклад, про небезпеку). Поступово у людей сформувалося розуміння того, що прискорення інформаційних процесів, посилення комунікативності і цілеспрямованих взаємодій підвищує живучість індивіда, популяції, соціальних систем. Це призвело до наростання (інтенсифікації) інформаційних процесів у людському суспільстві. Особливо яскраво це проявилось в інтенсивному розвитку засобів безпосередньої передачі інформації, про що говорилось в попередньому розділі. Еволюцію засобів передачі інформації можна представити у такій схемі: книгодрукування - телеграф - телефон - радіо - телебачення - комп'ютер - Інтернет.

Спробуємо розібратися в тому, що мається на увазі під інтенсифікацією інформаційних процесів.

**Основними складовими інтенсифікації інформаційних процесів є:**

1. неухильне зростання швидкості передачі повідомлень;
2. збільшення обсягу інформації, що передається;
3. прискорення обробки інформації;
4. все більш повне використання зворотних зв'язків;
5. збільшення обсягу видобутої нової інформації і пришвидшення її впровадження;
6. наочне відображення інформації людиною в процесах управління;
7. зростання технічної оснащеності управлінської праці.

Безсумнівно, масова комп'ютеризація, впровадження і розвиток інформаційних технологій привели до вражаючого ривка вперед у сферах освіти, бізнесу, промислового виробництва, наукових досліджень і соціального життя.

Одночасно сучасні засоби масової комунікації створили принципово нові можливості, багаторазово підсилили ефективність використання інформації в політичних цілях. Вони зробили справжню революцію в політичних відносинах і способах соціального управління світом.

Досить навести кілька цифр, щоб зрозуміти, до яких глибинних трансформацій у всіх сферах діяльності призводять нові інформаційні технології. Щодня в усьому світі за допомогою комп'ютерних і телекомунікаційних мереж переміщується близько трильйона доларів. Завдяки революції в мікроелектроніці за кілька років продуктивність праці збільшилася в мільйон разів. А сучасні інформаційно-психологічні засоби впливу на свідомість людини дозволяють формувати громадську думку в руслі заданих параметрів. Нарешті, новою наукою - кібернетикою, доведено, що інформація має безпосереднє відношення до процесів управління та розвитку, забезпечуючи стійкість і виживання будь-яких систем.

З давніх-давен стійкість політичної системи будь-якої держави залежала від того, наскільки швидко і повно політична еліта отримувала інформацію про процеси, що протікають у світі і суспільстві, і наскільки швидко на неї реагувала.

В результаті аналізу інформації про зміни у зовнішньому і внутрішньому середовищі політична еліта вживала заходів щодо збереження стійкості політичної системи своєї держави.

Світова практика показала, що для ефективного управління державною, збереження влади і капіталу, домінування на міжнародній арені політичній еліті особливо важлива об'єктивна соціальна інформація (тобто інформація про суспільство і процеси, які в ньому протікають).

Мабуть, першими це зрозуміли американці, і в кінці 60-х років прийняли рішення про створення при президенті групи радників з соціальних питань і утворення комітету Конгресу США з соціальної інформації.

Спостереженню підлягала сфера способу життя, щоб відображати дані поточної взаємодії соціальних груп. Показники цього роду були об'єднані в офіційну загальнодержавну систему «Соціальні показники». Ця система складається з 8 блоків, що включають 167 показників:

- ❖ Здоров'я - 29 показників
- ❖ Громадська безпека - 23
- ❖ Освіта - 20
- ❖ Праця - 28
- ❖ Дохід - 24
- ❖ Житло - 17
- ❖ Дозвілля - рекреація - 11
- ❖ Демографія - 15

Таким чином, в США була створена ефективна система внутрішньої соціальної інформації в інтересах влади, а в кінці XX століття почалось створення систем діагностики зовнішньої соціальної інформації за допомогою міжнародних

інформаційних систем і т.д .

Можна стверджувати, що система діагностики соціальної інформації є ключовою ланкою в ході стратегічного інформаційного протиборства національних політичних еліт.

Багато вчених вважають, що саме постійний моніторинг соціальної інформації в глобальному інформаційному просторі дозволив США домогтися в XX столітті геополітичного світового лідерства. Цією ж завданню лідерства багато в чому сприяло проведення США спеціальної політики по залученню в країну з усіх континентів обдарованої молоді та наукової еліти , незалежно від національності, раси і т. д., включаю створення особливих умов, щоб вони залишалися в США.

В основу цієї спеціальної політики були покладені фундаментальні дослідження, проведені в XX столітті. Pozнайомимося з деякими висновками подібних досліджень.

1. Кількість людей, здатних до формування нових проривних ідей (в науці, культурі, управлінні і т. д.) у будь-якій національній популяції вельми обмежена і не перевищує 3 5%.

2. Інтелектуальна еліта суспільства формується століттями і тисячоліттями і є самовідтворюваною і надзвичайно тендітною системою.

3. Інтелектуал - це особливий тип особистості, для прояву якого саме в цій якості потрібен ряд особливих умов:

- наявність задатків, тобто генетичний фактор, бо абсолютна більшість інтелектуалів - прямі нащадки настільки ж інтелектуальних батьків;
- максимально раннє (в 3 5 років) занурення в високе інтелектуальне сімейне або професійне середовище певної спрямованості (хімія, фізика, медицина, законотворчість і т. д.);
- максимально раннє (до 5 7 років) виявлення переважаючих здібностей і нахилів, які мають свої періоди «маніфестації». Якщо конкретна здатність не була помічена, і не було розпочато її розвиток в цей період, вона може

бути втрачена назавжди;

- наявність талановитих вчителів, оскільки обдарована дитина, занурена в звичайну освітню середу, в більшості випадків дуже швидко усереднюється і, як талант, втрачається назавжди;
- огороження творчої, обдарованої особистості від піклування про матеріальні і побутові проблеми.

Абсолютна більшість талановитих особистостей овідрізняються високим рівнем самоповаги, надмірною чутливістю до будь-яких психотравмуючих факторів, аполітичні, не схильні до співпраці (в тому числі, з колегами, представниками влади і т.д.). До того ж, значна частина високообдарованих особистостей відрізняються специфічною моральною динамічністю (тобто відсутністю схильності дотримуватись прийнятих в суспільстві норма і правил, в тому числі, в сфері сексуальної поведінки).

Виходячи з цих даних, в США протягом останніх десятиліть надзвичайно активно працює «система запрошень» і забезпечення солідними грантами талановитих учителів шкіл, стажистів, аспірантів і докторантів із зарубіжних країн, державна система виявлення і підтримки талановитих дітей. На сьогоднішній день подібні програми взяли на озброєння й інші, найбільш розвинені країни світу. На жаль, Україна в цьому плані демонструє явне відставання.

### **Контрольні питання**

1. У вигляді якої схеми можна уявити еволюцію засобів передачі інформації?
2. Які основні складові інтенсифікації інформаційних процесів?
3. До яких глибинних трансформацій у всіх сферах діяльності призводять інформаційні технології?
4. Які принципово нові можливості відкрили сучасні засоби масової комунікації?

4. Чому політична еліта будь-якої держави зацікавлена в об'єктивній соціальній інформації?
5. Які параметри включає в себе американська система «Соціальні показники»? Для чого вона призначена?
6. Що є ключовою ланкою в ході стратегічного інформаційного протиборства національних політичних еліт?
7. Що, на думку вчених, дозволило США домогтися в XX столітті геополітичного світового лідерства?
8. Яку мету переслідує спеціальна політика США по залученню в країну обдарованої молоді та наукової еліти з усього світу? Які фундаментальні дослідження лягли в основу цієї політики?
9. Чому інтелектуала можна вважати особливим, певною мірою «штучним» типом особистості?
10. Які умови, з точки зору сучасної науки, необхідні для становлення інтелектуала?

### **3. ЕВОЛЮЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРТИБОРСТВА**

Інформаційно-психологічний вплив існує стільки часу, скільки існує сама людина. Воюючі сторони здавна знали, що боротися з ворогом можна не тільки збройними засобами, а й шляхом цілеспрямованого впливу на психіку воїнів. Приклади інформаційного протиборства відомі ще з часів Давньої Трої (III тис. до н. е.).

Кому не відома знаменита легенда про троянського коня? Зараз, в XXI столітті, найбільш підступні комп'ютерні віруси-руйнівники так і називають - «троянський кінь». Це легенда про те, як перший організатор древньої інформаційної війни Одиссей навчив греків, які 10 років безуспішно облягали Трою, хитромудрого виверту, заснованого на дезінформації. Греки вдалися, ніби вони зняли облогу, і

сіли на кораблі. У покинутому ворожому таборі троянці знайшли величезного дерев'яного коня.

Віщунка Кассандра попереджала троянців про те, що не можна переносити дерев'яного коня в місто. Але городяни її не послухали.

Взятий в полон грецький юнак Синоп, виконуючи таємний план Одиссея, повідомив троянцям, що кінь чарівний. За передбаченням жерців, поки він буде перебувати в Трої, вона залишиться неприступною. Зраділі троянці відвезли коня в місто. А вночі за сигналом, поданим Синопом, грецькі кораблі повернулися до стін Трої. Воїни, заховані в тулуб дерев'яного коня, вибралися назовні і напали на сплячих троянців. Одночасно в місто увірвалося грецьке військо, яке повернулося на кораблях. За ніч була досягнута та мета, яку марно домагалися греки протягом довгих 10 років.

Давно виникла і така форма інформаційно-психологічного впливу на супротивника як залякування його своєю (іноді уявною) бойовою потужністю. Так, наприклад, перед походом в Грецію перський воєначальник Ксеркс свідомо вдався для досягнення максимуму емоційного впливу до художнього образу, розпустивши слух про численність перського війська у вигляді легенди про те, що якщо всі перські воїни випустять стріли в повітря одночасно, вони затьмарять світло сонця.

Дуже точно сутність організованого інформаційно-психологічного впливу на війська і населення противника виражена в рекомендаціях давньокитайського філософа і військового діяча Сунь Цзи (IV ст. до н. е.). Вони зводяться до наступного:

1. Розкладається все хороше, що є в країні вашого противника.
2. Залучайте видних діячів супротивника в злочинні дії.
3. Підривайте престиж керівництва супротивника і виставляйте його в потрібний момент на ганьбу громадськості.
4. Використовуйте в цих цілях співробітництво з самими підлими і мерзенними людьми.

5. Розпалюйте сварки і зіткнення серед громадян ворожої вам країни.
6. Підбурюйте молодь проти старих.
7. Заважайте всіма засобами роботі уряду.
8. Бороніть усіма способами нормальне постачання ворожих військ та підтримання в них порядку.
9. Сковуйте волю воїнів супротивника піснями і музикою.
10. Робіть все можливе, щоб знецінити традиції ваших ворогів і підірвати їх віру в своїх богів.
11. Надсилайте жінок легкої поведінки з тим, щоб доповнити справу розкладання.
12. Будьте щедрі на пропозиції та подарунки для покупки інформації і спільників. Взагалі не економте ні на грошах, ні на обіцянках, позаяк вони дають прекрасні результати.

Серйозний поштовх розвитку пропагандистського впливу на психіку воїнів і цивільного населення дала перша загальноєвропейська війна, яка увійшла в історію під назвою «Тридцятилітня війна» (1618 – 1648 рр.). Досягнення граверного мистецтва дозволили широко застосовувати ілюстровані листівки, що випускалися значними для того часу тиражами. З друкарського верстата сходили перші «інформаційні листівки», які сповіщали аудиторію про будь-яку подію.

Саме в роки Тридцятилітньої війни з'явився термін «пропаганда» Він пішов від назви заснованої в 1622 р. римським папою Конгрегації Пропаганди Віри. У той час римсько-католицька церква була зайнята в більшості своїй невдалими священними війнами заради становлення віри силою зброї. Римський престол заснував папський відділ пропаганди як засіб координування зусиль, спрямованих на «добровільне» прийняття людьми доктрин католицької церкви. У тих умовах слово «пропаганда» набуло негативного значення в протестантських країнах, але мало позитивний відтінок в середовищі католиків, ототожнюючи його з «освітою» або «проповіданням».

Термін «пропаганда» не отримав широкого поширення аж до початку ХХ століття, коли його стали застосовувати для опису тактики переконання, що використовувалася в ході Першої світової війни. Відтепер стало матися на увазі, що пропаганда - це поширення в масах і роз'яснення якихось поглядів, ідей, навчань, знань.

Забігаючи вперед, відзначимо, що в сучасному значенні пропаганда являє собою вплив на свідомість (підсвідомість), політичне життя і ціннісні орієнтації об'єктів (груп об'єктів) за допомогою розповсюдження поглядів, ідей, навчань з метою формування світогляду, відповідного інтересам впливаючої сторони.

Якщо вказується об'єктивне джерело отриманої інформації, то говорять про «білу» пропаганду, якщо це джерело не оголюється - «сіру», при помилковому джерелі - «чорну».

Перша світова війна стала поворотним пунктом у розвитку теорії і практики інформаційно-психологічного протиборства. На самому початку війни уряди воюючих країн, за виключенням Німеччини і Росії, прийшли до висновку про необхідність створення спеціальних органів для надання інформаційно-психологічного впливу на війська і населення противника, а також для впливу на громадську думку в нейтральних країнах і всередині своїх країн.

У 1914 р. при міністерстві закордонних справ Великобританії було створено Бюро військової пропаганди, яке в подальшому було перетворене в міністерство інформації. Міністерство здійснювало пропаганду серед військовослужбовців і населення зарубіжних країн. У 1915 р. у Франції був створений відділ служби військової пропаганди, завданням якого було вплив на супротивника за допомогою листівок. У кожній французькій армії був літак для розповсюдження друкованих матеріалів.

У 1917 р. у ведення інформаційного протиборства включилися і США. Президент США В. Вільсон створив Комітет з питань громадської інформації під головуванням Джорджа Кріля. Завдання Комітету було в тому, щоб мобілізувати

громадську думку всередині країни на підтримку як участі Америки у війні, так і миротворчих зусиль В. Вільсона, оскільки громадська думка розкололася надвоє відразу після оголошення війни.

Комітет Кріля почав свою роботу, не маючи під рукою ніяких опрацьованих на практиці методик ЗМІ. Доводилося постійно імпровізувати. Оскільки в ті часи не було розвинених в масштабах країни радіо- та телемереж для швидкого поширення найважливішої інформації, комітет сформував мобільні групи добровольців, які охопили всю територію Америки. Отримуючи телеграми, ці волонтери, подібно птахам, розліталися по школах, церквах, клубах та інших місцях скупчення людей, щоб стисло, за 4 хвилини, повідомляти останні новини, за що їх і називали «чотирьоххвилинниками». В кінці війни таких волонтерів налічувалося вже близько 400 тис., вони одночасно робили 400 тис. чотирьоххвилинних повідомлень серед самих різних шарів населення.

Разом з добровольцями Кріль і його помічники залучили до роботи професіоналів, створивши ще одну розгалужену мережу каналів інформаційного впливу як на супротивника, так і на громадян Америки.

Комітет ділився на секції новин, іншомовних газет та інших друкованих матеріалів, кінофільмів, військових виставок, ярмаркових експозицій, відносин з промисловцями, реклами і карикатури. Все це вміло використовувалося для згуртування нації і інформаційно-пропагандистської роботи проти ворога. Таким чином, і були створені основні принципи ведення інформаційного протиборства - захист свого інформаційного середовища від впливу противника і інформаційний вплив на війська та населення протилежної сторони.

У роки Першої світової війни інформаційно-психологічний вплив на супротивника виявлявся в основному шляхом ведення друкованої пропаганди.

Відомо, що за роки війни над німецькими позиціями і в тилу французи розповсюдили 29 млн. примірників листівок, тобто приблизно по 750 тис. на місяць, англійці ж поширювали до 1 млн. примірників листівок на добу. До серпня 1918 р.

обробка союзниками німецьких військовослужбовців досягла такої інтенсивності, що на ділянці фронту в 150 км щодня скидалося по 100 тис. листівок.

Згодом німецькі воєначальники неодноразово заявляли, що Німеччина зазнала поразки не на полі бою, що «її армія ніколи не була розбита», а результат був вирішений наперед тим, що звалився тил, оскільки «чужорідні і радикальні елементи стали легкою здобиччю іноземної пропаганди».

Відразу після закінчення Першої Світової війни в західних країнах виявили підвищену цікавість до її політичного досвіду. Були написані десятки досліджень, створені спеціальні кафедри в багатьох університетах, які приступили до підготовки кваліфікованих спеціалістів. Узагальнений досвід і накопичені теоретичні пізнання в області інформаційного протиборства були об'єднані в єдину теорію, яку німецький вчений Фуллер в 1921 р. назвав **теорією психологічної війни**.

Найбільш чітко погляди на важливу роль пропаганди у війні викладено в книзі англійця Гарольда Ласвеля «Техніка пропаганди в світовій війні», виданої в 1927 р. в Лондоні. Суть цього дослідження можна звести до наступного:

- ❖ Історія імперіалістичної війни показує, що сучасна війна повинна вестися на 3 фронтах: військовому, економічному і пропаганди.
- ❖ Пропагандою можна впливати як зброєю прямого зв'язку на моральний стан ворога, намагаючись порушити його стан або ж відхилити ненависть ворога країни, яка з ним воює.
- ❖ Успішність пропаганди залежить від майстерного застосування засобів і сприятливих умов. Засоби - це те, що пропагандист може мати у своєму розпорядженні; умови - це те, до чого він повинен пристосовуватися.
- ❖ Основні стратегічні цілі пропаганди:
  - збудження ненависті до ворога;
  - підтримання дружніх відносин з союзниками;
  - збереження добрих відносин з нейтральними країнами і, якщо можливо, прагнення заручитися їх співробітництвом;

- деморалізація противника.

Таким чином, Г. Ласвель, мабуть, вперше виділив інформаційно-психологічну сферу війни, показавши пропаганду як особливий вид зброї, яка впливає на моральний (тобто психічний) стан ворога.

Життєвість теоретичних положень про ефективність вміло організованого інформаційно-психологічного впливу на війська і населення противника була піддана перевірці в роки Другої світової війни.

Основними формами інформаційного протиборства в ході війни виявилися друкована та радіопропаганда. У менших масштабах були представлені усна пропаганда і наочна агітація.

Зробивши відповідні висновки з досвіду Першої світової війни, керівники фашистської Німеччини з більшою увагою поставилися до проблем ведення військової пропаганди. Відразу ж після приходу до влади в Німеччині Націонал-соціалістичної партії гітлерівське керівництво утворило Міністерство народної освіти і пропаганди під чолі з Йозефом Геббельсом.

Міністерство об'єднало існуючі пропагандистські організації рейху, ставши фактичним монополістом у сфері пропаганди з тим, щоб «пронизати ідеями націонал-соціалізму всі сторони життя німецької нації». У відання міністерства передавалися загальна політична пропаганда, вища політична школа, державні свята, преса, радіо, книговидавництво, мистецтво, музика, театр, кіно, моральний стан суспільства.

Під контролем міністерства пропаганди перебували вся німецька преса і радіомовлення. Фашистська Німеччина вела мовлення не тільки на власне населення, а й на зарубіжні країни. Відомо, що в 1938 р. добова тривалість зарубіжних передач склала на країни Західної півкулі 22 години, Африки - 8 годин, Азії - 21 год. Більше половини передач велося англійською мовою, близько 40% - на німецькій. У 1943 г. закордонне мовлення велося вже на 53 мовах.

Відповідно було покінчено зі свободою преси. Редакторську посаду міг зайняти

тільки арієць за походженням. Нацисти провели чистку журналістських лав, вигнавши з редакцій до 1939 р. більше 1400 не угодних журналістів. Займатися журналістикою могли фактично тільки члени партії.

З перших кроків своєї політичної діяльності Гітлер приділяв величезну увагу інформаційному впливу на психіку людей. Саме Гітлер, після приходу до влади в Німеччині, вперше підприймав спробу глобального інформаційного впливу (експансії) на населення інших країн.

Інформаційний вплив здійснювався наступними **способами**:

- Поширенням інформації через інформаційні агентства, радіо, шляхом доставки за кордон німецьких газет, журналів і листівок через агентурну мережу.
- Через німецьких кореспондентів за кордоном, а також через іноземні газети, що знаходяться під німецьким впливом.
- Шляхом проведення виставок і ярмарків в Німеччині, участі в ярмарках і виставках за кордоном.
- Здійсненням культурного обміну з дружніми країнами у всіляких областях (наука, мистецтво, спорт, харчування молоді тощо).

Вельми цікавий такий факт: для забезпечення більш сприятливих умов для ведення радіопропаганди в Австрію була направлена велика партія дешевих радіоприймачів. Цей прийом, до речі, повторили США під час війни з Іраком в 1991 р.

З кінця 1940 р. німецькі відомства, почали активну роботу зі збору інформації в інтересах проведення інформаційно-психологічного забезпечення нападу на СРСР: оброблялися матеріали червоноармійських газет прикордонних військових округів і інша періодика, аж до багатотиражок великих заводів і відомських журналів, які виходять невеликими тиражами. До роботи залучалися так звані «фахівці з Росії», в тому числі і зі складу емігрантських організацій, які виявили бажання співпрацювати з німцями. Вони готували аналітичні матеріали, визначали слабкі сторони

радянських військовослужбовців, розкривали проблеми радянського суспільства, розробляли рекомендації по інформаційно-психологічному впливу на особовий склад Червоної Армії і населення з урахуванням національно-психологічних особливостей, традицій і культури.

Армійська розвідка «Абвер» здійснювала засилання в СРСР агентів, підготовлених для ведення інформаційного протиборства. Вони повинні були проводити акції інформаційно-психологічного характеру, зокрема, сіяти чутки, поширювати компрометуючі матеріали на керівництво країни, командний склад і т.п.

Напередодні вторгнення Німеччини на територію СРСР була підготовлена директива про застосування пропаганди в операції «Барбаросса». Вона стала основоположним документом з організації та ведення психологічної війни проти СРСР. У директиві визначалися цілі пропаганди, її форми і методи, вона була спрямована в війська 6 червня 1941 року.

**Основними цілями** інформаційно-психологічного впливу були:

- ❖ залякування противника;
- ❖ посилення поразенських настроїв;
- ❖ створення позитивного уявлення про полон;
- ❖ підриг авторитету державного і військово-політичного керівництва СРСР;
- ❖ спонукання до добровільної здачі в полон і до дезертирства;
- ❖ підриг авторитету командирів і начальників, непокору їм;
- ❖ посилення невдоволення громадянського населення становищем в країні;
- ❖ спонукання населення до лояльного ставлення до військовослужбовців Вермахту;
- ❖ посилення тривоги за долю рідних.

Міністерство пропаганди надрукувало до 22 червня 1941 року понад 30 млн. листівок, барвистих пропагандистських брошур кишенькового характеру на 30 мовах народів СРСР і підготувало кілька радіопередач. На Східному фронті було

зосереджено 17 рот пропаганди. Коли 22 червня 1941 р. о 3.15 німецька артилерія завдала вогневий удар по об'єктам на території Радянського Союзу, за допомогою агітснарядов було поширена значна кількість листівок зі зверненням до човоноармійців, командирів Червоної Армії. Так почався інформаційно-психологічний вплив у ході бойових дій. Протягом перших двох місяців війни німцями було розповсюджено близько 200 млн. листівок.

Однак ефективність німецького інформаційно-психологічного впливу в значній мірі знижувалася заходами протидії з радянської сторони, які включали пропагандистські, військові, поліцейські і психологічні засоби. З початку і до кінця війни було вилучено радіоприймачі у населення. За читання листівок передбачалися жорстокі міри покарання і т. д. Нарешті, були зроблені серйозні заходи з контрпропаганди. Зокрема, були підтовлені директиви, згідно з якими головним завданням військової преси ставало виховання героїзму, мужності, військового мистецтва, дисциплінованості.

Були сформульовані основні гасла, якими повинна була керуватися преса, наприклад, «Фашизм - це рабство народів. Фашизм - це голод злидні, розорення. Всі сили на боротьбу з фашизмом!», «Наша справа правое. Ворог буде розбитий. Перемога буде за нами!». Крім того, зусиллями Сталіна, надавали великого значення інформаційному протиборству, був створений ефективний механізм для забезпечення інформаційної перемоги - Радянське інформаційне бюро. А з 1942 року активізувалися заходи по зворотному пропагандистського впливу на німецьких солдатів і населення Німеччини.

У свою чергу, органи пропаганди країн антигітлерівської коаліції в своїй діяльності робили основний упор на такі **види пропаганди** в залежності від очікуваного ефекту: *конверсійну, розділову, деморалізуючу, пропаганду полону*.

**Конверсійна пропаганда** - це масований пропагандистський вплив на ціннісні орієнтації людини або груп людей з метою зміни його установок, відносин, суджень і поглядів на політику, що проводиться вищим військово-політичним керівництвом

країни.

У воєнний час головною метою конверсійної пропаганди є зміна ставлення населення і військовослужбовців до хар акторові війни зі свого боку і визнання її несправедливою і агресивною.

**Розділова пропаганда** - це пропагандистський вплив, спрямований на розпалювання міжгрупових протиріч на основі різниці релігійного, національного, соціального, професійного і ін. характеру з метою ослаблення єдності в рядах противника аж до його розколу.

Значну роль в ході реалізації цілей розділової пропаганди зіграла дискредитація військових і політичних керівників Німеччини.

На початку війни англійці скидали над Німеччиною листівки, в яких великим шрифтом називалися суми, нібито поміщені в іноземних банки Герингом, Геббельсом, Ріббентропом, Гіммлером і іншими керівниками рейху. Текст листівки говорив, що при будь-якому закінченні війни ці люди не постраждають. Крім того, в цьому матеріалі разом зі спробами викликати неприязнь до керівництва країни, населенню вселялась думка про те, що соратники Гітлера самі не вірять в свою перемогу.

В ході ведення розділової пропаганди широко використовувалася і дезінформація. Наприклад, для здійснення впливу на бойову міць німецьких ВПС, Бі-Бі-Сі повідомляла про випадки дезертирства німецьких льотчиків зі своїми літаками в Англію. При цьому згадувалися прізвища пілотів, збитих під час повітряних нальотів. Мета даної акції заключалась в спробі спровокувати командування спільно з гестапо на проведення чисток серед особового складу ВПС, а також посіяти недовіру льотчиків один до одного і тим самим вплинути на їх моральний дух і знизити боєздатність.

**Деморалізуюча пропаганда** - це пропагандистський вплив, спрямований на ослаблення психіки людини, загострення його почуття самозбереження з метою зниження морально-бойових якостей до відмови від участі в бойових діях.

**Серед мотивів**, що використовувалися для дестабілізуючого впливу на психіку населення і військовослужбовців противника, можна виділити наступні:

1. *«Траур»* - нагадування про смерть (радіо Люксембург один час транслювало передачу «Листи, які ви не отримали», в якій приємний жіночий голос зачитував уривки з листів, знайдених на тілах убитих німецьких солдатів);

2. *«Голод»* - експлуатація продовольчих утруднень противника (на позиції скидалися барвисті листівки, які зображували різні страви і делікатеси);

3. *«Програна справа»* - навіювання противнику, що його положення безвихідне;

4. *«Сімейні мотиви»* - використання теми «дітей, що чекають повернення батька», спекуляції з приводу дружин, що змінюють фронтовикам з «тиловими пацюками»;

5. *«Перевага в силі»* - показ нездатності противника протистояти силі союзників.

**Пропаганда полону** - це пропагандистський вплив на людину або групи людей, спрямований на формування позитивних установок по відношенню до здачі в полон як єдиного розумного і безпечного виходу з обстановки, яка склалася.

З метою схилення військовослужбовців противника до здачі в полон отримав широке поширення такої спосіб інформаційно-психологічного впливу, як зворотний відпущення військовополонених.

В ході Другої світової війни з'явилася і активно використовувалася так звана «чорна пропаганда», тобто такий вид пропаганди, приналежність джерела якої приписується опозиції або групам опору в рядах противника. Одним з найважливіших елементів «чорної пропаганди» було поширення чуток. За допомогою чуток вирішувалися завдання з дискредитації військово-політичного керівництва, деморалізації населення і військовослужбовців, дезінформації і т.д.

У другій половині XX століття було понад 300 воєн і збройних конфліктів, в ході яких удосконалювалася теорія і практика інформаційно-психологічного впливу. Накопичений в роки Другої світової війни досвід інформаційного впливу був

використаний США в ході війни в Кореї.

У США була створена Рада з психологічної війни, яка займалася оцінкою і випробуванням нових засобів і методів ведення психологічної війни.

Однак відправною точкою формування сучасних теоретичних поглядів на інформаційно-психологічну боротьбу стала війна у В'єтнамі, коли психологічні операції увійшли складовою частиною в проведені збройними силами спеціальні операції.

З В'єтнаму в практику ведення психологічних операцій увійшло надання впливу на населення всієї країни - супротивниці, з'явився перший стратегічний засіб інформаційного впливу - телебачення. Збір, обробка та накопичення інформації почали здійснюватися за допомогою ЕОМ; робилася спроба створення єдиної глобальної інформаційної системи для потреб ведення психологічної війни; практиковалось поширення серед населення телевізорів (3,5 тис. штук) і радіоприймачів.

В ході війни у В'єтнамі створювалася американська концепція психологічних операцій. Почалося використання нових форм впливу на психіку людини, спрямованих, насамперед, на підсвідомий компонент психіки. В американських радіопрограмах, листівках і усних передачах використовувались аргументи, засновані більшою мірою на соціально-психологічних, ніж політичних мотивах. У них переважали такі методи психологічного впливу, як крики жаху, відчайдушний жіночий і дитячий плач, буддійська похоронна музика, записані на плівку крики диких звірів, які повинні були зображати голоси лісових духів, демонів і т.п.

Іноді для того, щоб не дати відпочити бійцям фронту національного визволення Південного В'єтнаму, психологічно виснажити їх, застосовувалася тактика звуковіщання з гелікоптерів на певний район протягом всієї ночі. Програми звуковіщання готувалися під виглядом про звернення до своїх близьких «блукаючих душ». В інших випадках по периметру села скидалися на парашутах магнітофони з тимчасовим реле, які періодично протягом всієї ночі включали і вимикали їх. З

початком застосування «криків з неба» кількість перебіжчиків збільшилось більш ніж в 3 рази, з 120 до 380 чол. у місяць. Ще в деяких випадках в американських листівках підкреслювалося, що вбиті в ході боїв не будуть поховані на землі предків, що за в'єтнамськими звичаями являлось неприпустимим. Рівно через 49 днів (строк поминання померлих у В'єтнамі) на населені пункти, де проживали сім'ї та родичі загиблих військовослужбовців, сипався дощ листівок зі всілякими небесними погрозами. Те ж саме повторювалося рівно через рік. Початок бойових операцій планувався американцями, як правило, на дні, які за в'єтнамським народним повір'ям, були несприятливими і заздалегідь віщували поразки.

Американські бомбардувальники основною метою мали не стільки знищення живої сили противника і руйнування важливих об'єктів, скільки навіювання страху і відчаю перед військовою міццю США.

За підсумками війни у В'єтнамі, незважаючи на поразку в ній США, пропагандистська, психологічна зброя ще більше зміцнила свої позиції. За період бойових дій приблизно 250 тис. в'єтнамців добровільно перейшли на бік противника. За підрахунками фахівців, витрати американської армії на те, щоб убити одного в'єтнамця, склали в середньому 100 тис. дол., у той час як для переконання його перейти на бік США - 125 дол.

Недоліки, що мали місце під час ведення психологічних операцій під час війни у В'єтнамі, були проаналізовані спеціальною комісією комісією. На думку членів урядової комісії, США зазнали поразки у В'єтнамі в той момент, коли втратили підтримку населення у власній країні і світової громадської думки.

Основний урок, який був витягнутий з в'єтнамського досвіду - це роль і значення світової громадської думки. Його недооцінка призвела до міжнародної ізоляції США, стимулювала зростання антивоєнного руху в самих Сполучених Штатах.

На жаль, американський досвід не був врахований військово-політичним керівництвом СРСР при плануванні бойових дій в Афганістані.

Інформаційно-психологічної боротьба між СРСР і США за світову громадську думку після введення радянських військ в Афганістан закінчилася повною перемогою США.

Навпаки, Сполучені Штати активізували свої пошуки в області інформаційно-психологічного впливу і зуміли повністю реалізувати цілі психологічних операцій в ході війни в Перській затоці. У цей період планування психологічних операцій вперше здійснювалося поряд з плануванням бойових дій, і було включено в загальний план проведення операцій «Щит у пустелі» і «Буря в пустелі».

Як **основні завдання** психологічних операцій були визначені:

- ❖ дезінформація командування збройних сил Іраку і широкої громадськості щодо планів військових дій;
- ❖ підриг довіри населення Іраку до президента Саддаму Хусейну;
- ❖ підтримка руху опору в Кувейті і надання допомоги опозиційним силам в самому Іраку;
- ❖ показ безперспективності опору багатонаціональним силам.

Психологічні операції в ході всього конфлікту проводилися за наступними каналами: - національні засоби масової інформації; - федеральні відомства (ЦРУ, ЮСІА і т. д.); - Збройні сили.

Спираючись на цей потужний апарат, Сполученим Штатам вдалося підготувати ґрунт для протидії Іраку: мобілізувати проти нього світову громадську думку, сприяти створенню антиіракської коаліції, поглибити існуючий розкол в арабському світі, розпалити ейфорію «ура-патріотизму» в США та інших країнах Заходу. Спроба ж Іраку знайти підтримку у світовому співтоваристві фактично провалилася.

Своєрідним штрихом психологічного впливу на Ірак стало оперативне насичення міжнародного ринку товарами з антиіракської символікою. Прикладом можуть служити трикотажні вироби із зображенням ракети і написами «Привіт Саддаму від морської піхоти США», «До зустрічі в Багдаді» і т. п.

В ході проведення різноманітних заходів за допомогою радіомовлення, відеопропаганди, друкованих пропагандистських матеріалів, звуковіщення та інших засобів масової інформації здійснювався інформаційно-психологічний вплив на психіку військовослужбовців іракської армії.

При цьому особлива роль відводилася засобам масової інформації, чия робота будувалася на основі спеціальних інструкцій і настанов Пентагону для кореспондентського корпусу.

На думку дослідників (таких як, наприклад, І. Н. Панарін) підсумки війни в Перській затоці багато в чому були визначені глобальним і комплексним застосуванням засобів і сил інформаційно-психологічного впливу на інформаційно-психологічну середу іракського суспільства. США і країни коаліції, застосувавши до Іраку методи «інформаційної блокади» та інформаційної експансії, нав'язали військовослужбовцям і населенню Іраку сприйняття подій, що відбуваються відповідно до поставлених цілей операції. Країни Заходу створили сприятливий для реалізації своїх військово-політичних цілей інформаційно-психологічний простір, як іракського суспільства, так і світового співтовариства.

Підводячи підсумок, відзначимо, що досвід військових конфліктів в 80 - 90-х рр. показав, що психологічні операції міцно трансформувалися в одну з основних складових частин сучасних бойових операцій як на стадії їх підготовки, так і ведення. Вони стали необхідним і важливим комплексом заходів, що забезпечують успіх у збройній боротьбі через інформаційно-психологічний вплив на особовий склад противника, а також певну частину його населення.

Наш час продемонстрував зрослі можливості інформаційного впливу на масову свідомість. У числі яскравих прикладів інформаційної війни можна назвати холодну війну СРСР - США, яка призвела до розпаду СРСР. До цього таким же прикладом агресивного комунікативного впливу було управління ситуацією в Чилі, яке закінчилося поваленням С. Альєнде. Країни СНД додали в цей список війну в Чечні,

яка спочатку була програна на інформаційному полі.

### Контрольні питання

1. Як довго існує інформаційне протиборство?
2. Які приклади інформаційного протиборства з історії Стародавнього світу ви можете привести?
3. До чого зводяться настанови давньокитайського філософа і військового діяча Сунь Цзи щодо інформаційно-психологічного впливу?
4. Які з настанов Сунь Цзи використовуються в сучасних інформаційних війнах?
5. Коли з'явився термін «пропаганда» і що він означав? Що розуміється під цим терміном сьогодні?
6. Що таке «біла», «сіра» і «чорна» пропаганда?
7. Яка війна стала поворотним пунктом у розвитку теорії і практики інформаційно-психологічного протиборства?
8. Коли і в яких країнах стали з'являтися спеціальні органи для надання інформаційно-психологічного впливу на війська і населення противника?
9. З якою метою в роки Першої світової війни в США був створений Комітет з питань громадської інформації? Хто його очолив?
10. Хто такі «чотириохвилиники» Кріля?
11. Яким шляхом в основному виявлявся інформаційно-психологічний вплив у роки Першої світової війни?
12. Які основні ідеї закладені у праці Г. Ласвеля «Техніка пропаганди у світовій війні»?
13. Які форми інформаційного протиборства використовувалися під час Другої світової війни?
14. З якою метою в фашистській Німеччині було створено Міністерство

народної освіти і пропаганди? Хто його очолив?

15. Хто вперше в історії зробив спробу глобального інформаційного впливу на населення інших країн? Як здійснювався цей вплив?

16. Як фашистська Німеччина готувала інформаційно-психологічне забезпечення нападу на СРСР? Які цілі інформаційно-психологічного впливу вважалися основними?

17. Які заходи інформаційно-психологічного характеру зробив Радянський Союз в роки Другої світової війни?

18. Які види пропаганди використовувалися в роки Другої світової війни?

19. Які психологічні мотиви використовувалися «союзниками» для деморалізації населення і військовослужбовців противника?

20. Що нового в теорію і практику інформаційної війни вніс досвід війни у В'єтнамі?

21. Чому Сполучені Штати програли війну у В'єтнамі?

22. В ході якого збройного конфлікту були повністю реалізовано мети психологічних операцій? Які ці цілі?

23. Які висновки щодо психологічних операцій вийшли з досвіду військових конфліктів 80-х - 90-х рр. XX століття?

24. До яких наслідків привела «холодна війна» СРСР - США?

## 4 ТЕОРІЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

На сучасному етапі розвитку цивілізації інформація відіграє ключову роль у функціонуванні громадських і державних інститутів і в житті кожної людини. На наших очах процес інформації розвивається стрімко і часто непередбачувано, і ми лише починаємо усвідомлювати його соціальні, політичні, економічні, військові, культурні та інші наслідки.

По суті, інформація перетворилася в глобальний, в принципі, постійний ресурс людства, що вступило в нову епоху розвитку цивілізації - епоху інтенсивного освоєння цього інформаційного ресурсу. Такі реалії сучасності, як глобалізація інформаційних процесів і всеохоплюючий характер інформаційних потоків, стрімкий розвиток і збільшення ступеня впливу на суспільне життя різних аудиторій телекомунікаційних мереж дали підстави вченим (особливо футурологам) стверджувати, що на зміну індустріальному суспільству, де провідну роль відігравало виробництво, і проміжної постіндустріальної стадії, де поруч з виробництвом важливу роль відіграє сфера послуг, йде нове - інформаційне суспільство, для якого пріоритетною є сфера масових комунікацій.

Перехід до глобального інформаційного суспільства був зафіксований в «Окинавській хартії», прийнятій 22 липня 2000 р. лідерами країн «великої вісімки». А на Женевському Саміті ООН (10-12 грудня 2003 р.) була прийнята Декларація принципів інформаційного суспільства, де, зокрема, дано було робоче визначення інформаційного суспільства: « Інформаційне суспільство - це таке суспільство, в якому кожен міг би створювати інформацію і знання, мати до них доступ, користуватися і обмінюватися ними, з тим, щоб дати окремим особам, громадам і народам можливість в повній мірі реалізувати свій потенціал, сприяючи своєму сталому розвитку і підвищуючи якість свого життя на основі цілей і принципів Статуту Організації Об'єднаних Націй і дотримуючи в повному обсязі і підтримуючи Загальну декларацію прав людини ».

Інформатизація веде до створення єдиного світового інформаційного простору, в рамках якого проводиться накопичення, обробка, зберігання і обмін інформацією між суб'єктами цього простору - людьми, організаціями, державами. Цілком очевидно, що можливість швидкого обміну політичною, економічною, науково-технічною та іншою інформацією, застосування нових інформаційних технологій у всіх сферах суспільного життя, особливо у виробництві і управлінні, є безсумнівним благом. Але необхідна сьогодні ступінь інформатизації може бути досягнута лише в суспільстві з високим науково-технічним і промисловим потенціалом і достатнім культурно-освітнім рівнем населення і, подібно до того, як швидке промислове зростання створило загрозу екології землі, а успіхи фізики породили небезпеку ядерної війни, так і інформатизація може стати джерелом ряду серйозних проблем.

Інформація починає нести в собі як творчу, так і руйнуючу силу, але набагато в більш сильному ступені, ніж це було раніше. Час змінив не тільки суть інформації, скільки інтенсивність впливу. Змінилися контексти її застосування (наприклад, приватне стало суспільним, як це має місце в разі поп-зірок або державних діячів). Одночасно зросла роль публічної інформації в прийнятті політичних рішень, в результаті чого сфера політики стала набагато публічнішою і набагато більш керованою. Але найголовніше - сучасні інформаційні технології привнесли зовсім нові способи спілкування, до яких масова свідомість не змогла адаптуватися.

Сьогодні, в умовах формування інформаційного суспільства інформаційний ресурс стає таким же багатством країни, як її корисні копалини, виробничі і людські ресурси. Зараз економічна могутність суспільства безпосередньо пов'язується з наявністю в його розпорядженні високих технологій, і в першу чергу, в інформаційній сфері.

Перетворення інформації в товар призвело до різкого загострення міжнародної конкуренції за володіння інформаційними ринками, технологіями і ресурсами, а інформаційна сфера значною мірою визначає і ефективно впливає на стан

економічної, оборонної, соціальної, політичної та інших складових національної безпеки країни.

Зростання суперництва в інформаційній сфері дозволяє назвати це інформаційним протиборством (або війною). В даний час інформаційні війни протікають у всіх суспільних сферах і на самих різних рівнях: від простої сім'ї до окремих держав та їх спілок. Однак основними сферами ведення інформаційного протиборства визнаються: політична; дипломатична; фінансово-економічна; військова; духовна.

Це дозволяє, на думку відомого дослідника І. М. Панаріна, розрізняти інформаційне протиборство (війну) в широкому (у всіх сферах) і вузькому сенсі слова (в будь-якій сфері, наприклад, політичне життя). У цьому курсі нас буде цікавити інформаційне протиборство в його широкому розумінні.

**Інформаційне протиборство (або війна)** - форма боротьби сторін, що представляє собою використання спеціальних методів, способів і засобів для впливу на інформаційне середовище сторони противника і захисту власної в інтересах досягнення поставлених цілей.

**Інформаційна сфера** - це сфера загальнолюдської діяльності, пов'язана з отриманням, переробкою, розподілом і використанням інформації.

Невисока вартість технічних засобів, які можуть бути використані в інформаційній війні, істотно розширює **коло її учасників**. Ними можуть бути:

- ❖ окремі країни і їх органи розвідки;
- ❖ злочинні, терористичні і наркобізнесні угруповання;
- ❖ комерційні фірми;
- ❖ особи, що діють без злочинних намірів.

Слід виділити 2 види інформаційного протиборства (війни): інформаційно-технічне; інформаційно-психологічний.

При **інформаційно-технічному протиборстві** головними об'єктами впливу і захисту є інформаційно-технічні системи (тобто системи зв'язку, телекомунікаційні

системи, системи передачі даних, радіоелектронні засоби, системи захисту інформації і т.д.).

При **інформаційно-психологічному протиборстві** головними об'єктами впливу і захисту є психіка політичної еліти і населення протиборчих сторін, системи формування загальної свідомості і думки, системи прийняття рішень.

У сучасному світі інформаційні війни переслідують різні, але по суті дуже схожі цілі. Таким чином, можна сказати, що головні цілі інформаційних війн - це оволодіння капіталом і владою.

В будь-якій інформаційній війні можна виділити три основні етапи:

1. *Визначення цілей* (навіщо вона потрібна і що необхідно отримати в результаті).

2. *Визначення стратегії*, яка повинна враховувати чотири базових компонента комунікаційної технології: підготовку повідомлення, визначення каналу комунікації і цільової аудиторії, на яку орієнтовано повідомлення, вибір комунікатора.

3. *Складання плану* тактичних заходів.

У програмах Університету національної оборони США виділяються такі **форми** інформаційної війни :

- ❖ радіоелектронна боротьба (РЕБ);
- ❖ психологічна війна;
- ❖ війна з використанням засобів розвідки;
- ❖ війна з хакерами;
- ❖ кібернетична війна.

**Радіоелектронна боротьба** передбачає використання різноманітних способів, методів і засобів для дезорганізації функціонування радіоелектронних систем противника і забезпечення стійкості своїх аналогічних систем.

Досвід локальних війн і збройних конфліктів показує, що застосування сил і засобів РЕБ може привести, наприклад, до підвищення бойового потенціалу сухопутних військ в 1,5-2 рази, зниження втрат авіації в повітрі в 4-6 разів, а бойових

кораблів в 2-3 рази. Внесок РЕБ в рішення такій найважливішій оперативної завдання військ як дезорганізація систем управління військами та зброєю противника може досягати 70%.

Військові іноді іронізують: «... хто першим виявить противника, і першим випустить ракету, той і виграє поєдинок, якщо ракета дотягне мети і не буде перехоплена».

**Психологічна війна** складається з проведення різних психол про ня операцій, що мають на меті:

1. спотворення одержуваної противником інформації, а також навіязування йому неправдивої або беззмістовної інформації;
2. психологічну обробку військ і населення;
3. ідеологічні диверсії і дезінформацію;
4. підтримання сприятливої громадської думки;
5. організацію масових демонстрацій під помилковими гаслами;
6. пропаганду і поширення неправдивих чуток.

**Війна з використанням засобів розвідки** має на увазі застосування різних систем і датчиків для спостереження і контролю обстановки на поле бойових дій.

**Війна з хакерами.** *Хакери* - це особи, які займаються пошуком нез а кінних способів проникнення в за щіщені комп'ютерні системи та мережі. Зазвичай хакери є хорошими програмістами. Масові дії хакерів почалися близько 25 років тому, коли широке застосування отримали модеми, які використовуються разом з терміналами користувачів. Дії перших хакерів, які були в основному любителями, можна вважати відносно нешкідливими. Однак пізніше з'явилися висококваліфіковані хакери, які діяли зі злочинними намірами (пошук інформації, яку мож але продати, отримання доступу до секретної військової інформації).

Як правило, хакери використовують певні слабкі місця в системі безпеки. Атаки хакерів можуть бути спрямовані проти військових або менш захищених цивільних інформаційних систем.

Не дарма, мабуть, на порозі ХХ І століття, один американський генерал заявив: «Дайте мені десяток хакерів, і я поставлю на коліна будь-яку країну». Він не блефує, так як сучасний стан глобальних інформаційних мереж і систем управління такий, що невелика злагоджена команда фахівців в області інформаційних технологій і PR здатна ініціювати переворот в організації та управлінні будь-якої розвиненої держави шляхом порушення нормальних управлінських комунікацій і підривної інформаційно-психологічної діяльності, що впливає на свідомість народу даної країни. Добре спланована і успішно проведена атака хакерів може викликати, наприклад, порушення роботи телефонної мережі, банківської системи, системи управління промисловістю, відключення систем енергопостачання або блокування систем управління повітряним рухом.

Найбільша небезпека в діях хакерів і інших злочинних елементів - це можливість впровадження ними комп'ютерних вірусів в програмні засоби, що управляють життєво важливими системами. Такі віруси можуть почати діяти в заздалегідь встановлений час або при настанні певних подій. Найкращий спосіб захисту від таких дій полягає в строгому і надійному вхідному контролі всіх програмних продуктів на відсутність в них вірусів до введення їх в комп'ютери.

**Кібернетична війна** - це війна в кібернетичному (виртуальному) просторі з використанням кібернетичних засобів. На думку багатьох фахівців, це - специфічна, вища форма інформаційної війни, яка включає в себе всі інші її форми, але виключає звичайні військові наслідки.

Кібернетична війна - це концепція ведення війни з використанням моделей і імітації. Ці моделі повинні відображати всі аспекти фактичної війни в реальному часі.

Близьке до реальної дійсності кібернетичне моделювання бойової обстановки дозволяє не тільки заощадити кошти на навчання і тренування особового складу збройних сил, а й випробувати нові сценарії бойових дій і тактичні прийоми без людських і матеріальних втрат.

Теоретично за допомогою моделювання та імітації бойових дій в кібернетичному просторі можна довести, що один з учасників в конфлікті зазнає неминучої поразки. Це означало б, що відпадає необхідність ведення фактичних бойових дій. Однак для цього необхідна згода протилежної сторони з такими результатами моделювання, що практично нереально. Тому чиста кібернетична війна залишиться предметом наукової фантастики на кілька найближчих десятиліть.

В даний час російськими та українськими дослідниками розробляється теорія так званої **консієнтальної війни** (від латинського слова *conscientia* - «свідомість» або «совість») як вищої форми і н формационно-психологічної війни.

Концепція консієнтальної війни вперше була висунута відомим діячем Ю.В. Крупновим і доктором психологічних наук Ю.В. Громико в ході аналізу російських політичних процесів в 1996 р.

**Консієнтальна війна** - це узгоджена за цілями, завданнями, місцем і часом система інформаційно-пропагандистських та психологічних заходів, що проводяться із застосуванням засобів масової інформації, культури, мистецтва та інших засобів протягом тривалого часу за ретельно розробленим сценарієм.

Об'єктом поразки і знищення в консієнтальній війні є певні типи свідомості . В результаті такої війни певні типи свідомості повинні бути знищені, перестати існувати, їх просто не повинно бути. А носії цих свідомостей (той чи інший народ), навпаки, може бути збереженим за умови, що вони відмовляться від форм свідомості - об'єктів ураження і руйнування.

Таким чином, консієнтальна війна - це війна на поразку свідомості. В основі такої поразки лежить знищення людської здатності до вільної ідентифікації, тобто до самовизначення того, ким людина прагне бути і в рамках якої культурно-історичної традиції, до знищення кордонів між добром і злом, до неможливості усвідомлення моральної відповідальності за свою поведінку, нездатності здійснювати моральний самоконтроль, самостійно формулювати для себе моральні обов'язки, вимагати від себе їх виконання і виробляти самооцінку своїх вчинків. Іншими словами, удар

наноситься так, щоб люди не могли відповісти на питання: ким вони прагнуть бути і в рамках якої культурно-історичної традиції прагнуть жити?

З огляду на безпосередній зв'язок ціннісних і цілеполагаючих установок людини з культурою його народу, можна сказати, що об'єктом руйнування в консцієнтальній війні є культурна оболонка противника, а оскільки культура - стрижень цивілізації, питання йде про зруйновані цивілізації.

Ю.В. Громико виділяє **п'ять основних способів** ураження і руйнування свідомості в консцієнтальній боротьбі.

1. Поразка тканин мозку, знижує рівень функціонування свідомості; може відбуватися на основі дії хімічних речовин, тривалого отруєння повітря, їжі, спрямованих радіаційних впливів.

2. Зниження рівня організації інформаційно-комунікативної середовища на основі його дезінтеграції і примітивізації, в якій функціонує і «живе» свідомість.

3. Окультний вплив на організацію свідомості на основі спрямованої передачі мислеформ об'єкту ураження.

4. Спеціальна організація і поширення по каналах комунікація образів і текстів, що руйнують роботу свідомості.

5. Руйнування способів і форм ідентифікації особистості по відношенню до фіксованих спільнот, що приводить до зміни форм самовизначення і до деперсоналізації.

*Як бачимо, консцієнтальної війна - це комплексна форма возде й наслідком на народ і держава в цілому. При цьому основна функція такої зброї полягає в тому, щоб розкласти і знищити народ країни - мішені, який в цьому випадку перестає існувати як народ, розпадаючись на індивідів - «громадян світу» або аморфні групи.*

Сучасні інформаційні війни мають цілий **ряд характерних ознак**, що відрізняють їх від традиційних воєн попередніх століть

- ❖ використання інформаційної зброї;
- ❖ основними об'єктами ураження є інформаційна інфраструктура і психіка

противника;

- ❖ відносна дешевизна;
- ❖ переважно прихований і анонімний характер;
- ❖ можливість її ведення як під час фактичних бойових дій, так і в мирний час і в періоди криз;
- ❖ можливість її реалізації і не тільки у фізичному, а й віртуальному (кібернетичному) просторі;
- ❖ поступове, непомітне впровадження в усі сфери суспільного життя;
- ❖ перманентність у часі (тобто інформаційні війни між державами будуть вестися постійно, змінюючи лише свої форми і методи);
- ❖ відсутність видимих руйнувань (отже, населення навіть не відчуває, що піддається впливу);
- ❖ здатність «малими» інформаційними впливами отримувати «великі» кінцеві результати;
- ❖ слабка контрольованість (оскільки не існує міжнародного законодавства щодо інформаційних воєн);
- ❖ багатоаспектність і багатооб'єктність впливу з вис про кой ступенем координації в часі і просторі;
- ❖ вибірковий вплив на різні верстви населення;
- ❖ можливість одночасного впливу на людину різних «супротивників», захоплюючих різні тематичні зони його свідомості і ін.

У світлі загальної теорії інформаційних воєн важливим уявляється питання про перемогу і поразку в інформаційній боротьбі.

Як правило, **переможцем в інформаційній війні** стає та сторона, яка більш повно здатна промоделювати поведінку противника в різних ситуаціях, визначити власний алгоритм поведінки і реалізувати його. Більш повно промоделювати поведінку противника - це значить у великих обсягах збирати, зберігати і обробляти інформацію про противника; це означає більш повно вивчати поведінку

супротивника - знати і розуміти його історію, культуру, релігію, побут і т. п.

Для вирішення цього завдання найкращими інструментами є засоби обчислювальної техніки з відповідним програмним забезпеченням. Зрозуміло, що результати від застосування комп'ютерних моделей тим якісніші, чим серйозніша використовувана платформа, що включає в себе:

- ❖ обчислювальні потужності;
- ❖ інтелектуальні можливості програмістів-математиків;
- ❖ досвід фахівців, що працюють в області практичної поведінкової психології.

На жаль, серйозність платформи визначається не ідеалами, а фінансами. Тому, у кого основні капітали, у того і більш досконала інформаційна зброя, а, значить, і ключик до перемоги в інформаційній війні. Засоби обчислювальної техніки сьогодні цілком дозволяють в режимі реального часу створити віртуальну модель об'єкта і його зв'язків, а потім проектувати її на навколишній світ, на глядачів, сподівання події. Таким чином, за словами С.П. Расторгуєва, «завжди перемагає той, кому вже сьогодні належить майбутнє».

Є підстави припускати, що країни, що програли інформаційну війну, програють її «назавжди», оскільки їхні можливі кроки щодо зміни ситуації, які самі по собі вимагають колосальних матеріальних та інтелектуальних затрат, буде контролюватися і нейтралізовувати сторона-переможець.

У переможеного в інформаційній війні практично не залишається жодних шансів на удар у відповідь. І він це усвідомлює. Повалений в інформаційній війні інтуїтивно розуміє, що будь-яка його логічно обґрунтоване раціональне поведінка вже прорахована і запрограмована ворогом. Єдине, що йому залишається, - це ірраціональна поведінка.

Таким чином, як стверджує С.П. Расторгуєв, результатом інформаційної війни стає ірраціональна поведінка повалених систем; це їх єдиний шлях «встати на ноги». Ірраціональна поведінка - це хаос, це безцільна смута, це тероризм.

Не випадково тероризм в даний час вже розглядається як широкомасштабне

явище і набуває все більшого політичного звучання.

Чи не найстрашнішим наслідком програшу в інформаційній війні може стати гуманітарне поневолення переможеного народу. В результаті інформаційної агресії у народу - жертви:

1. руйнується цілісне сприйняття навколишнього світу, розривається зв'язок з навколишньою природою і йде формування фрагментарної, часткової, калейдоскопічної свідомості, яка легко піддається маніпулюванню ззовні, через підсвідомість;

2. руйнується історична самосвідомість, реальна історія народу підміняється помилковими міфами, цілісний історичний ін про процес розривається на частини, які протиставляються один одному;

3. зв'язок з природою підміняється вірою в ідеалістичні і матеріалістичні «священні писання», які стикаються між собою і ведуть непримиренну вікову боротьбу, виконуючи принцип «розділяй і володарюй!»;

4. нормальні потреби людини в їжі, одязі, житлі і інше підміняються потребою в грошах, яка культивується і доводиться до пристрасті, тим самим забезпечуючи залежність населення від тих, хто володіє фінансовою системою;

5. культивуються ниці інстинкти, що підривають фізичне, психологічне здоров'я людини і руйнують генофонд нації.

### **Контрольні питання**

1. Чому на сучасному етапі інформація відіграє ключову роль в житті суспільства?

2. Які реалії сучасності дозволяють говорити про виникнення нового інформаційного суспільства?

3. Які міжнародні документи зафіксували перехід до глобального інформаційного суспільства?

4. Що таке «інформаційне суспільство»?
5. Які основні сфери ведення інформаційного протиборства?
6. Що значить інформаційне протиборство в «широкому» та «вузькому» розумінні слова?
7. Що таке «інформаційна війна»?
8. Хто входить до кола учасників інформаційної війни?
9. Які два види інформаційної війни?
10. Які головні цілі інформаційної війни?
11. Які три етапи виділяються в будь-якій інформаційній війні?
12. Які форми інформаційної війни прийнято виділяти в США?
13. Які цілі, на думку американських експертів, повинні бути реалізовані в ході проведення психологічних операцій?
14. Що таке хакерство?
15. У чому суть кібернетичної війни?
16. Які характерні риси консієнтальної війни?
17. Які способи ураження і руйнування свідомості в консієнтальній боротьбі виділяє Ю.В. Громико?
18. Чим сучасні інформаційні війни відрізняються від традиційних воєн попередніх століть?
19. Хто і чому, як правило, стає переможцем в інформаційній війні?
20. Чому одним з результатів інформаційної війни стає тероризм?
21. Чому гуманітарне поневолення народу вважають одним з найстрашніших наслідків програшу в інформаційній війні?

## 5 ІНФОРМАЦІЙНА ЗБРОЯ

Будь-які війни ведуться з використанням відповідного типу зброї. Інформаційні війни ведуться за допомогою інформаційної зброї.

**Інформаційна зброя** - це пристрої і засоби, призначені для нанесення протиборчій стороні максимальної шкоди в ході інформаційної боротьби шляхом небезпечних інформаційних впливів.

В якості **основних об'єктів застосування інформаційної зброї**, як в мирний, так і у воєнний час виступають:

1. комп'ютерні системи та системи зв'язку, що використовуються державними і урядовими організаціями;
2. військова інформаційна структура;
3. інформаційні та управлінські структури банків і промислових підприємств;
4. засоби масової інформації (ЗМІ) і засоби масової комунікації (ЗМК);
5. психіка людини, індивідуальна, масова і колективна свідомість.

Протиборчі сторони можуть використовувати інформаційну зброю в **різних цілях**:

- ❖ порушення роботи систем командування і управління військами і бойовими засобами;
- ❖ дезорганізація діяльності управлінських структур, транспортних потоків і засобів комунікації;
- ❖ блокування діяльності окремих підприємств і банків, а також цілих галузей промисловості шляхом порушення технологічних зв'язків і системи взаєморозрахунків, проведення валютно-фінансових махінацій і т. п.;
- ❖ ініціювання великих техногенних катастроф на території противника в результаті порушення штатного управління технологічними процесу об'єктами, що мають справу з великими кількостями небезпечних речовин і високими концентрації енергії;

- ❖ масове поширення і впровадження в свідомість людей певних уявлень, звичок і поведінкових стереотипів;
- ❖ виклик невдоволення або паніки серед населення, а також провокація деструктивних дій різних соціальних груп;
- ❖ підриг фізичного, психологічного здоров'я людини і руйнування генофонду нації.

В цілому, до **особливостей інформаційної зброї** можна віднести:

- переважно атакуючий характер;
- керованість (тобто можливість впливу на об'єкт в установлений час і заданих масштабах );
- універсальність (тобто можливість ураження об'єктів в широкому діапазоні);
- масштабність (тобто можливість застосування у всіх сферах життєдіяльності людини без звичного обмеження простору і без визнання національних кордонів і суверенітетів);
- скритність (тобто складність визначення моменту початку і точного впливу);
- багатоваріантність форм реалізації;
- невисока вартість створення і висока ефективність трансформаційних змін;
- доступність (тобто легкість поширення і надзвичайна складність контролю над процесом).

З огляду на те, що в науковій літературі (особливо російської і українській) інформаційні війни поділяються на інформаційно-технічні та інформаційно-психологічні, логічно було б, відповідно з такою класифікацією, виділити і два основних види інформаційної зброї: інформаційно-технічну і інформаційно-психологічну.

При цьому головними об'єктами нападу інформаційної зброї першого виду є

техніка, другого - люди.

**До інформаційно-технічної зброї** можна віднести:

- ❖ засоби фізичного впливу;
- ❖ радіоелектронні засоби;
- ❖ програмно-технічні засоби.

До **інформаційних засобів фізичного впливу** відносяться засоби, призначені тільки для впливу на елементи інформаційно-технічної системи: протирадіолокацій ракети, спеціалізовані акумуляторні батареї генерації імпульсу високої напруги, засоби генерації електромагнітного імпульсу, графітова бомб, біологічні та хімічні засоби впливу на елементарну базу.

За допомогою протирадіолокаційних ракет в перші дні повітряної операції коаліційних миротворчих сил в зоні Перської затоки було виведено з ладу 80% наземних радіолокаційних систем (РЛС) Іраку.

Ефективним є і використання генераторів електромагнітного випромінювання. Проведені експерименти показали, що найпростіші малогабаритні генератори на відстані до 500 метрів можуть внести небезпечні спотворення в роботу приладів з літака, що здійснює зліт або посадку, а також заглушати двигуни сучасних автомобілів, оснащених мікропроцесорної технікою.

Графітові бомби застосовувалися американськими збройними силами в ході війни в Перській затоці і в Косово. Їх вражаючий ефект досягається шляхом створення над про об'єктом хмари площею 200 кв. м з вироблених на основі вуглецю тонких волокон. При зіткненні волокон з елементами (ізолятори, дроти і т.д.) відбувається коротке замикання і виведення з ладу електроланок.

**Біологічні засоби** являють собою особливі види мікробів, здатні знищувати електронні схеми і ізолюючі матеріали, використовувані в радіоелектронній техніці.

Радіоелектронні засоби представлені засобами радіоелектронної розвідки, радіоелектронного придушення і деякими іншими. Основним призначенням такої

зброї є контроль інформаційних ресурсів потенційного противника і приховане або явне втручання в роботу його систем управління і зв'язку в цілях дезорганізації, порушення нормального функціонування або виведення їх з ладу як в мирний, так і у воєнний час.

Одним з найбільш ефективних способів отримання необхідної інформації є використання засобів радіоелектронної розвідки. Як приклад можна привести Систему глобального контролю - Міжнародну ліній зв'язку «Ешелон».

Роботу Системи «Ешелон» забезпечує наземна мережа центрів обробки інформації, на яких розміщені 96 комплексів радіоелектронної розвідки, вона здатна перехопити до 2 млн. повідомлень в хвилину. Дві тисячі фахівців - лінгвістів аналізують і расшифровувать інформацію зі 100 мов світу. Космічна угруповання системи налічує від 20 до 40 літальних апаратів.

Система «Ешелон» в стані перехоплювати інформацію, циркулюючу в телефонних і комп'ютерних мережах, в тому числі і Інтернет, а також обробляти отриману інформацію відповідно до заявок користувачів системи. Можливості Системи дозволяють здійснювати контроль за діяльністю, перш за все, посадових осіб вищого ешелону влади, міністерств, відомств, окремих організацій і громадян, а також використовувати Інтернет з метою несанкціонованого доступу до закритої інформації.

Засоби радіоелектронного придушення покликані блокувати або ускладнювати функціонування електронних засобів ворога способом випромінювання, відбиття електромагнітних, акустичних і інфрачервоних сигналів. Радіоелектронна протидія здійснюється автоматичними наземними, корабельними і авіаційними системами постановки перешкод.

По суті, радіоелектронні засоби не є зброєю, яка руйнує об'єкти, але їх застосування передувє в сучасній війні початку бойових операцій, «розчищає» дорогу для безперешкодного застосування бойових систем високоточної зброї.

Наприклад, за кілька днів до початку операції «Буря в пустелі» США вперше в

широких масштабах провели радіоелектронне подавлення активних засобів ППО, органів управління та інших важливих об'єктів на території Іраку. Як відзначали західні експерти, це був «шторм в ефірі». Американці завдали такої потужний радіоелектронний удар по Іраку, що заглушили навіть деякі радіо напрямки на території південних військових округів Радянського Союзу.

**Програмно-технічні засоби** використовуються для збору, зміни і руйнування інформації, яка зберігається в базах даних, а також для порушення або уповільнення виконання різних функцій інформ а ційно-обчислювальних систем.

Програмно-технічні засоби можна класифікувати згідно виконуваних з їх допомогою завдань:

1. засоби збору інформації;
2. засоби спотворення і знищення інформації;
3. засоби впливу на функціонування інформаційних систем.

Причому деякі з цих засобів можуть бути універсальними і використовуватися як для спотворення (знищення) інформації, так і для впливу на функціонування інформаційних систем об'єкта впливу.

Засоби збору інформації дозволяють виробляти несанкціонований доступ до комп'ютерних систем, визначати коди доступу, ключі до шифрів або іншу інформацію про зашифровані дані і по каналах обміну передавати отримані відомості зацікавленим організаціям.

В даний час розроблені спеціальні програмні продукції, так звані «ноуботи», які здатні переміщатися в інформаційній мережі від комп'ютера до комп'ютера і при цьому розмножуватися, створюючи копії. «Ноубот» вводиться в комп'ютерні системи і, виявивши потрібну йому інформацію, залишає в цьому місці свою копію, яка збирає інформацію і в певний час передає її. З метою виключення виявлення в «ноуботі» спочатку можуть бути передбачені функції самоперемещення і самознищення.

Програмний продукт «Демон», введений в систему, записує всі команди, що

вводяться в неї, і в певний час передає інформацію про ці команди. Аналогічно діють і «Винюхувателі», які зчитують і передають перші 128 бітів інформації, необхідних для входу в систему. Програми використовуються для розкриття кодів доступу і шифрів.

«Двері-пастка» дозволяє здійснювати несанкціонований доступ до інформаційних масивів бази даних в обхід кодів захисту. При цьому система і елементи захисту його не розпізнають.

Створені і постійно модернізуються спеціальні технічні пристрої, що дозволяють зчитувати інформацію з моніторів комп'ютерів. Так, вчені Кембриджського університету в березні 2002 року опублікували роботу, в якій показали, що є принципова можливість з відстані в кілька сотень метрів відновлювати картинку екрана просто по мерехтінню світла у вікні кімнати, де встановлений монітор. Також доведено, що з відстані до півтора кілометрів можна знімати дані з постійно миготіючих індикаційних лампочок комп'ютерного обладнання.

Перспективним є також створення мініатюрних спеціалізованих комплексів збору, обробки і передачі інформації, які можуть впроваджуватися під виглядом звичайних мікросхем до складу різних радіоелектронних пристроїв.

Засоби спотворення і знищення інформації включають програмний продукти «Троянський кінь», «Хробак», а також численні комп'ютерні віруси, кількість деяких, перевищує 60 тисяч.

«Троянський кінь» дозволяє здійснити прихований несанкціонований доступ до інформаційних масивів. Він активується за командою і використовується для зміни або руйнування інформації, а також для уповільнення виконання різних функцій системи.

«Черв'як» - це сторонній файл, сформований всередині інформаційної бази даних систем. Він здатний змінювати робочі файли, зменшувати ресурси пам'яті, а також переміщати і змінювати певну інформацію.

Розробка всіляких комп'ютерних вірусів не вимагає великих матеріальних і фінансових витрат, однак їх застосування може бути високоефективним.

До серйозних катастрофічних наслідків призвела, наприклад, дія комп'ютерного вірусу «I love you». На початку травня 2000 року за лічені години ця маленька програма, написана на мові Visual Basic і яка представляє собою командний файл, прикріплюється до електронного листа, розповсюдилась через систему електронної пошти по комп'ютерних автоматизованих системах Азії, Європи та Америки. В одній тільки Північній Америці цим вірусом було заражено близько 80% комп'ютерів в 1000 найбільших компаній. Сумарний збиток від його діяльності досяг 1 млрд. доларів.

Дуже показовим є і інший випадок. Поширений в кінці січня 2004 року в мережі Інтернет вірус практично паралізував роботу цієї мережі на добу в азіатських країнах і знизив пропускну здатність мережі практично в два рази в країнах Європи.

До засобів впливу на функціонування інформаційних систем відносяться «Логічні бомби» (або «логічні закладки»), «Бомби електронної пошти» і т. д.

**«Логічна бомба»** (або «логічна закладка») являє собою інструкцію, що знаходиться в неактивному стані до отримання команди на виконання певних дій на зміну або розпад даних, а також порушення працездатності інформаційно-обчислювальних систем. Так, в ході війни в Перській затоці Ірак не зміг застосувати проти багатонаціональних сил закуплені у Франції системи ППО, позаяк їх програмне забезпечення містило логічні бомби, активізовані з початком бойових дій.

Яскравим прикладом логічної закладки є «Чорнобильський вірус», який щорічно активізує свою роботу 26 квітня в тих системах, куди був впроваджений випадково або навмисно.

Пошук і виявлення логічних бомб і закладок в програмному забезпеченні практично неможливий, тому що фірми - розробники програмного забезпечення практично ніколи не продають вихідних текстів, мотивуючи це небажанням

розкрити «ноу-хау» своїх розробок.

**«Бомби електронної пошти»** - це великий обсяг несанкціонованих повідомлень з метою збільшення навантаження на сервер таким чином, щоб він став недоступний або його ресурси стали недостатніми для нормальної роботи. Саме таким чином був заблокований в березні 1999 р. на три доби сервер НАТО. Невідомий адресат регулярно надсилав на адресу Північноатлантичного блоку близько 2000 телеграм в день, які переповнили електронну «поштову скриньку».

***До інформаційно-психологічному зброї відносяться:***

- ❖ засоби масової інформації та агітаційно-пропагандистські засоби;
- ❖ лінгвістичні засоби;
- ❖ психофізичні засоби.

**Засоби масової інформації** (радіо, преса, телебачення, Інтернет) та агітаційно-пропагандистські засоби (відеокасети, електронні підручники та енциклопедії та ін.), як вид інформаційної зброї масового ураження, призначені для цілеспрямованого завдання інформаційної шкоди, головним чином, духовно-моральному життю населення протилежної сторони. В першу чергу, удар наноситься по його історичній пам'яті, системі цінностей, світогляду, морально-етичним ідеалам з метою можливого управління його поведінкою, а також - для створення перешкоди аналогічним впливам противника.

Проходячи через свідомість кожного члена суспільства, тривалий масований інформаційно-психологічний вплив руйнівного характеру створює реальну загрозу існуванню нації в результаті трансформації її історично сформованої культури, основних світоглядних і ідеологічних установок.

Один з найбільших дослідників в області інформаційних воєн С.П. Расторгуєв вважає, що при сучасному рівні розвитку ЗМІ стає можливою навіть така операція, як перенесення методів гіпнотичного навіювання з окремої людини на цілі суспільства.

На думку вченого, процес наведення гіпнотичного стану на окреме суспільство

міг би виглядати приблизно так:

1) розслабити суспільство, тобто вселяти через засоби масової інформації, що ворогів немає, при цьому обговорювати окремі історичні періоди та інтереси окремих народностей (мета: суспільство як ціле має зникнути як об'єкт свідомості суспільства);

2) змусити суспільство слухати тільки противника, не звертаючи уваги на якісь інші думки або відчуття, припустимо, акцентувати увагу засобів масової інформації виключно на якусь природну парадигму суспільного розвитку, наприклад західної, виключивши будь-який інший досвід: Китай, Японію, мусульманський світ (мета: процес завантаження суспільної свідомості і діючих сил ослабляються);

3) змусити суспільство не розмірковувати над тим, що говорить противник, для цього виключити із засобів масової інформації серйозні аналітичні дослідження проблем (мета: сприяти гальмуванню безперервного потоку думок);

4) зосередити увагу суспільства на якомусь предметі, крім вхідного інформаційного потоку, наприклад, внутрішні катаклізми, війни, акти терору (мета: підсистема захисту, відповідальна за обробку вхідної інформації, виявляється не в змозі виконувати свою функцію і ніби розбудовується);

5) постійно вселяти, що саме суспільство стає краще і краще, що всі навколишні ставляться до нього краще і краще (мета: подібне навіювання послаблює історичну пам'ять і почуття самоідентифікації, якими характеризується нормальний стан суспільства);

6) засоби масової інформації одночасно повинні переконувати членів суспільства, що нинішній стан - це не зовсім те, що повинно бути (мета: створення пасивного стану свідомості, в якому зберігається можливість залежності від інформаційного впливу противника).

Існують численні факти, коли не тільки зарубіжні, а й деякі вітчизняні ЗМІ, прикриваючись гаслами «об'єктивності інформаційного висвітлення» тих чи інших подій, завдають шкоди інформаційній безпеці країни шляхом маніпулювання

інформацією, поширення дезінформації, інформаційної підтримки різних угруповань екстремістського і кримінального ґтибу. І ця проблема посилюється як за рахунок монополізації вітчизняних ЗМІ, так і за рахунок неконтрольованого розширення сектора зарубіжних ЗМІ в інформаційному просторі України.

Можлива й інша сумна перспектива. Станції голосової дезінформації, що розробляються в даний час в США, дозволять входити в радіомережі об'єкта впливу і змодельованих комп'ютерними засобами голосом, наприклад, командира підрозділу противника віддавати накази і розпорядження підлеглим військам, тим самим порушуючи управління військами.

**Лінгвістичні засоби** (мовні одиниці, «спеціальна» термінологія, мовні звороти, що мають неоднозначність при перекладі на інші мови і ін.) призначені, головним чином, для використання висококваліфікованими фахівцями при веденні міжнародних переговорів, підписання та виконання договорів між сторонами. Дані засоби можуть забезпечити довготривалий високий ефективний результат.

Наприклад, в текстах договорів про обмеження систем ПРО США і СРСР від 1972 р. про ліквідацію РСМД від 1987 р. про обмеження і скорочення стратегічних озброєнь від 1991 р. можна легко виявити сліди лінгвістичної боротьби. Так, наявність лише однієї малозрозумілої фрази: «РЛС з великими фазованими системами перед повідомленням про пуск балістичних ракет стратегічного призначення повинні розміщуватися тільки на національній території, по її периферії і зверненими зовні», дозволило США мати дві РЛС за кордоном своєї національної території, в Гренландії і Великобританії, а одну - в центрі півострова Аляска на відстані 800 - 1000 км від берегової лінії Світового океану. У той же час СРСР свого часу був змушений ліквідувати свою РЛС подібного типу, побудовану під Красноярськом в 800 км від китайського кордону.

Психофізичні засоби призначені для прихованого насильницького впливу на підсвідомість людини з метою модифікації його свідомості, поведінки і фізіологічного стану в потрібному для впливаючого боку напрямку.

Новітні дослідження переконливо довели, що наша оперативна пам'ять, яка формує наш «здоровий глузд», - це всього лише мала частина від нашої «сумарної» пам'яті, якою володіє людина. Головний її «резерв і сховище» - наша підсвідомість. У підсвідомості міститься від 70 до 99 відсотків обсягу нашої пам'яті (всіх знань). Звідси такий величезний інтерес до розкриття «резервних» можливостей людини шляхом прямого впливу на її підсвідомість. При цьому людина не усвідомлює ані мету, ні навіть факт самого впливу.

Психофізичні впливи без відома самої людини позбавляють його права самостійного вибору логічно обґрунтованих рішень, свободи вибору своєї поведінки, здійснення мрій, вираження емоцій і навіть психофізіологічного стану організму (настрої, здоров'я). У граничному варіанті людина, яка бачила психофізичну у дію, перетворюється на зомбі, яка безвідмовно виконує волю свого повелителя. Людина, що піддалася «програмуванню», зовні поводить себе так, як звичайна людина, і не підозрює про те, що вона «запрограмувалась». Вона зреагує тільки на ключову команду, передану в потрібний час. Після виконання завдання людина - «зомбі» навіть не усвідомлює, що вона зробила за цією командою, оскільки програмою їй «наказали» забути цей факт.

У підсвідомість такої людини можна закласти і кілька спецпрограм. Ілюстрацією подібного програмування є відомий випадок арешту агента ЦРУ Луїса Кастільо, звинуваченого у вбивстві президента Філіппін Маркоса. Перед допитом агенту ввели «сироватку правди» - психотропний засіб - і провели ряд гіпнотичних сеансів. Виявилося, що ця людина в різних ситуаціях відчувала себе чотирма різними агентами з різними «легендами», причому, кожна з його особистостей нічого не відала про інших. Мабуть, піддавши мозок Кастільо складній обробці за допомогою психофізичних засобів, в нього заклали відразу кілька програм, кожна представляла собою якесь завдання. Нову особистість «включали», ймовірно, за допомогою окремого коду.

До **основних психофізичних засобів** можна віднести: психотропні засоби;

суггестію, психотропні засоби.

Психотропні засоби, що представляють собою *фармакологічні засоби хіміко-біологічного характеру* призначені для дії на психіку людини на генному або хромосомному рівнях. Вони змінюють психічні, емоційні і поведінкові функції людини, надаючи депресивний або стимулюючий вплив.

Психотропні речовини діляться на нейролептики, антидепресанти, транквілізатори, наркотики, гіпнотики, психостимулятори, психоделики.

Результатом застосування психотропних засобів можуть стати депресія, страхи, тривоги, гнів і злість, можливі рухові порушення у вигляді загальмованості або збудження, розлади сприйняття мислення, галюцинації, зміни темпів мислення, маячні ідеї, зміна особистості.

Щоб змусити людину робити те, що вона робити не хоче, зовсім не обов'язково хірургічним шляхом змінювати будову його головного мозку або примушувати його силою. Потрібно тільки правильно підібрати препарати і відповідним чином їх застосувати. Так, років 30 тому з'явився препарат «бі-зет» - потужний психотропний засіб, який ефективно впливає на маси людей. Досить обробити їм, скажімо, батальйон на марші, і той стає некерованим. Хоча кожен окремих солдат залишається при цьому практично нормальним. Сьогодні ніхто не може дати гарантію, що на базі даного препарату вже не створили більш чинний засіб впливу на психіку! Немає гарантій і того, що його не використовують для організації «стихійних» мітингів і демонстрацій або хоча б для стимуляції поведінки людей в натовпі. Тим більше, що до теперішнього часу вже створені так звані нейромедіатори, які контролюють агресивну поведінку людини.

Сильно впливають на психіку людей деякі пахучі речовини. Певні запахи викликають конкретні дії і поведінку людини. Запах - це щось на зразок пульта управління, який керує людськими емоціями і через них вчинками людей. За допомогою запахів можна підвищувати або знижувати кров'яний тиск, сповільнювати або прискорювати серцебиття, порушувати чи, навпаки, присипляти.

Встановлено, що деякі запахи знімають депресію у хворих, покращують їхня будова. Клінічні експерименти показали, що аромат лаванди, ромашки, лимона і сандалового дерева послаблює активність головного мозку швидше, ніж будь-який депресанти. А жасмин, троянда, м'ята і гвоздика збуджують клітини сірої речовини потужніше, ніж міцна кава. Зрозуміло, що застосовуючи запахи для впливу на людей, можна вдарити в найслабше місце їхньої психіки. Чим і користуються фахівці інформаційно-психологічної війни.

Відомо, що в стінах російського Центру екстремальної медицини ведуться роботи по психофізичної корекції бійців спецподрозділів.

Суперсолдат XXI століття - це інтелектуал зі стовідсотковими фізичними даними, скоригованими для виконання певної задачі. Такого стану борець здатний досягти в результаті прийому нового психостимулятора, який різко підвищує мозкову активність солдата. Здібності такого бійця воістину фантастичні. Новий препарат одночасно і заспокоює, і викликає прилив бадьорості і відчуття впевненості. Солдат, який пройшов курс психостимуляції, здатний протистояти один чотирьом в рукопашному бою. Він може пройти без відпочинку воісімдесят кілометрів і після цього всадити в яблуко мішені десять куль підряд з трьохсот метрів.

Інший препарат здатний продовжити життя бійця після поранення, несумісного з життям. Солдат, який за всіма канонами медицини вже є трупом, здатний мислити і довести до кінця бойову операцію, допомогти своїм товаришам і зберегти їм життя. Тільки після цього він помре.

Окремо слід згадати про так звану генну сільськогосподарську продукцію. Дослідження багатьох вчених світу демонструють: чим більше людина споживає генопродуктов, тим більше ризик злоякісних змін в складі крові, захворювань нервової системи, головного мозку. По суті справи, спеціально вирощені генопродукти використовуються країнами - постачальниками в якості психотропної зброї масового застосування. Наприклад, американцям - постачальникам генної сої

потрібно досліджувати, як впливає генний продукт на людський організм.

**Сугестія (або навіювання)** - це цілеспрямований вплив на особистість або групу (масове навіювання), сприймається на рівні підсвідомості і приводить або до появи певного стану духу, почуття, відносини, або до вчинення певних вчинків.

В результаті сугестії у об'єкта навіювання виникає схильність підкорятися і змінювати поведінку не на підставі розумних, логічних доказів або мотивів, а на одному лише вимогу або пропозицією, що виходить від іншої навіюваної особи. При цьому сама людина не віддає собі звіту в такій підкорюваності, продовжуючи вважати свій образ дії як би наслідком власної ініціативи або власного вибору.

Існує два види сугестії:

1. *акустична сугестія* (здійснюється через слуховий канал);
2. *візуальна сугестія* (здійснюється через зоровий канал).

Найбільш поширеним методом акустичної сугестії вважається такий, коли на музику за допомогою мікшера накладається неоднократно повторюваний словесний текст навіювання, але з уповільненням в десять - п'ятнадцять разів. Слова сприймаються, як глухе виття, і після накладення стають зовсім непомітними. Хоча, з технічної точки зору, такий прийом легко виявляється.

Широко відомим методом візуальної сугестії є «вклеювання» 25-го суггестивного кадру в потік зорової інформації. Суть методу полягає в тому, що під час демонстрації фільмів людське око бачить тільки 24 кадри в хвилину, а зображене на 25-му кадрі під сприймається на рівні підсвідомості. Стверджується, що при цьому можна домогтися приголомшливого ефекту впливу на нічого не підозрюючих глядачів. У найбільш розвинених країнах ця технологія вже заборонена. А ось в Росії, наприклад, відома спроба єкатеринбурзької Телекомпанії АТН залучити глядачів забороненим прийомом. В одну зі своїх програм телетехніки вмонтували 25-й кадр із закликem «Сиди і дивися тільки АТН!». Телевізійників швидко викрили та навіть позбавили ліцензії на мовлення, тому що цей метод теж легко відстежується технічно. Свого часу в українській пресі пройшло аналогічне

повідомлення про використання 25-го кадру в передвиборчому ролику кандидата в президенти В. Ющенко.

Нині розробляються більш досконалі методи, засновані на «диспаратному пред'явленні», коли кожен кадр відеоінформації містить тільки частину сугестивного образу, не розкривати технічні прийоми; складання всіх частин навіюваного відеозображення відбувається на неусвідомлюваному рівні об'єкта впливу.

Ефект впливу істотно посилюється при комбінованішому використанні різних типів навіювання. Найбільш відомим та простим прикладом такої кооперації і впливу є комплексне використання акустичної та візуальної сугестії. Вже доведено на практиці, що несвідома акустична сугестія, що супроводжує зорову усвідомлену інформацію, може модулювати ставлення людини до останньої. Наприклад, при показі людського обличчя піддослідні оцінювали його як образ людини хорошого або поганого в залежності від установки, що формується у них за допомогою одночасно неусвідомлюваної акустичної сугестії (спокійної, радісної, тривожної, войовничої і т.д. музики).

Сугестивний вплив здійснюється двома шляхами: в звичайному стані свідомості та в зміненому стані свідомості.

У **звичайному стані свідомості** сугестивний вплив здійснюється приховано. Об'єкту «потрібна» інформація видається на тлі потоку якихось інших аудіо- та відео- повідомлень.

На підсвідомість людини можна впливати і після введення його в **змінений стан свідомості**. Для цього використовується гіпноз і психотренінги. Суггестор вселяє суггестованому потрібну формулу поведінки при зміненому стані свідомості. Людина перетворюється на заручника чийсь волі.

Найбільш складною формою сугестії є нейролінгвістичне програмування (НЛП), що досягається шляхом довгої і кропіткої підбору «ключа» до підсвідомості людини. В якості такого «ключа» використовується спеціально підібраний текст (так званий

нейросемантичний гіпертекст), що містить найбільш значущі слова і фрази для навіюваної особи, значної групи осіб, підрозділу, регіону. Найбільш ймовірна область застосування НЛП - засоби масової інформації з орієнтацією на певний добре вивчений контингент населення, освіта, медицина.

Пам'ять, свідомість, підсвідомість будь-якої людини розглядаються фахівцями в області НЛП як ділянки «мапи». Мапа виглядає як слабо структурована суміш даних програм поведінки, що представляють з себе особисту модель світу. Вона легко перепрограмується після введення людини в спеціальні інтерфейсні режими.

Неспроста НЛП з його можливостями швидкого навчання - програмування людини сьогодні набуває все більшої і більшої популярності, але і таїть в собі надзвичайної сили небезпека. В технології НЛП дуже важливо зберегти і розвинути «екологічну» складову. Екологічність - це облік можливих небажаних результатів програмування людини і обов'язкове моделювання їх запобігання. Саме час ставити питання про загальну психологічну безпеку і навчати індивідуальних засобів захисту від несанкціонованого зомбування.

Щодня через радіо- і телевізійний ефір, через газети, Інтернет і шляхом прямого спілкування, нам нав'язують цілком певні моделі поведінки, програмують на цілком певні вибір і покупку. Все це відбувається незалежно від нашої свідомості і, вже звичайно, проти нашої волі.

**Психотронні засоби** – це засоби техногенного впливу на фізичний стан і свідомість людини. Вони повністю вирішують проблему дистанційного керування фізичним станом людини, його психікою і свідомістю. До найбільш поширених психотронних засобів відносяться: генератори електромагнітних випромінювань, генератори інфразвуку і ультразвуку, лазерні випромінювачі, генератори спецвипромінювань (торсіонних, лептонних, нейтронних) комп'ютерні технології та ін.

Наведемо деякі приклади впливу психотронної зброї на людину.

Надвисокочастотні (НВЧ) випромінювачі порушують роботу головного мозку і

центральної нервової системи, людина чує неіснуючі шум і свист. Різновидом такої зброї є Система активного відкидання, розроблена американцями. Ця установка здійснює короткочасний шоківий вплив на людей на відстані до 500 м. Пентагон провів сертифікаційні випробування установки на добровольцях, які при опроміненні відчували больовий шок і рефлекторні прагнення негайно сховатися із зони ураження.

Американська звукова гармата здатна впливати на поведінку натовпу, налаштовуватися на окремо обрану людину серед натовпу, транслявати виключно їй одній звук прямо в голову, а також впливати на команди кораблів противника, очищати будівлі від терористів, викликати паніку у військових підрозділах і т.п. Цей пристрій вражає людей потужним звуком в 150 децибел. Для порівняння: шум двигунів реактивного літака становить близько 120 децибел, шум у 130 децибел може пошкодити слуховий апарат людини.

Інфразвукову зброю засновано на використанні звукових хвиль інфразвукового діапазону, що не сприймаються людським вухом. Експериментально встановлено, що підбомо шуму частоти звукових коливань в районі 10 Гц можна впливати на людину, викликаючи у нього діскомфортні стани (почуття тривоги, страху, жаху), ураження серцево-судинної системи, деструкцію кровоносних судин і внутрішніх органів.

У США створено «лазерний сліпучий» для гранатомета, умовно названий «Sabot 203». Він складається з лазерного діода, поміщеного в тверду пластикову капсулу, і панелі управління, яка посиляє в неї імпульси. Натисканням кнопки на панелі керування стрілок переводить лазер в режим безперервного випромінювання, що дозволяє засліпити противника яскраво-червоним світловим променем. На думку творців установки, вона має ефективну дальність дії до 300 метрів. У Сомалі американці випробували цей вид психотронної зброї на цивільне населення. Спрямований в натовп вороже налаштованих місцевих жителів лазерний промінь сліпучий викликав серед них паніку.

Розробкою психотронної зброї свого часу активно займалися вчені СРСР. У 1973 році у військових колах з'явилися відомості про те, що у військовій частині 71592 була створена потужна установка «Радіосон». Вона могла приспати населення цілого міста.

Росія теж не відстає в сучасних психотронних технологіях, пропонуючи встановити на супутниках в космосі спеціальні прилади для передачі голографічних зображень на поверхню хмар, які є хорошим лазерним екраном. Такі зображення будуть при певних умовах видно з землі на території радіусом в 100 - 150 кілометрів. Голографічні зображення здатні здійснювати серйозний вплив на психічний стан людей, особливо в екстремальних або бойових умовах. Планується, наприклад, створювати на небі голографічні зображення ісламських мучеників, які «з небес» будуть радити своїм одновірцям припиняти спротив, здаватися на милість ворога або повертатися додому. За наявними фактами можна припустити, що випробування подібних пристроїв вже проводяться.

Вищим досягненням комп'ютерних технологій на сьогодні є віртуальна реальність, яка дозволяє прориватися в глибинні пласти людської психіки, підміняти окремі елементи самообразу в потрібному напрямку і в кінцевому підсумку ефективно маніпулювати свідомістю віртуального користувача. Швидкий розвиток комп'ютерних технологій віртуальної реальності створює загрозу появи техногенного наркотику - більш сильного і «гнучкого» для управління свідомістю людини, ніж нині відомі наркопрепарати.

За допомогою комп'ютерних ігор можна трансформувати психіку людини, що грає в заданому програмно підтримуваному напрямку. У мозку гравця виникають сліди-фантоми, сновидіння, страхи, епілептичні припадки, кошмари. Багато дітей після подібних ігор попали в лікарні і отримали серйозні психологічні травми.

Ще одним «досягненням» комп'ютерних технологій стали так звані «біовіруси», які несуть в собі підсвідомі повідомлення.

Першою ластівкою був біовірус rave on швейцарського програміста Юліуса

Фурхта, який маскувався під «глюковату» програму перегляду постскріптовських файлів. «Програма» повідомляла, що не може працювати з даним режимом монітора, після чого монітор починав мерехтіти. Частота мерехтіння монітора була підібрана так, що діяла гіпноотично. Один кадр на кожні 60 передавав підсвідоме повідомлення «Біснуйся! Радуйся і не засмучуйся!»

Біовірус V666 названий «диявольським числом» за кількістю байт його обсягу. Використовує класичну ідею 25-го кадру. Виводить на екран монітора строго певну комбінацію світлових плям, які вводять оператора в гіпноотичний стан, при якому він втрачає свідомий контроль над собою. Цей же вірус руйнівню впливає на фізіології оператора. За розрахунками творців вірусу, підсвідоме сприйняття нового зображення повинно викликати зміну серцевої діяльності: її ритму і сили скорочень. В результаті з'являються різкі перепади артеріального тиску в малому колі кровообігу, які призводять до перевантаження судин головного мозку людини. За даними спеціального дослідження, за останні кілька років тільки в країнах СНД зафіксовані 46 випадків загибелі операторів, що працюють в комп'ютерних мережах, від подібного вірусу.

Аналогічним прикладом психотронної впливу на психіку людини стала масова «телевізійна епідемія», що спалахнула в Японії 1 грудня 1997 після демонстрації чергової серії популярного мультфільму «Покетмон» («Pocket monsters» - «Кишенькові чудовиська»). Понад 700 дітей були доставлені в лікарню з симптомами епілепсії. На думку психіатрів, масову недугу викликали епізоди, що супроводжувалися численними сліпучими різнобарвними спалахами. Медики довели, що мерехтіння червоного кольору з частотою від 10 до 30 спалахів в секунду викликало спочатку роздратування очних нервів і частковий спазм судин головного мозку, а потім втрату свідомості, судоми і навіть спазматичне припинення дихання (ядуха).

За твердженнями незалежних дослідників, в Росії та інших країнах СНД практикується «мережевий» метод психотронної впливу на населення. При цьому

методі потужність біоенергетичного генератора через систему фільтрів вводиться в побутові мережі житлового будинку. Таким чином, всередині будівлі створюється високочастотні радіополя. Опромінення громадян ведеться по електричним, телефонним, радіо-, тепло- і водопровідним мережам, арматурою в стінах, охоронним мережам, через колективні ТВ-антени, а також з використанням пересувних і авіакосмічних засобів.

Державна пожежна інспекція на догоду спецслужбам замовчує факт використання ними побутових електромереж для введення високої частотної складової, що є причиною пожеж в житлових будинках. А вибухи газу в квартирах - результат підключення ультразвукових генераторів до газових та водопровідних труб.

Як бачимо, інформаційна зброя у всіх своїх різновидах демонструє невичерпні можливості її негативного, руйнівного впливу на особистість, суспільну свідомість і на інформаційно-технічні системи суспільства. Це дозволяє стверджувати, що роль інформаційної зброї значно зростає в умовах стихійних ринкових відносин, правового «свавілля» і глобальної інформатизації на основі створення і вдосконалення нових інформаційних технологій (НІТ), єдиних телекомунікаційних мегамережею (типу Інтернет) і незалежних засобів масової інформації.

### **Контрольні питання**

1. Що таке інформаційна зброя?
2. Що виступає в якості основних об'єктів застосування інформаційної зброї?
3. З якою метою може використовуватися інформаційна зброя?
4. Які особливості інформаційної зброї?
5. Які основні види інформаційної зброї?
6. Які різновиди інформаційно-технічного зброї?

7. Що відноситься до інформаційних засобів фізичної дії?
8. Що відноситься до радіоелектронних засобів?
9. Які можливості Системи глобального контролю міжнародних ліній зв'язку «Ешелон»?
10. Для чого в інформаційних війнах використовуються програмно-технічні засоби?
11. На які види поділяються програмно-технічні засоби?
12. Що таке «ноуботи» і для чого вони призначені?
13. З допомогою яких програмних продуктів вирішуються завдання збору інформації?
14. Які програмні продукти відносяться до засобів спотворення і знищення інформації?
15. Що можна віднести до засобів впливу на функціонування інформаційних систем?
16. Які різновиди інформаційно-психологічної зброї?
- 17 Чому ЗМІ можуть виступати в якості небезпечної інформаційної зброї?
18. Як, на думку вченого С. П. Расторгуєва, міг би виглядати процес наведення «гіпнотичного» стану на окреме суспільство?
19. Які види психофізичної зброї Ви можете назвати?
20. Що таке психотропні засоби і для чого вони призначені?
21. Що таке сугестія і як вона використовується в якості інформаційної зброї ?
22. У чому полягають особливості психотронної зброї?

## 6 МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Під час інформаційно-психологічної боротьби сторони, або одна зі сторін, надають один на одного інформаційно-психологічний вплив.

**Інформаційно-психологічний вплив** є цілеспрямоване виробництво і розповсюдження спеціальної інформації, яка надає безпосередній вплив (позитивний чи негативний) на функціонування та розвиток інформаційно-психологічного середовища суспільства, психіку і поведінку політичної еліти і населення протилежної сторони.

*Різновидами інформаційно-психологічного впливу є: психологічний вплив; пропагандистський вплив.*

Хто ж «створює» такі дії? Їх створюють креативні, як правило, високоосвічені люди.

Основне завдання політичних лідерів країни - вивести цих людей на стратегічний рівень ведення інформаційного протиборства.

Необхідно відзначити, що інформаційні впливи небезпечні (або корисні) не так самі по собі, скільки тим, що «запускають» потужні матеріально-енергетичні процеси, керують ними.

Суть колосального впливу інформації якраз і полягає в її здатності «точково» контролювати соціальні процеси, впливати на параметри, які на багато порядків вище самої керуючої інформації.

Створення глобального інформаційного співтовариства висуває особливі **вимоги до творців інформації:**

- ❖ Постійний контроль своїх дій, вчинків і можливостей.
- ❖ Дотримання всіх відомих вимог конфіденційності.
- ❖ Впевненість в собі, в своїх силах і можливостях.
- ❖ Обережність і скритність.
- ❖ Власна система отримання та аналізу інформації.

- ❖ Постійне самовдосконалення.
- ❖ Протидія інфологемам противника.

**Інфологема** - це помилкова, перекручена або неповна інформація, що представляє реальні події у вигляді ідеологічних міфів чи політичних пропагандистських вигадок.

Інфологеми з'являються на світло як результат свідомих, цілеспрямованих маніпулятивних впливів або, що значно рідше - неусвідомлюваних помилок.

Інфологеми здатні до розширеного самовідтворення, саморозмноження. Вони формують:

- ❖ картини світу в індивідуальній, груповій і масовій свідомості;
- ❖ стійкі стереотипи індивідуальної і соціальної поведінки;
- ❖ ціннісні установки і орієнтації майбутніх поколінь.

*Завдання професіонала інформаційного протиборства* - вчасно «розгледіти» інфологеми противника і своєчасно відреагувати на них.

Як і будь-які ідеологічні міфи, інфологеми активні й агресивні. Вони енергійно витісняють достовірну інформацію, залишаючись нерідко правдоподібними. Найчастіше інфологеми допомагають відволіктися від неприємної реальності, зняти фрустрацію, зменшити тривожність і, в кінцевому рахунку, забезпечити деяку децицію психологічного комфорту. Тому так часто успіх супроводжує чутки і плітки.

Виробництво інфологем носить, як правило, деструктивний характер . Вони лягають на благодатний ґрунт напруженої психології мас, з ходу вводяться в інформаційні канали і легко перетікають в різні області політичного та духовного життя. Особливо ефективно застосування інфологем під час виборів.

Слід визнати, що інфологеми є основним продуктом діяльності політтехнологів. Політичні консультанти і журналісти широко використовують інфологеми передвиборного призначення. Один з найпоширеніших прикладів - «фігура умовчання»: повідомляється, що кандидат притягувався до суду, але нічого не

говориться про суть і час правопорушення. Взагалі ретельно дозована інформація може істотно спотворить уявлення виборців про кандидатів і їхніх програми.

Велика частина соціально-політичних інфологем має в основі **дві особливості**:

- ❖ ксенофобію, ненависть до чужого;
- ❖ прагнення знайти ворога, винуватця своїх бід.

Так з'являються *інфологеми про ворогів* - комуністів для одних, або про демократів, що розорили країну, для інших, про безпринципних - для третіх. Супроводжуючі інфологеми - перетворення себе в жертву. Саме інфологеми часто формують громадську думку і соціально-психологічні стандарти поведінки громадян.

Інфологеми можуть виконувати такі **функції**:

1. охороняють;
2. аргументують;
3. коментують;
4. проголошують;
5. відволікають;
6. приховують;
7. помилково орієнтують ;
8. дезорієнтують (підміняють орієнтири).

На основі інфологем, за рахунок спотворення фактичної основи подій, нерідко будуються великі інформаційно-пропагандистські кампанії для підриву довіри громадян до реалізованого політичного курсу або до конкретних подій.

Для того щоб отримати перемогу в інформаційній війні протиборчі сторони широко використовують маніпулятивні технології.

Маніпулятивних прийомів, їх варіантів і видозмін в соціумі надзвичайно багато. Однак використовуючи *три таких основних критерії*, як частота використання, широта застосування і ступінь впливу, можна виділити групи маніпулятивних прийомів, що мають найбільш універсальний характер.

І.М. Панарін призводить сім основних прийомів, які в систематизованому вигляді були сформульовані в США в кінці 30-х рр. в Інституті аналізу пропаганди.

### **1. «Приклеювання або навішування ярликів».**

Даний прийом полягає у виборі образливих епітетів, метафор, назв, імен, так званих «ярликів», для позначення, ними людини, організації, ідеї, будь-якого соціального явища. Ці «ярлики» викликають емоційно негативне ставлення оточуючих, асоціюються у них з низькими вчинками і, таким чином, використовуються для того, щоб зганьбити особистість, висловлювані ідеї і пропозиції, організацію, соціальну групу або предмет обговорення в очах аудиторії.

### **2. «Сяючі узагальнення» або «блискуча невизначеність».**

Цей прийом полягає в заміні назви, позначення певного соціального явища, ідеї, організації, соціальної групи або конкретної людини більш загальним родовим іменем, яке має позитивне емоційне забарвлення і викликає доброзичливе відношення оточуючих. Прийом заснований на експлуатації позитивних почуттів та емоцій людей до певних понять і словами, наприклад, таким як «свобода», «патріотизм», «співдружність», «світ», «щастя», «любов», «успіх», «перемога», «здоров'я» і т.п.

Такого роду слова, що несуть позитивний психоемоційний заряд, застосовуються для протягування рішень і поглядів, оцінок і дій, вигідних для конкретної особи, групи або організації. Наприклад, щоб ввести свої війська в якийсь регіон світу, можна вжити поняття «миротворча акція». В іншому випадку можна замінити фразу «ряд партій об'єдналися в єдиний блок» на більш позитивне, типу «була створена демократична коаліція».

### **3. «Перенесення» або «трансфер».**

Суть даного прийому полягає в майстерному, ненав'язливому і непомітному для більшості людей розповсюдженні авторитету, престижу або негативу того, що ними цінується, поважається або засуджується, на те, що їм підносить джерело комунікації. Прийом використовується або для підвищення авторитету, або для

дискредитації конкретних осіб, ідей, і ситуацій, соціальних груп і організацій. Наприклад, говорячи про те, що «уряд очолила Ю. Тимошенко - «натхненник Майдану», комунікатор явно підсилює позитивний вплив інформації на аудиторію. Інші почуття може викликати інша фраза: «Уряд очолила Ю. Тимошенко, яка свого часу тісно співпрацювала з П. Лазаренко».

#### **4. «Посилання на авторитети» або «свідчення».**

Зміст цього прийому полягає в цитуванні висловлювань на задану тему тих особистостей, які володію високим моральним авторитетом або ж, навпаки, таких, які викликають негативну реакцію у категорії людей, на яких спрямовується маніпулятивний вплив.

Використовувані висловлювання зазвичай містять оціночні судження щодо людей, ідей, подій, програм, організацій і висловлюють їх засудження або схвалення. Таким чином, у людини, як об'єкта маніпулятивного впливу, ініціюється формування відповідного відношення - емоційно позитивного або негативного. Наприклад, ставлення людини до політики може формуватися під враженням двох різних висловлювань:

- 1) Як говорив М. Волошин, «політика є справа брудна».
- 2) За словами Ю. Крижанича, «політика - це королівська мудрість».

#### **5. «Свої хлопці» або «гра в протонародність».**

У цьому випадку часто використовуються такі назви і епітети, як «свій хлопець», «простий», «свій мужик», «наша людина» і т.п.

Мета даного прийому полягає в спробах встановлення довірливих відносин з аудиторією, як з близькими по духу людьми, на основі того, що комунікатор, його ідеї, пропозиції, висловлювання гарні, тому що належать простому народу. Комунікатор, його судження асоціюються з позитивними цінностями через їх народність або належність його самого до народу, як вихідцю з простих, звичайних людей. Для прикладу згадаємо, як формувався імідж «президента з народу» В. Януковича.

## **6. «Перетасовування» або «підтасовка карт».**

Зміст даного прийому полягає в відборі і тенденційний піднесенні тільки позитивних або тільки негативних фактів і доказів при одночасному замовчуванні протилежних. Його основна мета - використовуючи односторонній підбір і подачу фактів, свідчень, доводів, показати привабливість або, навпаки, неприйнятність будь-якої точки зору, програми, ідеї і т. д.

Більш м'якою формою цього прийому є «акцентування», коли наводяться і позитивні, і негативні доводи і факти, але позитивна сторона свідомо «посилюється».

## **7. «Загальний вагон», «загальна платформа» або «фургон з оркестром».**

При використанні даного прийому здійснюється підбір суджень, висловлювань, фраз, які потребують однаковості у поведінці, створюючи враження, ніби так роблять все. Повідомлення, наприклад, може починатися словами: «Всі нормальні люди і розуміють, що ...», або «жодна розсудлива людина не буде заперечувати, що ...», або «на загальну думку, ця людина ...». За допомогою «загальної платформи» у людини викликається почуття впевненості в тому, що більшість членів групи, до якої він належить, або всього суспільства поділяють запропоновану точку зору. Апеляція до «всіх» враховує, що люди, як правило, вірять в переможну силу і правильність думки більшості і тому, природно, хочуть бути з тими, хто його складає. Відбувається некритичне прийняття оцінок, точок зору і т.д. Принцип «робіть висновки самі» відступає на задній план.

Крім вищенаведених маніпулятивних технологій в інформаційних війнах використовуються і інші, **додаткові прийоми**. Охарактеризуємо деякі з них.

### **1. «Осміяння».**

При використанні цієї техніки, осміянню можуть піддаватися як конкретні особи, так і погляди, ідеї, програми, організації та їх діяльність, різні об'єднання людей, проти яких йде боротьба. Ефект дії даного прийому ґрунтується на тому, що при осміянні окремих висловлювань і елементів поведінки людини до нього

ініціюється жартівливе і несерйозне ставлення, що автоматично може розповсюджуватися і на інші його висловлювання і погляди. Формується імідж «несерйозної і некомпетентної людини», чиї пропозиції і висловлювання не заслуговують на увагу.

## **2. «Тримай злодія».**

Мета прийому - змішатися зі своїми переслідувачами. Яскравим прикладом є досвід ЦРУ періоду У. Колбі (1970-ті роки). Коли цю організацію стали звинувачувати в тероризмі, вбивствах, вибухах, поваленні урядів, наркобізнесі, агентурних провалах, то ЦРУ на чолі з У. Колбі кинулися попереду викривачів і стали так завзято себе раз викривати, що самі викривателі їх ледве заспокоїли. Так У. Колбі зберіг ЦРУ.

Цей же прийом використовується і для дискредитації, коли винні, відчуваючи провал, першими піднімають крик в ЗМІ і направляють гнів народу в іншу сторону. Цим прийомом часто користуються ак звані. «правозахисники» і «борці з мафією», завданням яких є дезорганізація громадськості.

## **3. «Метод негативних груп віднесення».**

Тут стверджується, що дана сукупність поглядів є єдино правильною. Всі ті, хто поділяють ці погляди, володіють якимись цінними якостями і в певному плані краще тих, хто розділяє інші думки (часто протилежні або принципово відмінні від пропагованих).

Візьмемо, приміром, твердження: «Релігійні люди, особливо християни, чесніші, чуйні і т.д.». За допомогою цього твердження створюється позитивне ставлення до цілком певної групи людей, які нібито володіють цінними якостями, і негативне до протилежної групі, зокрема, до атеїстів або представників інших релігійних конфесій. Таким же впливом має вислів: «Американці - найбільш незалежний і волелюбний народ». І якщо ви - українець, росіянин, китаєць чи японець, то автоматично не можете претендувати на те, щоб бути незалежним і волелюбним.

#### **4. «Ефект первинності».**

Даний прийом ґрунтується на знанні того, що будь-яке перше повідомлення про той чи інший факт, подію робить більш сильний вплив на аудиторію, ніж наступні. Одна з причин цього феномена полягає в тому, що тому, хто перший повідомив інформацію, належить пріоритет в задоволенні наявної потреби і, як наслідок, формування первинної психологічної установки до факту або подію. Джерело інформації, першим повідомляє про значимі події і стає більш привабливим для аудиторії, ніж інші. Це сприяє формуванню і закріпленню переваги до даного джерела інформації на майбутнє, в порівнянні з тими, хто діє менш оперативно.

Даний ефект враховується при масованому «зливі компромата». Зрештою, винен завжди той, кого облили брудом - адже йому треба буде відмиватися. До того ж статус обвинувача в громадській свідомості сприймається як більш високий, ніж у обвинуваченого.

#### **5. «Базікання».**

Метод «базікання» використовується, коли необхідно знизити актуальність або викликати негативну реакцію до якогось явища. Використовуючи його, можна успішно боротися з противником, безперервно вихваляючи його до місця і недоречно, говорячи про його незвичайні здібності, постійно тримаючи на слуху його ім'я, явно перебільшуючи його здатності. Дуже швидко це всім набридає і одне ім'я цієї людини викликає роздратування. Авторів такого заходу дуже важко викрити в наміреній дискредитації, так як формально вони докладають всіх зусиль для восхвалення.

Під час виборів даний прийом активно застосовується в формі «інформаційного вибуху» або масованого «зливу компромату». Мета - викликати втому і головний біль у людей, відбити у виборців бажання цікавитися тим, що за душею у того чи іншого кандидата.

Ще метод «базікання» нерідко застосовується для створення так званого «Інформаційного шуму», коли за потоком другорядних повідомлень потрібно

приховати якусь важливу подію або головну проблему.

## **6. «Інформаційна блокада».**

Інформаційна блокада завжди тісно пов'язана з інформаційним домінуванням. Це дві сторони однієї медалі. До них вдаються як в разі військових дій, так і в мирний час (наприклад, під час виборів). Має місце створення інформаційного вакууму по якомусь питанню з подальшим поширенням тенденційно підібраної інформації про нього. Дуже часто владні структури блокують інформацію з якої-небудь проблеми, а потім видають її в безальтернативном режимі. Оскільки інтерес до даного питання в суспільстві дуже сильний, придатна для влади інформація отримує максимальне поширення. Це п про зволяєт забезпечити єдину інтерпретацію подій і представляє, по суті, масове зомбування людей. В цьому випадку фіксована позиція ЗМІ не підлягає зміні, тому інша точка зору практично недоступна для широкої аудиторії.

Інформаційна блокада сьогодні супроводжує практично всі військово-політичні конфлікти. До неї часто вдаються і під час виборчих кампаній. Заангажовані ЗМІ створюють інформаційний ажітаж тільки навколо кращого кандидата. При цьому його опонент повністю позбавляється можливості висловити в ЗМІ свою позицію, відповісти на випади на свою адресу. У кращому випадку телеканали демонструють його «без звуку», супроводжуючи відеоряд тенденційними журналістськими коментарями.

## **7. «Повторення гасел» або «повторення шаблонних фраз».**

Умовою ефективності використання цієї техніки є, перш за все, «відповідне гасло», тобто короткий вислів, сформульований таким чином, щоб залучати увагу і впливати на уяву і почуття читача або слухача.

Гасло має бути пристосованим до особливостей психіки тієї групи людей, на яких збираються впливати. Користування прийомом «повторення гасел» передбачає, що слухач або читач не буде замислюватися ні над значенням окремих слів, використовуваних в гаслі, ні над правильністю всієї формулювання в цілому. До

серії ефективних гасел можна, напри заходів, віднести: «Україна - для українців!», «Плани партії - плани народу», «Релігія - опіум для народу» і ін.

## **8. «Переписування історії».**

Метод ефективний в тривалій перспективі, коли потрібно сформувати потрібний світогляд. Щоб «промити мізки» цілого суспільства, зробити над ним велику програму маніпулювання і відключити здоровий глузд декількох поколінь, треба в першу чергу зруйнувати історичну пам'ять.

Сучасні технології маніпулювання свідомістю здатні зруйнувати в людині знання, отримане від реального історичного досвіду, і замінити його штучно сконструйованим. Штучно сформована картина історичної дійсності передається індивідам за допомогою книг, лекцій, радіо і телебачення, преси, театральних уявлень, кінофільмів і т. д. Таким чином, будується ілюзорний світ, який вважається дійсними і сприймається як справжній. В результаті все реальне життя людина може сприймати як неприємний сон, а ті химери, які йому вселяє пропаганда, реклама і мас-культура, ввівши його в транс, сприймає як реальність.

У цій справі особливо ефективний кінематограф. Кіно може вільно створювати у глядача відчуття «справедливості» і моральної правоти того чи іншого персонажа, незалежно від його дійсної ролі в історії. При цьому пропагандистський вплив на людину відбувається приховано, на емоційному рівні, поза його свідомого контролю. Ніякі раціональні контраргументи в цьому випадку не спрацьовують. К. Лох, англійський кінорежисер, один раз сказав: «Важливо, щоб історія писалась нами, бо той, хто пише історію, контролює сьогодення».

## **9. «Емоційна підстроювання» або «емоційний резонанс».**

Цю техніку можна визначити як спосіб створення у широкої аудиторії настрою з одночасною передачею пропагандистської інформації. Емоційний резонанс дозволяє зняти психологічний захист, який на розумовому рівні вибудовує людина, свідомо намагаючись захиститися від пропагандистського або рекламного «промивання мізків».

Настрій викликається серед групи людей за допомогою різних засобів (відповідне зовнішнє оточення, певний час доби, освітлення, легкі збуджуючі засоби, різні театралізовані форми, музика, пісні і т.д.). На цьому тлі подається відповідна інформація, але прагнуть до того, щоб її не було занадто багато. Наприклад, телевізійні ролики про різних політиків можна подавати на тлі картин мирного життя і легкої музики або на тлі картин війни і розрухи, супроводжуючи мовні тексти трагічною музикою.

Багато прийомів створення у медійної аудиторії потрібних настроїв були відпрацьовані в Німеччині напередодні та під час Другої світової війни. Зокрема, в радіопередачах використовувалися прийоми звукового впливу, штучно посилюючи агресивні переживання. Всі мови А. Гітлера супроводжувалися музикою з опер Вагнера, яка надає гнітюче враження на слухачів: важка, складна, вона створювала відчуття нацистської військової машини, яка неминуще насувається, здатної розчавити людину, і носила загрозливого характеру. Для нагнітання масового психозу проводилася трансляція по радіо парадів, маршів, мітингів.

*Створення емоційного резонансу* - одна з головних задач більшості інформаційних повідомлень і розважальних шоу. ЗМІ завжди намагаються викликати у широкої аудиторії сильні емоції, і якщо необхідно, то ці емоції вони доводять до судом. Численні телесеріали, а також розважальні реаліті ток-шоу, в надлишку представлені на сучасному телебаченні, мають високий емоційне напруження. Мета - створення у глядачів емоційної залежності.

Звикнувши отримувати дозу гострих емоційних переживань з даного джерела, людина і в майбутньому буде віддавати йому перевагу. Подібним чином теле і радіо боси збивають собі постійну аудиторію серіалозалежних, шоузалежних і інших людей, зомбують їх, щоб прив'язати до такого способу отримання гострих емоційних переживань. А постійна аудиторія - це вже товар, який можна дуже вигідно продати рекламодавцям. Мас-медійні зомбі, як і будь-які наркомани, будуть намагатися підтримувати свій «кайф» без кінця і краю, а значить, будуть нестримно поглинати

все нову і нову телепродукцію, щедро приправленою комерційною та політичною рекламою.

#### **10. «Психологічний шок».**

Психологічний шок - один з різновидів використання прийому «емоційного резонансу», доведеного до пікового рівня. Сьогодні ЗМІ вводять видовище смерті в кожен будинок і в величезних кількостях. Часто це робиться для того, щоб під прикриттям шоку вселити чисто політичні ідеї. Психологічний шок зазвичай знімає всі психологічні захисти, і пропагандистська абракадабра безперешкодно проникає в наш мозок.

#### **11. «Створення загрози».**

Головне завдання цього прийому - будь-яким способом змусити нас боятися. Деморалізовані і залякані люди роблять або хоча б схвалюють дії, які їм зовсім не вигідні.

Найчастіше технологія така. Ілюзорна або реально існуюча небезпека будь-якого явища (наприклад, тероризму) багатократно посилюється і доводиться до абсурду. ЗМІ влаштовують істерію по приводу чергової «глобальної загрози», викликаючи у людей масовий страх з метою створення сприятливої обстановки для маніпулювання масовою свідомістю.

Ця технологія давно і успішно використовується західною пропагандою. Якщо раніше в якості пугала для благополучного західного обивателя виступала «радянська загроза» (тамтешня пропаганда і мас-культура барвисто зображали страшних бородатих росіян з червоними зірками на шапках - вушанках, які сьорбають горілку прямо з горла), то зараз ця роль покладена на знову таки бородатих «ісламських терористів» в чалмах.

Змінюються часи і люди, але пропагандистська технологія «створення глобальної загрози» залишається незмінною. Вона - важливий засіб згуртування обивателів навколо влади, які бачать в ній шлях до порятунку.

Тому під прикриттям черговий страшний загрози (ісламський тероризм,

антиглобалісти або астероїд, що загрожує зіткнутися із Землею) можновладцям дуже зручно обробляти свої справи і відволікати увагу громадськості від актуальних політичних проблем.

Таким чином, створення загрози - один з найсильніших засобів маніпулювання свідомістю і відволікання уваги громадськості від махінацій верхівки.

Створення загрози дуже часто практикується під час виборчих кампаній. Це - наріжний камінь сучасних політтехнологій.

Соціологічні дослідження показують, що найчисленніша частина електорату нікого з кандидатів не вважатиме за належним на високий державний пост. А оскільки вибирати доводиться між поганим і дуже поганим, то люди схильні вибирати менше зло. Звідси висновок: опонента потрібно вибирати свідомо гіршим і «страшнішим» за себе. Тут головне - довести виборцям, що в разі приходу до влади вашого суперника життя обов'язково погіршиться, в разі ж вашої перемоги - як мінімум, залишиться колишнім.

## **12. «Попереджувальний удар».**

Найчастіше він є попереджувачим викидом негативної інформації. Його завдання - викликати реагування противника заздалегідь і в більш вигідному для себе контексті.

Цей прийом нерідко використовують владні структури, щоб нейтралізувати критику майбутніх непопулярних рішень. В даному випадку влада сама організовує «випадкову» витік негативної інформації, щоб стимулювати прояви громадського обурення. Робиться це для того, щоб заздалегідь «випустити пар» у всіх незадоволених. До часу настання «Дня Х» багаття народного гніву вже встигне погаснути. До моменту прийняття відповідного рішення люди втомляться протестувати і сприймуть дії влади індиферентно. Так, наприклад, сталося під час прийняття Верховною Радою України нового пенсійного законодавства.

## **13. «Отруйний сендвіч».**

Цей пропагандистський прийом активно використовує можливості

психологічного впливу за рахунок структуризації тексту. Бо завжди краще не брехати, а домогтися того, щоб людина не помітила «непотрібної» правди.

Комунікатор дає позитивне повідомлення між негативною передмовою і негативним висновком. При наявності певних здібностей і досвіду комунікатора, позитивне повідомлення ніби зникає від уваги аудиторії.

Зворотним до попереднього прийому є так званий «Цукровий сендвіч». Негативне повідомлення маскується між позитивним вступленням і позитивним висновком.

#### **14. «Просування інформації через медіаторів».**

Дана техніка ґрунтується на тому, що ефективний інформаційний вплив на людину найчастіше виявляється не прямим впливом на нього засобів масової комунікації, а через значущих для нього авторитетних людей, так званих «лідерів думки» або «медіаторів».

Як медіатори в різних ситуаціях і для різних соціальних груп і шарів можуть виступати неформальні лідери, політичні діячі, представники релігійних конфесій, діячі культури, науки, мистецтва, спортсмени, військові і т.д. Наприклад, багато людей у час президентської виборчої кампанії в Україні голосували за В. Ющенко або за В. Януковича тільки тому, що в їх підтримку виступали такі відомі особистості як співачка Руслана і актор Богдан Ступка (за В. Ющенко) або чемпіонка олімпійських ігор з плавання Яна Клочкова та футболіст Андрій Шевченко (за В. Януковича). Ну і, розум є ється, сухарики «Флінт» стають набагато «смачнішими» від того, що їх рекламує репер Серьoga.

#### **15. «Анонімний авторитет».**

Улюблений прийом введення в оману, активно використаний всіма ЗМІ. Він відноситься до так званої «сірої» пропаганди.

Давно доведено, що одним з найбільш ефективних методів впливу є звернення до авторитету. Авторитет, до якого звертаються, може бути релігійним, це може бути вагома політична фігура, діяч науки або іншої професіонал. Але в даному

випадку ім'я авторитета не повідомляється. При цьому може здійснюватися цитування документів, оцінок експертів, свідків звітів та інших матеріалів, які необхідні для більшої впевненості.

Наприклад: «Вчені на підставі багаторічних досліджень встановили...», «Доктори рекомендують ...», «Джерело з найближчого президентського оточення, який побажав залишитися невідомим, повідомляє...». Які вчені? Які доктори? Яке джерело? Інформація, що повідомляється таким чином, в більшості випадків є брехнею. Посилання на неіснуючий авторитет додають їй солідність і вагу в очах обивателів. При цьому джерело не ідентифіковано і ніякої відповідальності за неправдиве повідомлення журналісти не несе.

## **16. «Хибна аналогія».**

Однією з найнебезпечніших психологічних пасток є схильність людини мислити аналогіями, будувати в своєму мисленні так звану дологічну послідовність.

Звичним для більшості людей стилем мислення є той стиль, який використовує логічні зв'язки «причина - наслідок». Ці зв'язки здаються повністю доступними контролю свідомості і відповідають сфері «здорового глузду».

Зв'язку «конкретна причина - конкретне слідство», яка мала місце коли-небудь, люди схильні екстраполювати і на інші об'єкти, що не мають відношення до початкових. Тут і криється каверза.

Дана психологічна особливість активно використовується пропагандистами. Прекрасний приклад подібного роду, що відбувся за часів «перебудови», можна знайти в книзі С. Кара-Мурзи «Маніпуляція свідомістю»: «Згадаймо метафору базарників: «не можна бути трошки вагітною». Мовляв, треба повністю зруйнувати планову систему і перейти до стихії ринку. Але ж ніякої подібності між вагітністю та економікою немає. Більш того, реальна економіка і не визнає «або - або»; вона, якщо хочете, саме «трошки вагітна» багатьма господарськими укладами. Оскільки всі вказівки фахівців на постійні помилки такого роду ігнорувалися, мова йде про свідомі акції по зруйнуванню логіки».

### **17. «Уявний вибір».**

Суть даної техніки полягає в тому, що слухачам або читачам повідомляється кілька різних точок зору по певному питанню, але так, щоб непомітно представити в найбільш вигідному світлі ту, яку хочуть, щоб вона була прийнята аудиторією. Для цього використовують додаткові прийоми: дозування позитивних і негативних елементів, «трохи критики», «трохи похвали», порівняльні матеріали, демонстрації тенденцій, посилення на тих, хто підтримує чи не підтримує дані точки зору і т. д.

### **18. «Рейтингування».**

Приєм прийом полягає в твердженні психологів про те, що публікація результатів соціологічних досліджень впливає на громадську думку. Від 10 до 25% виборців при виборі кандидатів, за яких вони голосуватимуть, керуються соціологічними рейтингами.

Багато людей хочуть голосувати за сильного, але мало хто - за слабого. Тут спрацьовує психологічний феномен, властивий середньостатистичному обивателю - бажання бути «як усі». Тому, оголосивши напередодні виборів більш високий рейтинг кандидата, можна реально збільшити кількість поданих за нього голосів.

У зв'язку з цим багато соціологічних фірм в період виборчої кампанії уподібнюються представницям найдавнішої професії і починають працювати за принципом «Будь-який каприз за ваші гроші». «Призначаючи» лідера рейтингу, вони тим самим і створюють почасті цього лідера.

### **19. «Створення проблеми».**

Пропаганда не завжди може диктувати людям те, як треба думати. Однак масовані пропагандистські кампанії в ЗМІ цілком здатні диктувати людям те, про що слід думати, нав'язати аудиторії «правильний» порядок денний для обговорення.

Створення проблеми - це цілеспрямований відбір інформації та надання високої значимості тим чи іншим подіям. Адже подія і її висвітлення в ЗМІ - зовсім не одне і те ж. ЗМІ можуть «не помітити» якусь подію або, навпаки, надати їй виняткову

важливість, незалежно від її дійсної значимості для суспільства.

Інформаційна активність щодо того чи іншого об'єкта дозволяє зайняти йому нееквівалентне його реальному статусу становище. Дозована подача інформації може або завищити, або знизити його статус.

Дослідження показали, що найбільш значущими та актуальними люди вважають ті проблеми, які найдокладніше висвітлюються в засобах масової комунікації. Створюючи тематичне домінування в інформаційному просторі, громадянам тим самим нав'язують певну картину світу, формують в потрібному напрямку їх думки з таких проблем, як дії влади, злочинність, тероризм, соціальна нерівність, безробіття і т.д.

Очевидно, що сьогодні одним з найбільш важливих джерел влади є здатність призначати порядок денний, визначаючи, які проблеми будуть обговорюватися, яка інформація буде широко поширеноюватися, а яка - замовчуватися. Штучно створюючи «актуальні проблеми», ЗМІ нав'язують певні правила прочитання соціальних відносин, вигідні можновладцям. Непоінформованість громадян твердженням дозволяє надавати через ЗМІ прихований регламентований вплив на інтелект, емоції, волю людей.

## **20. «Ефект присутності».**

Прийом був введений в практику нацистською пропагандою. Включає в себе ряд трюків, які повинні імітувати реальність. Їх постійно використовують при «репортажах з місць боїв» і в кримінальній хроніці, фабрикаючи заднім числом зйомку «реального» упіймання бандитів або автокатастрофи. Ілюзію «бойової обстановки» створюють, наприклад, різким смиканням камери і збиванням з фокуса. У цей час перед камерою біжать якісь люди, чутні постріли і крики. Все виглядає так, ніби-то оператор в страшному хвилюванні, під вогнем знімає реальність.

Ілюзія достовірності справляє надзвичайно сильний емоційний вплив і створює відчуття великої справжності подій. Створюється потужний ефект присутності, ми начебто вкинуті в страшну реальність, не підозрюючи, що це всього лише дешевий

трюк.

Даний прийом широко використовується комерційною рекламою, коли спеціально інсценуються всілякі «накладки», щоб створити образ «простих» людей. Особливо розчулюють ролики, в яких чергова «тітка Ася» добре поставленим голосом професійної актриси намагається імітувати мову «людей з народу»: нібито випадкові паузи, штучні запинки, легкі дефекти вимови, показна невпевненість - примітивний, але дієвий прийом «захоплення аудиторії».

## **21. «Очевидці» події ».**

Дуже ефективний прийом, нерідко використовується для створення емоційного резонансу. Опитується багато випадкових людей, зі слів яких формується необхідний смисловий і емоційний ряд. Особливо сильний ефект роблять старі,, які кричать, діти, які плачуть, молоді інваліди.

## **22. «Зворотній зв'язок».**

Даний прийом ґрунтується на тому, що ілюзія участі в дискусії з якої-небудь актуальної проблеми призводить до більшої зміни думок і установок, ніж просте пасивне сприйняття інформації.

Для того, щоб в аудиторії не виникло відчуття одностороннього впливу і комплексу «байдужості адресата», сучасні ЗМІ широко практикують способи т.зв. «зворотного зв'язку» в різних формах: дзвінки в студію під час прямого ефіру, вибір по телефону варіанту відповіді на поставлене запитання і ін. Підібний «макіяж» покликаний створити у масової аудиторії ілюзію участі в інформаційному процесі.

Наприклад, псевдосоціологічні опитування (коли під час ефіру глядачі по телефону голосують за ту чи іншу відповідь) найчастіше є лише способом формування громадської думки, а не його реальним відображенням, тобто різновидом пропагандистського маніпулювання.

Питання формулюються таким чином, щоб створити в аудиторії «правильний» погляд на ту чи іншу проблему. Вони направляють хід думок в конкретному напрямку. «Ніколи не ставте питання, на яке не можна отримати ту відповідь, яка

вам потрібна», - головний принцип подібних опитувань.

Різновидом зворотного зв'язку є т.зв. техніка інсценованих заходів. Перш за все, до неї відносяться різноманітні варіанти спілкування високопоставлених персон з «простим народом». «Спілкування» може бути прямим (відповіді на питання, задані громадянами телефоном, задушевні розмови з «випадковими перехожими» на вулиці і т. п.) і опосередкованими (прес-конференції, брифінги для мас-медіа, відповіді на питання журналістів і т. д.).

Практика показує, що найчастіше таке «спілкування з народом» є всього лише добре відрепетируваним спектаклем. Відомо, наприклад, що президент Франції де Голль не отримав за все своє життя жодного питання на прес-конференціях, до якого б не був готовий раніше. Гарна «режисура» вгадується і тоді, коли спостерігаєш, як черговий Гарант Конституції з недосяжною для простих смертних жвавістю і звязністю мови дуже вдало відповідає на кілька десятків вельми непростих питань, що надходять за короткий час.

### **23. «Обхід з флангу».**

Більшість людей пере перемикають радіо- або телепрограму, коли чують передачу на захист точки зору, яку вони не поділяють.

Звідси висновок: для того, щоб мати успіх, пропагандист повинен вміти змусити слухати себе. Потрібно також вміти пробитися через негативну схильність аудиторії або обійти її, щоб мати можливість впливати на людей.

Головне місце в тактиці «обходу з флангу» займає пропаганда інформацією (фактографічна пропаганда). Вона полягає в дозованій передачі достовірних відомостей, точність яких заздалегідь слухачами або читачами може бути легко перевірена. До категорії такої «переконливою інформації» відносяться, зокрема, фактичні дані. Наприклад, імена, назви вулиць, номери будинків, велика кількість деталей, які є достовірними, і в які ніби «упаковуються» пропагандистські повідомлення.

Ще одна хитрий хід тактики «обходу з флангу» - всіляко приховувати свої

справжні цілі, уникати конфліктів з загальновизнаними в даній аудиторії (в даному суспільстві) поглядами, цінностями, нормами, пануючим світоглядом. Якщо цього не робити, крізь негативне упередження не прорватися.

Величезне значення надається заграванню з аудиторією, наприклад, піднесення її національних якостей і досягнень національного генія, підкреслення свого «співчуття» до становища тих чи інших соціальних груп, окремих індивідумів і т.п. Все це треба робити без жодного слова хули на адресу супротивників і без єдиного слова відвертої похвали на адресу «своїх».

#### **24. «Відволікання уваги».**

Для пропаганди важливим завданням є подавлення психологічного опору людини навіюванню. Тому будь-яка пропаганда повинна бути комбінацією розважального, інформаційного і переконливого компонентів.

Під розвагою розуміється будь-який засіб, що збуджує інтерес до повідомлення і в той же час маскує його істинний сенс, блокує критичність сприйняття. Коли різноманітної інформації занадто багато, людина виявляється не в змозі її осмислено обробити. Тому доводиться вписувати її собі в свідомість як єдине ціле, тобто сприймати її некритично.

Виключно сильною відволікаючою дією володіють безпрецедентні і незвичні події (вбивства, катастрофи, терористичні акти, гучні скандали). Під їх прикриттям політики зазвичай намагаються повернути все темні справи.

#### **25. «Ініціювання інформаційної хвилі».**

Суть прийому полягає в проведенні пропагандистської акції такого характеру, що вона змушує висвітлити її в ряді засобів масової комунікації. Це так звана «первинна» інформаційна хвиля, але основна мета - це створення «вторинної» інформаційної хвилі на рівні міжособистісного спілкування за допомогою ініціювання відповідних обговорень, оцінок, коментарів, появи відповідних чуток. Все це дозволяє досягти і посилити ефект інформаційно-психологічного впливу на цільові аудиторії.

Один із способів створення інформаційних хвиль - це скандал (гучна заява, викриття, конфлікт з владою і т.п.). Цим прийомом дуже часто користуються представники «творчої богеми», щоб підігріти інтерес публіки до своєї персони або «знищити» конкурента.

## **26. «Провокації».**

Це прийом, відповідно до якого при відсутності або недостатній точності подій, які можуть служити потрібними інформаційними приводами, їх цілеспрямовано створюють. Наприклад, вбивство послів, перетворення мирних актів протесту в агресивні масові заворушення завдяки дії впроваджених провокаторів, терористичні акти з метою посіяти паніку і жах, і багато іншого.

Для організації провокацій і створення інформаційних приводів, що сприяють пропагандистському забезпеченню подальших дій, диктатори і політичні лідери нерідко жертвують власними соратниками або використовують їх, що називається, «в темну», знищуючи або підставляючи. В історію XX століття, як яскравий приклад пропагандистського забезпечення владної агресії, вийшла акція німецьких фашистів по підпалу Рейхстагу.

## **27. «Голодування».**

Ефективний прийом емоційного впливу на електорат і психологічного тиску на владу. Підбирається група добре оплачених молодих людей з міцним здоров'ям, які, нічим не ризикуючи, організовують «курс лікувального голодування» в будь-якому публічному місці. Навколо цього ЗМІ піднімають неймовірний шум. Постійно лунають звинувачення в нелюдяності режиму, організації або конкретної особи. Проти цього прийому встояти вкрай складно (при умові, що він проводиться професійно), так як влада в будь-якому випадку змушена реагувати на висунуті «борцями» вимоги.

## **28. «Чутки».**

Всі люди мають потребу в інформації, необхідній для соціальної орієнтації та організації своєї поведінки. Однак вони часто відчують брак інформації. Цей

інформаційний дефіцит і допомагають нейтралізувати чутки. Таким чином, людина суб'єктивно відчуває себе поінформованою, але в той же час її поведінка об'єктивно починає потрапляти в деяку залежність від конкретних чуток.

За походженням чутки можуть бути стихійними або навмисне сфабрикованими і цілеспрямовано поширюваними. За допомогою чуток створюється певний настрій серед населення, «запускаються» компрометуючі матеріали на опонентів, задаються інформаційні приводи, які потім відіграються в засобах масової інформації.

### **Контрольні питання**

1. Що таке інформаційно-психологічний вплив?
2. Які різновиди інформаційно-психологічного впливу?
3. В чому полягає суть колосального впливу інформації?
4. Які особливі вимоги пред'являються до творців інформації?
5. Що таке інфологеми? Як вони з'являються на світ?
6. Які функції можуть виконувати інфологеми?
7. Які маніпулятивні прийоми були сформульовані в США в кінці 30-х рр.?
8. Які додаткові маніпулятивні прийоми ?
9. На яких наукових знаннях базується маніпулятивний прийом «Ефект первинності»?
10. Коли і з якою метою використовується метод «Інформаційної блокади»?
11. У чому полягає небезпека маніпулятивного прийому «переписування історії»?
12. Який з маніпулятивних прийомів має на меті створення у глядачів емоційної залежності? Як досягається ця мета?
13. Яка головна задача прийому «Створення загрози»?
14. У чому суть маніпулятивних прийомів «Отруйний сендвіч» і «цукровий сендвіч»?

15. Які маніпулятивні можливості прийому «Зворотного зв'язку»?
16. Чому чутки є винятково ефективним засобом маніпулювання свідомістю?
17. Які маніпулятивні прийоми найчастіше використовуються в виборчих кампаніях в Україні?

## **7. ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СВІТОВОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ І ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА**

Кінець XX і початок XXI століть ознаменувалися черговим етапом науково-технічної революції - впровадженням в усі сфери життя інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) і розвитком глобальної комп'ютерної мережі - Інтернету. Інформаційні та мережеві телекомунікаційні технології, швидке поширення локальних і глобальних мереж забезпечують нову якість інформаційного обміну, формують новий світовий інформаційний простір і надають потужний вплив на всі сфери життя суспільства: політику, економіку, культуру, міжнародні відносини, сферу національної та міжнародної безпеки.

Інформаційні технології активно впроваджуються в економіку і є сьогодні вирішальним фактором її ефективності та глобалізації. Трансформуючи економіку, глобальні інформаційні технології сприяють підвищенню ефективності праці, прискоренню проектування нової техніки, прискорюють проведення банківських операцій, стимулюють розвиток світової торгівлі. Виник потужний сегмент високотехнологічного ринку інформаційних товарів і послуг, що забезпечує робочими місцями мільйони людей.

Завдяки розвитку глобальних інформаційних технологій формується загальнопланетарний духовний простір, світовий фонд, в якому присутні цінності різних народів, етносів, соціальних шарів, цивілізацій, йде процес перебудови соціокультурного простору.

Інформаційні технології в освіті роблять його загальнодоступним,

безперервним, дистанційним. Прискорюється процес поширення інформації про науково-технічні досягнення, факти культурного життя. Національні кордони істотно менше впливають на міжособистісні відносини, принципово змінюється форма і оперативність процесу спілкування людей.

У політичній сфері інформаційні технології прискорюють процеси демократизації суспільства, політика держав і блоків стає більш прозорою.

Зміна світового інформаційного простору виступає як глобальний фактор розвитку і визначає основні **напрямки загального прогресу**. До найбільш важливих з них відносяться:

- ❖ прискорення наукового, науково-технічного, економічного, соціального, культурного розвитку за рахунок збільшення обсягу і швидкості інформаційного обміну незалежно від відстані, різкого зростання можливостей поширення нових ідей і знань, наукових і технічних досягнень;
- ❖ створення бази для розробки і впровадження нової наукової і філософської парадигми ХХІ століття, заснованої на розумінні єдності і різноманіття світу і усвідомленні загальних глобальних проблем людства;
- ❖ посилення світових інтеграційних тенденцій, особливо в економічній, політичній, інформаційній, науково-технічній, освітній, культурній та інших сферах;
- ❖ поява умов для визначення нових форм і методів забезпечення глобальної, регіональної та національної безпеки, їх практичного використання;
- ❖ прогрес в області політичного, соціального, економічного, виробничого і військового управління та міжнародних відносин.

Усвідомлюючи нові можливості і перспективи, що відкриваються глобальними інформаційними технологіями, слід розуміти, що існують не тільки позитивні, але і негативні аспекти процесу глобалізації.

Так, глобалізація інформаційних технологій сприяє виникненню монополій і транснаціональних корпорацій, які, концентруючи матеріальні ресурси і владу,

диктують свої умови ринку, формують інформаційну олігархію, яка одержує величезний надприбуток, інформаційну квазіренту.

В гуманітарній сфері поширення інформаційних технологій може привести до негативного впливу на духовний світ людей, змінюючи основи моралі всупереч тенденції гуманізації суспільства.

Сучасні засоби комунікації в політичній сфері стають дієвим і гнучким інструментом маніпулювання суспільною свідомістю. Вони дозволяють дестабілізувати політичну ситуацію і стимулювати соціальний вибух, формувати необхідний імідж політичних діячів.

В умовах глобалізації інформаційних технологій об'єктом інформаційної злочинності стає все світовий інформаційний простір і кожен його компонент. Нейтралізувати наслідки протиправних дій в інформаційній сфері, наприклад, інформаційного тероризму, дуже складно, а іноді практично неможливо.

Сьогодні є факти, що свідчать про появу нової небезпечної тенденції, пов'язаної з глобалізацією її інформаційних технологій, а саме, інформаційного неокolonіалізму, який руйнує традиційні цінності локальних цивілізацій, замінюючи їх цінностями, властиві суспільствам технологічно розвиненим країнам, виправдовуючи насильство на геополітичній арені, формуючи умови для створення інформаційних резервацій.

Одним з негативних геополітичних наслідків стало прискорення поляризації світу, збільшення розриву між багатими і бідними, технологічно відсталими і передовими країнами у всіх областях, збільшення країн - маргіналів, які перебувають на узбіччі розвитку цивілізації, що є головним джерелом нестабільності, сьогоdnішніх і майбутніх конфліктів, в тому числі і глобального характеру. Ще більш потужним стає військовий потенціал передових в науково-технічному відношенні країн, що веде до зміни глобального і регіонального балансів сил, посилення напруженості між традиційними і новими центрами сили, появи нових рубежів протистояння і виникненню військових конфліктів.

Широке впровадження нових інформаційних технологій значно збільшує бойові можливості традиційних видів озброєння і військової техніки. Під їх впливом якісно змінюються можливості розвідки і зв'язку, у багато разів зростають швидкості обробки великих масивів інформації і прийняття рішень, що дозволяє перейти до принципово нових методів управління військами і зброєю на всіх рівнях - від стратегічного до тактичного. І що найголовніше, завдяки розвитку нових інформаційних технологій стало можливо створення принципово нового виду озброєнь - інформаційної зброї.

Немає сумніву, що в сучасних умовах інформаційна зброя стає найважливішою частиною військового потенціалу держави і багато країн, перш за все США і Китай, послідовно і активно готуються до ведення інформаційних війн.

Таким чином, інформаційна революція не тільки прискорює прогрес цивілізації, але і плодить нові загрози національної, регіональної і глобальної безпеки.

В цілому слід зазначити, що **процеси глобалізації** в інформаційній сфері привели сьогодні до таких явищ, як:

1. прозорість географічних і геополітичних кордонів в умовах міжнародного інформаційного обміну;
2. глобалізація інформаційних потоків і формування слабкерованих і слабоконтрольованих державами засобів інформаційного обміну;
3. розширення можливостей безпосередніх контактів між соціальними і політичними групами;
4. неузгодженість національних інформаційних законів і необхідність їх гармонізації та уніфікації.

З огляду на негативні і багато в чому непередбачувані наслідки процесу глобалізації інформаційного простору, кожна держава і людство в цілому змушені гостро ставити питання про інформаційну безпеку.

**Інформаційна безпека** - стан захищеності особистості, суспільства і держави та їх інтересів від загроз, деструктивних і негативних впливів в інформаційному

просторі.

*Загрози інформаційної безпеки* - це чинники, що створюють небезпеку для особистості, суспільства, держави і їх інтересів в інформаційному просторі.

Як **об'єкти**, які підлягають захисту від інформаційних загроз і небезпек, виділяють:

- ❖ свідомість, психіку окремої людини, соціальних спільнот (колектив, соціальні групи, нації, народності, громадянське суспільство, держава);
- ❖ інформаційно-технічні системи різного призначення;
- ❖ інформаційні потоки, що зв'язують всі елементи в одну соціальну або технічну систему.

Відповідно, до **суб'єктів** інформаційної безпеки можна віднести:

- ❖ світове співтовариство, яке здійснює свої функції через відповідні інститути та організації, діючих на основі міжнародного законодавства в області інформаційної безпеки;
- ❖ держава, яка здійснює свої функції через відповідні органи державної влади шляхом створення системи забезпечення інформаційної безпеки;
- ❖ громадяни, громадські або інші організації і об'єднання, що мають повноваження щодо забезпечення інформаційної безпеки відповідно до закону.

В цілому інформаційну безпеку можна представити двома складовими частинами: інформаційно-технічної, психофізичної.

**Інформаційно-технічна безпека** включає в себе захищеність елементів інформаційних систем добування, переробки і передачі інформації від інформаційних загроз.

**Психофізична безпека** включає інформаційно-психологічну захищеність психіки, свідомості і системи органів людини і груп людей від енергоінформаційного впливу.

До основних **видів інформаційної безпеки** відносяться: міжнародна

інформаційна безпека, національна інформаційна безпека.

**Міжнародна інформаційна безпека** - стан міжнародних відносин, який виключає порушення світової стабільності і створення загрози безпеці держав і світової спільноти в інформаційному просторі.

Інформаційні війни, інформаційний тероризм і інформаційний кримінал стали реальністю нашого часу. Сьогодні міжнародне співтовариство в цілому усвідомило загрозу національній і глобальній інформаційній безпеці і готове до практичних кроків по її децентралізації. У багатьох країнах робляться часом досить жорсткі заходи в цій сфері, але вони виявляються малоефективними, перш за все внаслідок транскордонного характеру нових загроз і анонімності порушників. Ніхто не може відчувати себе надійно захищеним, поодинокі борючись з інформаційними загрозами. Стає очевидним, що тільки створення міжнародного режиму забезпечення інформаційної безпеки і спільні дії його учасників можуть попередити поширення інформаційної зброї і небезпеку інформаційної війни, інформаційного тероризму і криміналу.

За останні роки були зроблені досить конструктивні кроки в цьому напрямку. Зокрема, 16 червня 2009 року в Єкатеринбурзі було укладено Угоду між урядами держав - членів Шанхайської організації співпраці про співпрацю в області забезпечення міжнародної інформаційної безпеки.

22.09. 2011 Российская Федерация представила концепцію Конвенції про забезпечення міжнародної інформаційної безпеки. Метою Конвенції декларується протидія використанню ІКТ для порушення міжнародного миру і безпеки, і «встановлення заходів запобігання і вирішення конфліктів в інформаційному просторі з урахуванням військових, терористичних і кримінальних загроз».

Як **основні загрози в інформаційному просторі**, що призводять до порушення міжнародного миру і безпеки, Конвенцією розглядаються наступні:

1) використання інформаційних технологій і засобів для стримування ворожих дій і актів агресії;

2) цілеспрямований деструктивний вплив в інформаційному просторі на критично важливі структури іншої держави;

3) неправомірне використання інформаційних ресурсів іншої держави без узгодження з державою, в інформаційному просторі якої розташовуються ці ресурси;

4) дії в інформаційному просторі з метою підризу політичної, економічної і соціальної систем іншої держави, психологічна обробка населення, що дестабілізує суспільство;

5) використання міжнародного інформаційного простору державними і недержавними структурами, організаціями, групами та окремими особами в терористичних, екстремістських і інших злочинних цілях;

6) транскордонне поширення інформації, що суперечить принципам і нормам міжнародного права, а також національним законодавствам держав;

7) використання інформаційної інфраструктури для розповсюдження інформації, що розпалює міжнаціональну, міжрасову і міжконфесійну ворожнечу, расистських і ксенофобських письмових матеріалів, зображень або будь-якого іншого уявлення ідей або теорій, які пропагують, сприяють або підбурюють до ненависті, дискримінації чи насильства проти будь-якої особи або групи осіб,

8) маніпулювання інформаційними потоками в інформаційному просторі інших держав, дезінформація і приховування інформації з метою спотворення психологічного та духовного середовища суспільства, ерозія традиційних культурних, моральних, етичних і естетичних цінностей;

9) використання інформаційно-комунікаційних технологій і засобів на шкоду основним правам і свободам людини, реалізованим в інформаційному просторі;

10) протидія доступу до новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, створення умов технологічної залежності в сфері інформатизації на шкоду іншим державам;

11) інформаційна експансія, придбання контролю над національними

інформаційними ресурсами іншої держави.

**Додатковими факторами, що підсилюють небезпеку є:**

1) невизначеність в ідентифікації джерела ворожих дій, особливо з урахуванням зростаючої активності окремих осіб, груп і організацій, включаючи злочинні організації, які виконують посередницькі функції в здійсненні діяльності від імені інших;

2) потенційна небезпека включення в ІКТ недекларованих деструктивних можливостей;

3) відмінності в ступені оснащеності інформаційно-комунікаційними технологіями та їх безпеки в різних державах («цифрова нерівність»);

4) відмінності в національних законодавствах і практиці формування безпечної і швидко відновлюваної інформаційної інфраструктури.

З метою створення і підтримки атмосфери довіри в інформаційному просторі Конвенцією передбачається дотримання державами - учасниками наступних **принципів:**

1) діяльність кожної держави - учасника в інформаційному просторі повинна сприяти соціальному та економічному розвитку і здійснюватися таким чином, щоб бути сумісною з завданнями підтримання міжнародного миру і безпеки, відповідати загальновизнаним принципам і нормам міжнародного права, зокрема щодо принципів мирного врегулювання суперечок і конфліктів, незастосування сили в міжнародних відносинах, невтручання у внутрішні справи інших держав, поваги суверенітету держав, основних прав і свободи людини;

2) держави - учасниці в ході формування системи міжнародної інформаційної безпеки будуть керуватися принципом неподільності безпеки, який означає, що безпека кожного з них нерозривно пов'язана з безпекою всіх інших держав і світової спільноти в цілому, а також не будуть зміцнювати свою безпеку в збиток безпеки інших держав;

3) кожна держава - учасник має прагнути до подолання відмінностей в ступені

оснащеності національних інформаційних систем сучасними інформаційно-комунікаційними технологіями, скороченню «цифрового розриву» з метою зниження загального рівня загроз у інформаційному просторі;

4) всі держави - учасники в інформаційному просторі користуються суверенною рівністю, мають однакові права і обов'язки і є рівноправними суб'єктами інформаційного простору незалежно від відмінностей економічного, соціального, політичного або іншого характеру;

5) кожна держава - учасник має право встановлювати суверенні норми і управляти відповідно до національних законів своїм інформаційним простором. Суверенітет і закони поширюються на інформаційну інфраструктуру, розташовану на території держави - учасника або іншим чином знаходиться під його юрисдикцією. Держави - учасники повинні прагнути до гармонізації національних законодавств, відмінності в них не повинні створювати бар'єри на шляху формування надійного та безпечного інформаційного середовища;

6) кожна держава - учасник має дотримуватися принципу відповідальності за власний інформаційний простір, в тому числі, за його безпеку і за зміст розміщеної в ньому інформації;

7) кожна держава - учасник має право вільно здійснювати без втручання ззовні розвиток свого інформаційного простору, і кожний інший, держава зобов'язана поважати це право відповідно до принципу рівноправності і самовизначення народів, закріпленого в Статуті Організації Об'єднаних Націй;

8) кожна держава - учасник, враховуючи законні інтереси безпеки інших держав, може вільно і самостійно визначати їхні інтереси у галузі інформаційної безпеки на основі суверенної рівності, а також вільно вибирати способи забезпечення власної інформаційної безпеки відповідно до міжнародного права;

9) держави - учасниці визнають, що агресивна «інформаційна війна» становить порушення проти міжнародного миру і безпеки;

10) інформаційний простір держави - учасника не повинен бути об'єктом

придбання іншою державою в результаті погроз або її застосування;

11) кожна держава - учасник має невід'ємне право на самооборону перед обличчям агресивних дій в інформаційному просторі щодо нього за умови достовірного встановлення джерела агресії і адекватності заходів;

12) кожна держава - учасник буде визначати свій військовий потенціал в інформаційному просторі на засадах національних процедур з урахуванням законних інтересів безпеки інших держав, а також необхідності сприяти зміцненню міжнародного миру і безпеки. Жодна з держав - учасників не буде здійснювати спроб домогтися панування в інформаційному просторі над іншими державами;

13) держава - учасник може розміщувати свої сили і засоби забезпечення інформаційної безпеки на території іншої держави відповідно до угоди, виробленої в ході переговорів, а також відповідно до міжнародного права;

14) кожна держава - учасниця вживає необхідних заходів для забезпечення невторчання в діяльність міжнародних інформаційних систем управління транспортними, фінансовими потоками, засобами зв'язку, засобами міжнародного інформаційного, в тому числі наукового та освітнього обміну, виходячи з розуміння того, що подібне вторчання може негативно вплинути на інформаційний простір в цілому;

15) держави - учасники повинні підтримувати і стимулювати науково-технічні розробки в галузі освоєння інформаційного простору, а також освітньо-просвітницьку діяльність, спрямовану на формування глобальної культури кібербезпеки;

16) кожна держава - учасник в рамках наявних засобів забезпечує в своєму інформаційному просторі дотримання основних прав і свобод людини і громадянина, дотримання прав на інтелектуальну власність, включаючи патенти, технології, комерційну таємницю, торгові марки і авторські права;

17) кожна держава - учасник гарантує свободу слова, вираження думок в інформаційному просторі, захист від незаконного вторчання в приватне життя

громадян;

18) кожна держава - учасник прагне дотримання балансу між основними свободами і ефективною протидією терор і стіческій використання інформаційного простору.

Прийняти Конвенцію Росія розраховувала в 2012 році. Однак країни, що мають сучасні системи зброї, засоби розвідки, зв'язку, навігації та управління, засновані на широкому використанні ІКТ не дуже поспішають йти на будь-які угоди, які їх обмежують. Яскравий приклад тому - позиція США, які навідріз відмовляються від переговорів із тематики, пов'язаної з інформаційною зброєю і перешкоджають обговоренню цього питання в Комітеті ООН з роззброєння. Вони готові розглядати тільки питання інформаційного тероризму та інформаційного кримінала. Крім того, основні пункти концепції суперечать політиці США, зокрема, кібердоктрині Білого дому, яка дозволяє Пентагону активно реагувати на кібератаки з-за кордону.

Стає очевидним, що з глобалізацією інформаційної сфери вирішальним фактором у політиці будь-якого суб'єкта геополітичної конкуренції стає ефективність національних систем забезпечення інформаційної безпеки. І, навпаки, неефективність системи інформаційної безпеки може стати фактором, здатним привести до великомасштабних аварій і катастроф, наслідки яких можуть викликати, зокрема, дезорганізацію державного управління, крах національної фінансової системи і т. п.

**Національна інформаційна безпека** - це стан захищеності національних інтересів в інформаційній сфері, яка визначається сукупністю збалансованих інтересів особистості, суспільства і держави.

Інтереси особистості в інформаційній сфері полягають у реалізації конституційних прав людини і громадянина на доступ до інформації, на використання інформації в інтересах правової діяльності, фізичного, духовного та інтелектуального розвитку, а також у захисті інформації, що забезпечує особисту безпеку.

Інтереси суспільства в цьому випадку полягають в забезпеченні інтересів особистості в інформаційній сфері, зміцненні демократії, створенні правової соціальної держави, досягненні і підтримці суспільної згоди, в духовному оновленні держави.

Інтереси держави в даній сфері полягають у створенні умов для гармонійного розвитку інформаційної структури, для реалізації конституційних прав і свобод людини і громадянина, для забезпечення непорушності конституційного ладу, суверенітету і територіальної цілісності держави, у забезпеченні законності і правопорядку, розвитку рівноправного міжнародного співробітництва.

Важливо відзначити, що проблема забезпечення інформаційної безпеки є пріоритетною серед інших проблем національної безпеки. Вона носить загальний характер і стосується всіх: людини, суспільства, держави. Ця проблема включає в себе не тільки організаційно-технічні питання, але і втягує в свою орбіту правові та соціальні аспекти, а також завдання забезпечення інформаційно-психологічної безпеки.

Україна, як і всі інші суб'єкти геополітичної конкуренції, поступово приходить до усвідомлення необхідності побудови міцної і ефективної національної системи забезпечення інформаційної безпеки

8 липня 2009 року Указом Президента України була затверджена Доктрина інформаційної безпеки України. Основною метою реалізації положень Доктрини є створення в Україні розвиненого інформаційного простору і захист інформаційного суверенітету.

**Забезпечення інформаційної безпеки України має ґрунтуватись на наступних принципах:**

1. свобода створення, збору, зберігання, використання та розповсюдження інформації;
2. забезпечення достовірності, повноти та неупередженості інформації;
3. обмеження доступу до інформації виключно на основі закону;

4. гармонізація особистих, суспільних і державних інтересів;
5. запобігання правопорушенням в інформаційній сфері;
6. економічна доцільність;
7. гармонізація українського та міжнародного законодавства в інформаційній сфері;
8. пріоритетність національного інформаційного продукту.

Згідно Доктрині, на сучасному етапі основними реальними та потенційними *загрозами інформаційній безпеці України* є:

**1) у зовнішньополітичній сфері:**

- поширення в світовому інформаційному просторі спотвореної, недостовірної та упередженої інформації, що завдає шкоди національним інтересам України;
- прояв комп'ютерної злочинності, комп'ютерного тероризму, що загрожують сталому та безпечному функціонуванню національних інформаційно-телекомунікаційних систем;
- зовнішні негативні інформаційні впливи на суспільну свідомість через засоби масової інформації, а також мережу Інтернет;

**2) у сфері державної безпеки:**

- негативні інформаційні впливи, спрямовані на підлив конституційних порядків, суверенітету, територіальної цілісності і недоторканості кордонів України;
- використання засобів масової інформації, а також мережі Інтернет для пропаганди сепаратизму за етнічною, мовною релігійною і іншими ознаками;
- несанкціонований доступ до інформаційних ресурсів органів державної влади;
- розголошення інформації, яка становить державну та іншу передбачену законодавством таємницю, а також конфіденційної інформації, що є власністю держави;

**3) у військовій сфері:**

- порушення встановленого регламенту збору, обробки, зберігання та передачі інформації з обмеженим доступом в органах військового управління і на

підприємствах оборонно-промислового комплексу України;

- несанкціонований доступ до інформаційних ресурсів, незаконний збір та використання інформації з питань оборони;

- реалізація програмно-математичних заходів з метою порушення функціонування інформаційних систем в сфері оборони України;

- перехоплення інформації в телекомунікаційних мережах, радіоелектронне придушення засобів зв'язку і управління;

- інформаційно-психологічний вплив на населення України, в тому числі на особовий склад військових формувань, з метою послаблення їх готовності до оборони держави та погіршення іміджу військової служби;

#### **4) у внутрішньополітичній сфері:**

- недостатня розвиненість інститутів громадянського суспільства, недосконалість партійно-політичної системи, непрозорість політичної та громадської діяльності, яка створює передумови для обмеження свободи слова, маніпулювання суспільною свідомістю;

- негативні інформаційні впливи, в тому числі із застосуванням спеціальних засобів, на індивідуальну і суспільну свідомість;

- поширення суб'єктами інформаційної діяльності спотвореної, недостовірної та упередженості інформації;

#### **5) в економічній сфері:**

- відставання вітчизняних наукоємних і високотехнологічних виробництв, особливо в сфері телекомунікаційних засобів і технологій;

- недостатній рівень інформатизації економічної сфери, особливо кредитно-фінансової системи, промисловості, сільського господарства, сфери державних закупівель;

- несанкціонований доступ, порушення встановленого порядку роботи з інформаційними ресурсами в галузях національної економіки, викривлення інформації в таких ресурсах;

- використання неліцензійного і несертифікованого програмного забезпечення, засобів і комплексів обробки інформації;

- недостатній рівень розвитку національної інформаційної інфраструктури;

#### **6) у соціальній та гуманітарній сферах:**

- відставання України від розвинених країн за рівнем інформатизації соціальної та гуманітарної сфер, насамперед освіти, охорони здоров'я, соціального забезпечення, культури;

- недотримання прав людини і громадянина на отримання інформації, необхідної для захисту їх соціально-економічних прав;

- поширення в засобах масової інформації невластивих до української культурної традиції цінностей і способу життя, культу насильства, жорстокості, порнографії, зневажливого ставлення до людського розуму і національної гідності;

- тенденція до витіснення з інформаційного простору і молодіжної культури українських мистецьких творів, народних традицій і форм дозвілля;

- послаблення суспільно-політичної, міжетнічної та міжконфесійної єдності суспільства;

- відставання рівня розвитку українського кінематографа, книговидавання, книгорозповсюдження та бібліотечної справи від рівня розвинених держав;

#### **7) в науково-технологічній сфері:**

- зниження наукового потенціалу в галузі інформатизації та зв'язку;

- низька конкурентоспроможність вітчизняної інформаційної продукції на світовому ринку;

- відтік за кордон наукових кадрів та суб'єктів права інтелектуальної власності;

- недостатній захист від несанкціонованого доступу до інформації внаслідок використання іноземних інформаційних технологій і техніки;

- неконтрольована експансія сучасних інформаційних технологій, яка створює передумови технологічної залежності України;

#### **8) в екологічній сфері:**

- приховування, несвоєчасне надання інформації або надання недостовірної інформації населенню про надзвичайні екологічні ситуації або надзвичайні ситуацій техногенного та природного характеру;

- недостатня надійність інформаційно-телекомунікаційних систем збору, обробки і передачі інформації в умовах надзвичайних ситуацій;

Світовий досвід показує, що до вирішення проблем інформаційної сфери кожна країна повинна залучати своїх вчених і виробників. Національні фахівці повинні гарантувати високу якість інформаційних послуг, безпеку інформаційних технологій, сучасну систему сертифікації і стандартизації, створення системи національних інформаційних ресурсів, динамічний розвиток інформаційної інфраструктури, безпеку роботи в світовому інформаційному просторі.

Ними повинні бути розроблені національні інформаційні стратегії, що використовують позитивні наслідки глобалізації інформаційних систем і нейтралізують негативні, створені свої обґрунтовані програми використання інформаційних технологій в сфері освіти, культури, медицини, екології, які сприяли б технологічному та економічному зростанню держави. Для створення таких програм немає жорстких стандартів, кожна країна формує свою інформаційну середу, свій інформаційний простір. Однак при цьому вона повинна враховувати необхідність забезпечення інформаційного імунітету, посилення і розвитку позитивних аспектів глобалізації і обмеження негативних при формуванні єдиного інформаційного простору нашої планети.

### **Контрольні питання**

1. До яких наслідків у сучасному світі призводить розвиток інформаційних технологій?

2. Які основні напрямки суспільного прогресу?

3. Які негативні аспекти процесу глобалізації?

4. До яких наслідків призвели сьогодні процеси глобалізації в інформаційній сфері?
5. Що таке інформаційна безпека?
6. Що можна виділити в якості об'єктів, які підлягають захисту від інформаційних загроз?
7. Які суб'єкти інформаційної безпеки?
8. Які складові частини інформаційної безпеки? Що вони в себе включають?
9. Які основні види інформаційної безпеки виділяють дослідники?
10. Що таке міжнародна інформаційна безпека? Які кроки робляться в світі по її забезпеченню?
11. Які загрози в міжнародному інформаційному просторі розглядаються як основні ?
12. Які принципи повинні лягти в основу міжнародної системи забезпечення інформаційної безпеки?
13. Що таке національна інформаційна безпека?
14. У чому полягають інтереси особистості, суспільства і держави в інформаційній сфері?
15. Коли була затверджена «Доктрина інформаційної безпеки України»? Яка її основна мета?
16. На яких принципах має ґрунтуватися забезпечення інформаційної безпеки України?
17. Які основні реальні та потенційні загрози інформаційної безпеки України?
18. Які заходи має вжити держава з метою забезпечення інформаційної безпеки України?

## КОРОТКИЙ СЛОВНИК ТЕРМІНІВ

**Глобалізація** - процес всесвітньої й економічної, політичної і культурної інтеграції та уніфікації.

**Загроза інформаційної безпеки** - чинники, що створюють небезпеку для особистості, суспільства, держави і їх інтересів в інформаційному просторі.

**Інтернет** - всесвітня система об'єднаних комп'ютерних мереж, побудована на базі протоколу IP і маршрутизації IP-пакетів.

**Інфологема** - це помилкова, перекручена або неповна інформація, що представляє реальні події у вигляді ідеологічних міфів чи політичних пропагандистських вигадок.

**Інформація соціальна** - інформація про суспільство і процеси, які в ньому протікають.

**Інформаційна безпека** - стан захищеності особистості, суспільства і держави та їх інтересів від загроз, деструктивних і інегативних впливів в інформаційному просторі.

**Інформаційна інфраструктура** - сукупність технічних засобів і систем формування, створення, перетворення, передачі користування та зберігання інформації.

**Інформаційна злочинність** - використання інформаційних ресурсів і (або) вплив на них в інформаційному просторі в протиправних цілях.

**Інформаційна система** - сукупність інформації, яка міститься в базах даних і забезпечуючих її обробку інформаційних технологій і технічних засобів.

**Інформаційне середовище** - сукупність технічних і програмних засобів зберігання, обробки і передачі інформації, а також соціально-економічних і культурних умов реалізації процесів інформатизації.

**Інформаційна сфера** - це сфера загальнолюдської діяльності, пов'язана з отриманням, переробкою, розподілом і використанням інформації.

**Інформаційне суспільство** - це таке суспільство, в якому кожен міг би

створювати інформацію і знання, мати до них доступ, користуватися і обмінюватися ними, з тим, щоб дати окремим особам, громадам і народам можливість повною мірою реалізувати свій потенціал, сприяти своєму сталому розвитку і підвищувати якість свого життя на основі цілей і принципів Статуту Організації Об'єднаних Націй і дотримуючись в повному обсязі і підтримуючи Загальну декларацію прав людини.

**Інформаційна зброя** - це пристрої і засоби, призначені для нанесення протиборчій стороні максимальної шкоди в ході інформаційної боротьби шляхом небезпечних інформаційних впливів.

**Інформаційний простір** - сфера діяльності, пов'язана з формуванням, створенням, перетворенням, передачею, використанням, зберіганням інформації, що надає вплив, в тому числі на індивідуальну і суспільна свідомість, інформаційну інфраструктуру і власне інформацію.

**Інформаційно-технічна безпека** - це захищеність елементів інформаційних систем добування, переробки і передачі інформації від інформаційних загроз.

**Інформаційно-психологічний вплив** - це цілеспрямоване виробництво і розповсюдження спеціальної інформації, що здійснює безпосередній вплив (позитивний або негативний) на функціонування та розвиток інформаційно-психологічного середовища суспільства, психіку і поведінку політичної еліти і населення протилежної сторони.

**Інформаційне протиборство (війна)** - форма боротьби сторін, що представляє собою використання спеціальних методів, способів і засобів для впливу на інформаційне середовище протилежної сторони і захисту власної в інтересах досягнення поставлених цілей.

**Інформаційно-технічне протиборство** - різновид інформаційного протиборства, при якому головними об'єктами впливу і захисту є інформаційно-технічні системи.

**Інформаційно-психологічне протиборство** - різновид інформаційного протиборства, при якому головними об'єктами впливу і захисту є психіка політичної

еліти і населення протиборчих сторін, системи формування громадської думки, системи прийняття рішень.

**Інформаційні ресурси** - інформаційна інфраструктура, а також власне інформація та її потоки.

**Інформаційні технології** - процеси, методи пошуку, збору, зберігання, обробки, надання, поширення інформації та способи здійснення таких процесів і методів.

**Інформаційно-телекомунікаційна мережа** - технологічна система, призначена для передачі по лініях зв'язку інформації, доступ до якої здійснюється з використанням засобів обчислювальної техніки.

**Інформаційний тероризм** - використання інформаційних ресурсів і (або) вплив на них в інформаційному просторі в терористичних цілях.

**Інформація** - відомості, подані в будь-якій формі і будь-якому вигляді, на будь-яких носіях, про осіб, предмети, факти, події, явища і процеси, які мали, мають або матимуть місце в суспільстві, державі і навколишньому середовищі.

**Комп'ютерний вірус** - це невелика програма, написана програмістом високої кваліфікації, здатна до саморозмноження й виконання різних деструктивних дій.

**Консієнтальна війна** - це узгоджена за цілями, завданнями, місцем і часом система інформаційно-пропагандистських та психологічних заходів, що проводяться із застосуванням засобів масової інформації, культури, мистецтва та інших засобів протягом тривалого часу за ретельно розробленим сценарієм.

**Маніпулювання масовою свідомістю** - впровадження в свідомість ідей, думок і уявлень шляхом масованого поширення спеціально підготовленої за формою і змістом інформації.

**Міжнародна інформаційна безпека** - стан міжнародних відносин, який виключає порушення світової стабільності і створення загрози безпеці держав і світової спільноти в інформаційному просторі.

**Національна інформаційна безпека** - це стан захищеності національних

інтересів в інформаційній сфері, що визначається сукупністю збалансованих інтересів особистості, суспільства і держави.

**Нейро-лінгвістичне програмування** - це процес впливу на підсвідомість людини за допомогою слів.

**Пропаганда** - це вплив на свідомість (підсвідомість), політичне життя і ціннісні орієнтації об'єктів (груп об'єктів) за допомогою розповсюдження поглядів, ідей, навчань з метою формування світогляду з зору, відповідного інтересам впливаючої сторони.

**Пропаганда деморалізуюча** - це пропагандистський вплив, спрямований на ослаблення психіки людини, загострення його почуття самозбереження з метою зниження морально-бойових якостей до відмови від участі в бойових діях.

**Пропаганда конверсійна** - це масований пропагандистський вплив на ціннісні орієнтації людини або груп людей з метою зміни його установок, відносин, суджень і поглядів на політику, що проводиться вищим військово-політичним керівництвом країни.

**Пропаганда полону** - це пропагандистський вплив на людину або групи людей, спрямований на формування позитивних установок по відношенню до здачі в полон як єдиного розумного і безпечного виходу зі сформованої обстановки.

**Пропаганда розділова** - це пропагандистський вплив, спрямований на розпалювання міжгрупових протиріч на основі розбіжностей релігійного, національного, соціального, професійного і ін. характеру з метою ослаблення єдності в рядах противника аж до його розколу.

**Психотронні засоби** – це засоби техногенного впливу на фізичний стан і свідомість людини.

**Психотропні засоби** - це фармакологічні засоби хіміко-біологічного характеру, призначені для впливу на психіку людини на генному або хромосомному рівнях.

**Психофізична безпека** - це інформаційно-психологічна захищеність психіки, свідомості і системи органів людини і груп людей від енергоінформаційного впливу.

**Засоби масової інформації (ЗМІ)** - засоби донесення інформації (словесної, звукової, візуальної) за принципом широкомовного каналу, що охоплює велику (масову) аудиторію і діють на постійній основі.

**Засоби масової комунікації** - це спеціальні канали і передавачі, завдяки яким відбувається поширення інформаційних повідомлень на великі території.

**Сугестія (або навіювання)** - це цілеспрямований вплив на особистість або групу (масове навіювання), яке сприймається на рівні підсвідомості і приводить або до появи певного стану духу, почуття, відносини, або до вчинення певних вчинків.

**Хакери** - це особи, які займаються пошуком незаконних способів проникнення в захищені комп'ютерні системи та мережі.

## ЛІТЕРАТУРА

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. Вепрінцев, В.Б. Операції інформаційно-психологічної війни : короткий енциклопедический словник - довідник / В.Б. Вепрінцев, А.В. Манойло, А.І. Петренко, Д.Б. Фролов, - 2-е изд., Стереотип. - М. : Голубая линия - Телеком, 2011. - 495 с. - ISBN 978-5-9912-0173-5.

Воробйова, І.В. Інформаційно-психологічна зброя як самостійний засіб ведення інформаційно-психологічної Війни / І.В. Воробйова // Системи озброєння і військова техніка. - 2010. - №1 (21). - С. 141- 144.

Гриняв, С.Н. Поле битви - кіберпростір. - Мн. : Харвест, 2004. - 446 с. - ISBN 985-13-2413-2.

Зелінський, С.А. Інформаційно-психологічний вплив на масову свідомість. - СПб. : Скіфія, 2008. - 280 с. - ISBN 978-5-903463-17-6.

Зубок, М.І. Інформаційна безпека: навч. посібник. - К. : Київський

національний торговельно-економічний університет, 2009. - 133 с. - ISBN 966-629-189-4.

Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти): підруч. / В.В. Остроухов, В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк та ін.; за ред. Є. Д. Скулиш. - К.: КНТ, 2010. - 776 с.

Інформаційно-психологічна безпека в епоху глобалізації: навч. посіб. / В.М. Петрик, В.В. Остроухов, А.А. Штоквіш та ін.; під ред. В.В. Остроухова - К.: КНТ, 2008. - 544 с.

Історія інформаційно-психологічного протіборства: підручник / Я. М. Жарков, Л. Ф. Компанцева, В. В. Остроухов, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Є. Д. Скулиш; за заг. ред. Є. Д. Скулиш. - К.: ЗАТ "ВІПОЛ", 2012. - 212 с.

Малюк, А.А. Введення в інформаційну безпеку: навч. посіб. особливий для вузів / А.А. Малюк, В.С. Горбатов, В.І. Корольов; під ред. В.С. Горбатова. - М.: Гаряча лінія - Телеком, 2011. - 288 с. - ISBN 978-5-9912-0160-5.

Новиков, В.К. Інформаційна зброя - зброя сучасних і майбутніх війн. - М.: Гаряча лінія - Телеком, 2011. - 264 с. - ISBN 978-5-9912-0166-7.

Панарін, І.М. Інформаційна війна, PR і світова політика: навчальний посібник для вузів. - М.: Гаряча лінія - Телеком, 2006. - 352 с. - ISBN 5-93517-297-6.

Панарін, І.М. Інформаційна війна і геополітика. - М.: Про колінах, 2006. - 560 с. - ISBN 5-9763-0001-4.

Петрик, В.М. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посібник / В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Л.Ф. Компанцева - К.: ВІПОЛ, 2011. - 248 с. - ISBN 978-966-8916-16-8.

Петрик, В.М. З історії нейролінгвістичного програмування / В.М. Петрик, К.О. Прокоф'єва // Соціальна психологія. - 2010. - № 2. - С. 176-187.

Петрик, В.М. Еволюція нейролінгвістичного програмування / В.М. Петрик, К.О. Прокоф'єва // Сучасні інформаційні технології в сфері безпеки та оборони. - 2009. - № 2 (5). - С. 87-93.

Петрик, В.М. До питання про! Застосування методів НЛП в інформаційно-психологічних операціях / В.М. Петрик, К.О. Прокоф'єва // інформаційна безпека людини, Суспільства, держави. - 2009. - № 2. - С. 71- 76.

Почепцов, Г.Г. Інформаційні війни. - М. : Рефл-бук; К.: Ва клер, 2000. - 576 с. - ISBN 5-87983-087-X ; ISBN 966-543-056-4 .

Присяжнюк, М.М. Використання нейролінгвістичного програмування для маніпулювання свідомістю / М.М. Присяжнюк // Соціальна психологія. - 2008. - № 5.- С. 137- 141.

Прокоф'єв, В.Ф. Таємна зброя інформаційної війни: атака на підсвідомість. - 2-е изд., Расш. і доп. - М. : Сінтег, 2003. - 408 с. - ISBN 5-89638-059-3.

Прокоф'єв, В.Ф. Людина - керований біокомп'ютер? // Вагитнік Міжнародної академії наук (Російська секція). - 2008. - Вип. №1. - С. 18- 23.

Прокоф'єва, К.О. НЛП як сучасний інструмент впливу на особистість та суспільство / К.О. Прокоф'єва // Інформаційна безпека людини, суспільства, держави. - 2009. - № 1. - С. 93-96.

Расторгуєв, С.П. Інформаційна війна. - М. : Радио и связь, 1999. - 416 с. - ISBN 5-256-01399-8.

Софійська, Н. Зовнішні загрози інформаційної безпеки / Н. Софійська, А. Леуш // Корпоративні системи. - К., 2005. - № 6. -С. 54- 57.

Сунь-Цзи. ! Застосування інформаційно-психологічних прийомів задля відстоювання інтересів держави // Персонал. - 2006. - № 6. - С. 25- 34.

Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій: навч. посіб. / В.М. Петрик, В.В. Остроухов, О.А. Штоквіш та ін. - К.: Росава, 2006. - 208 с.

Філатов, А.В. Основи розпізнання та протидії маніпуляції свідомістю (вступний курс). - Калінінград : МО «Сенті», 2006. - 198 с.

Хайретдінов, Р. Внутрішні загрози і інформаційна безпека // Корпоративні системи. - К., 2005. - № 6.- С. 58- 67.

Циганов, В.В. Інформаційні війни в бізнесі і політиці: теорія і методологія / В.В. Циганов, С.Н. Бухарін. - М. : Академічний Проект, 2007. - 336 с. - ISBN 978-5-8291-0823-6.

Юськів, Б.М. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Інформаційні Війни». - Рівне: РІС КСУ, 2003. - 55 с.