

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»

Факультет психології, політології та соціології

Кафедра політичних теорій

БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

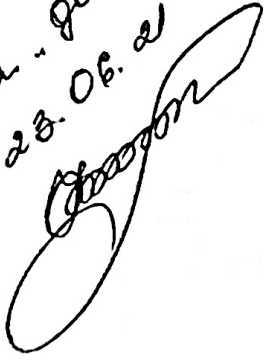
на тему:

**«ЕВОЛЮЦІЯ ФОРМ ТА МЕТОДІВ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН »**

Виконав: студент 4 курсу 2 групи
галузі знань 05 «Соціально-політичні науки»
напряму підготовки 052 «Політологія»
Листопадов Роман Олександрович

Керівник: к.політ.н., доцент
Завгородня Ю. В.
Рецензент: к.політ.н., доцент
Пехник А.В.

*Затверджено
на "добре"
23.06.21*



Одеса - 2021

З М І С Т

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН	
1.1. Основні поняття і підходи до вивчення політичного інформаційного простору	7
1.2. Зарубіжні і вітчизняні концепції інформаційних війн	14
1.3. Інформаційна війна і сучасне суспільство	21
РОЗДІЛ 2. МЕХАНІЗМ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ	
2.1. Суб'єкти і об'єкти інформаційного протиборства	28
2.2. Роль ЗМІ в політиці держави	32
2.3. Методи ведення інформаційних війн	38
РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПОЛІТИЧНІ ПРОЦЕСИ	45
ВИСНОВКИ	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	54

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В процесі еволюції, людське суспільство все більшою мірою усвідомлювало цінність, значимість і дієвість інформації, не тільки як інструменту пізнання навколишнього світу і основи для вибудовування комунікативних зв'язків, але і як потужного знаряддя консолідації, творення, але також і як неймовірно дієвого всеруйнуючої зброї, за своєю потужністю, часом перевершує всі відомі види озброєнь.

У доісторичні і стародавні часи виник один із способів деморалізації противника - бойовий клич, який виступив способом демонстрації своєї рішучості знайти перемогу, способом демонстрації своєї чисельної переваги (або імітації цієї переваги за рахунок гучності). З плином часу інформаційне протиборство ставало більш різноманітним і витонченим, що враховує особливості об'єкта впливу - людської психіки. Крім того, змінювалися і способи інформаційного впливу від примітивно-вербального спочатку, до складно організованого, комплексного впливу із застосуванням всіх основних комунікативних каналів.

Олександр Македонський – (IV ст. до н.е.), використовував страхітливі штандарти, маски, звуковий супровід військових дій (барабанний дріб, гонг і т.п.), Вираз "троянський кінь" стало професійною приказкою розвідників для позначення операції по дезінформації ворога з подальшою його військовою поразкою. Не нехтували великі полководці і такою інформаційною зброєю, як чутки: Ганнібал тривалий час розпускав чутки про нову хворобу в стані своїх бійців, тим самим слабшаючи пильність суперника, в інших ситуаціях він поширював чутки про незламну могутність нової зброї, сприяючи формуванню у ворога психологічної готовності до ураження.

У XX столітті інформаційне протистояння набуло ще більш витончені форми і використовувало у своїх інтересах інноваційні розробки в сфері комунікації, соціальних технологій та науково-технічного прогресу. Найчастіше політична пропаганда приймала настільки агресивні і жорсткі форми, що нагадувала інформаційну війну проти свого ж народу.

У ХХІ столітті фахівці вже змогли ідентифікувати кілька як традиційних, так і сучасних різновидів інформаційних протидій, що мають форму інформаційних воїн: командно-управлінська, націлена на канали зв'язку між командуванням і виконавцями з метою руйнування системи управління; розвідувальна війна - збір важливої у військовому відношенні інформації (як напад) і захист власної; електронна війна, спрямована проти засобів електронних комунікацій - радіозв'язку, радіолокаційних станцій, комп'ютерних мереж; психологічна війна - пропаганда, "промивання мізків", інформаційна обробка населення, що включають підрив громадянського духу, деморалізацію Збройних Сил, дезорієнтацію командування і війна культур; хакерська війна, що має на увазі диверсійні дії проти цивільних електронних об'єктів супротивника і захист від них (дії проти військових розцінюються як електронна війна), що може стати причиною серйозних витрат - тотальному паралічу різного роду мереж (електричних, електронних, комунікативних), введення випадкових помилок і комп'ютерних вірусів в пересилку даних, несанкціонованим підключенням до мереж і їх таємному моніторингу з метою шантажу; економічна інформаційна війна, що має дві форми - інформаційна блокада (перекриття каналів комерції та комунікації) і інформаційний імперіалізм (частина загальної політики економічного імперіалізму); кібервійна - яка відрізняється від "звичайного" хакерства, що припускає захоплення комп'ютерних даних, що дозволяють вистежити супротивника (або шантажувати його).

У час активних бойових дій на сході України поняття інформаційної агресії в контексті соціальних комунікацій є надзвичайно важливим. Тому актуальність цього дослідження зумовлена тим, що ХХІ ст. – це ера інформації. Кожна людина може без перешкод дізнатись потрібну інформацію про події, що трапились у світі. Тому вплив інформації на соціум – це питання, що містить неоднозначну відповідь. З одного боку, це позитивне явище, адже воно сприяє освіченості населення, але це можливо лише в тому випадку, коли інформування суспільства має свою первинну,

благородну мету. Проте, аби досягнути бажаного, можливий інший бік цього явища, який сьогодні активно використовує щодо України Російська Федерація. Маємо на увазі потужні інформаційні атаки, що призвели до розгортання активних бойових дій з великою кількістю людських жертв. Саме тому питання інформаційної агресії в контексті соціальних комунікацій є важливим та актуальним на сьогодні.

Цей аспект досліджувало чимало як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Останніми роками інтерес до поняття інформаційної агресії в контексті соціальних комунікацій особливо зріс серед українських науковців. Сьогодні відомі професійному загалу праці таких Г. Почепцова, В. Петрика, І. Парфенюка, О. Старіша, В. Домарєва.

До прикладу, у відомій праці Г. Почепцова “Сучасні інформаційні війни” зазначено, що інформаційні війни можливі в різних сферах життєдіяльності й у всі часи: конкурентна боротьба точиться у політиці, бізнесі, економіці, соціальному житті. І цю боротьбу досить часто ведуть саме в інформаційному просторі. Адже це дешевший варіант агресивних дій, ця сфера ще не настільки ефективно захищена на законодавчому рівні, до того ж тут непросто розрізнити умисний і випадковий розвиток подій.

Сучасні інформаційні війни – це квазіагресивний інструментарій мирного життя, а не лише збройного конфлікту між державами. І постійний розвиток інформаційного простору продукує нові можливості для застосування цього інструментарію. Поява Інтернету здійняла його до нових висот.

Мета і завдання дослідження. Мета дослідження – проаналізувати визначення терміна “інформаційна війна” в контексті соціальних комунікацій. Для досягнення мети потрібно виконати ряд завдань:

- дослідити сновні поняття і підходи до вивчення політичного інформаційного простору;
- проаналізувати зарубіжні і вітчизняні концепції інформаційних війн;
- охарактеризувати інформаційну війна у сучасному суспільстві;

- виявити об'єкти і суб'єкти інформаційного протиборства;
- визначити роль ЗМІ в політиці держави;
- розглянути методи ведення інформаційних війн.

Об'єктом дослідження є протиборство суб'єктів інформаційного впливу в сучасному світі.

Предмет дослідження - еволюція форм та методів інформаційних війн.

Методи дослідження. У роботі використані такі методи дослідження як: діалектичний, системний, компаративний, структурно-функціональний, інституціональний, контент-аналіз і деякі інші, в т.ч. на стику теоретичних і прикладних дисциплін (філософії, психології, соціології, історії, культурологи та ін.).

Структура дослідження. Робота складається зі вступу, трьох розділів, що охоплюють шість підрозділів, висновків та списку використаних джерел. Повний обсяг дослідження становить 59 сторінок. Список використаних джерел складає 63 найменування.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН

1.1. Основні поняття і підходи до вивчення політичного інформаційного простору

Людство з давніх часів отримувало знання в інформаційному просторі. Сучасний глобальний інформаційний простір, в багатьох країнах з високим рівнем інформатизації [63, с. 4], має свої більш дрібні національні інформаційні простори і галузеві інформаційні простори [56, с. 85].

Для будь-якої держави єдиний інформаційний простір є обов'язковим компонентом. Він служить засобом управління і впливу на суспільство. Також він включає в себе більш дрібні за масштабом простору: галузеві, регіональні, окремого підприємства і т.д. Єдиний інформаційний простір є системоутворюючою ознакою будь-якої держави. Єдиний інформаційний простір повинен випереджати створення єдиного економічного і правового простору, так само як він повинен випереджати прийняття рішень в різних соціальних сферах.

Поняття «інформаційний простір» і різні його аспекти широко вивчені в контексті різних сфер діяльності як з теоретичної, так і з практичної точок зору.

Поява поняття інформаційний простір обумовлено збільшеною потребою суспільства в безперервному інформуванні. Крім того, формування «інформаційного суспільства» тісно пов'язане з впровадженням інноваційних технологій, що скоротили час доставки інформації до аудиторії, що дозволило бути в курсі всіх подій, які відбуваються в даний конкретний момент.

Перш за все розглянемо основний термін «інформація»: «Інформація - відомості (повідомлення, дані) незалежно від форми їх подання» [49].

Аналіз чинного законодавства свідчить, що окремі терміни тлумачаться порізно:

- інформація – сукупність відомостей, знань і повідомлень про об'єкти, явища й процеси (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження концепції створення Єдиної державної автоматизованої паспортної системи» від 20 січня 1997 р. № 40);

- інформація – документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються в суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі (Закон України «Про інформацію» від 2 жовтня 1992 р.);

- інформація – відомості в будь-якій формі та вигляді, на будь-яких носіях (у тому числі листування, книги, помітки, ілюстрації (карти, діаграми, органіграми, малюнки, схеми тощо), фотографії, голограми, кіно-, відеофільми, мікрофільми, звукові записи, бази даних комп'ютерних систем або повне чи часткове відтворення їх елементів), пояснення осіб та будь-які інші публічно оголошені чи документовані відомості (Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11 січня 2001 р.) [54].

У Філософському словнику дано таке визначення поняття «простір»: «простір - поняття, яке характеризує взаємне розташування співіснуючих об'єктів» [53].

Таким чином, з'єднавши воедино два поняття, ми отримаємо якусь систему взаємодії суб'єктів і об'єктів навколишнього середовища, зв'язаних за допомогою взаємодії процесів виробництва і споживання відомостей.

Дана система і буде інформаційним простором. Розглянемо визначення поняття «інформаційний простір», сформульовані в наукових працях.

В роботі В.Л. Гирича і В.Н. Чупріної дано таке визначення: «Інформаційний простір - сукупність інформаційних ресурсів і інфраструктур, які складають державні і міждержавні комп'ютерні мережі, телекомунікаційні системи та мережі загального користування, інші транскордонні канали передачі інформації» [6]. Як бачимо, це формулювання зачіпає технічний аспект формування інформаційного простору.

Розглядаючи дане поняття в контексті культурології та соціології, С.М. Сороко стверджує, що «інформаційний простір - це концептуальний простір, що відбиває світосприйняття людей сучасної епохи» [46, с. 13]. Іншими словами, простір, що формується під впливом існуючого в даний конкретний момент світогляду.

С.А. Проскурін дає наступне визначення: «Інформаційний простір - простір, в якому створюється, переміщується і споживається інформація» [42, с. 11]. Очевидно, вчений має на увазі якусь обмежену середу, до якої прив'язані інформаційні потоки.

С. Ширін, розглядаючи дане поняття з точки зору сучасної медіа-системи, говорить про те, що «світовий інформаційний простір – це інтегровані за допомогою вдосконалених в ході інформаційної революції комунікаційних систем і способів передачі інформації національні та транскордонні інформаційні потоки» [58, с. 60].

Найбільш повним і таким, що відображає запити сучасного суспільства, а також універсальним по відношенню до різних сфер комунікаційної діяльності людини нам здалося визначення інформаційного простору, сформульоване в статті М.В. Каткової «Поняття " інформаційний простір" в сучасній соціальній філософії»: «Інформаційний простір - це історично сформована, забезпечена правовими гарантіями і засобами, що забезпечує найбільшу міру доступності для споживача форма скоординованих і структурованих, територіально близьких і віддалених інформаційних ресурсів, що акумулюють результати комунікаційної діяльності людей» [25, с. 23].

Узагальнивши проаналізовані визначення та наукові праці, можна прийти до висновку, що в науковому середовищі превалюють два підходи у вивченні інформаційного простору - технічний підхід і гуманітарний підхід. Розглянемо специфіку кожного з них.

Технічний підхід. Інформаційний простір представлено в організаційно-технічному аспекті як систему, що здійснює передачу, обробку та зберігання

інформації з використанням технічних засобів і інших ресурсів. Інформаційного простору в цьому випадку властива обмеженість і прихильність до каналів поширення даних. Так, А.І. Ненашев говорить про те, що «структуру інформаційного простору визначають інформаційні технології та матеріальні носії інформації» [34, с. 7], а именно базы и банки данных, технические средства хранения, передачи и обработки информации, коммуникационные сети.

Об'єктами інформаційного простору з точки зору точних наук є інформаційні ресурси, засоби інформаційної взаємодії та інформаційна інфраструктура. Об'єкти вивчення в цьому випадку будуть мати «матеріально-технічну природу» [38].

Гуманітарний підхід. З точки зору гуманітарних наук інформаційний простір є сукупністю знань і інформації, що формується і постійно змінюється в процесі еволюції суспільства.

Гуманітарне поняття інформаційного простору передбачає повну відсутність кордонів і прихильності до конкретної місцевості. Даний підхід має на увазі, що об'єкти інформаційного простору мають «людську природу - люди та їх спільноти» [31, с. 13].

Для даного дослідження, для вивчення поняття «інформаційний простір» ми будемо дотримуватися саме гуманітарного підходу.

Інформаційний простір представлено як сфера «діяльності окремих людей, професійних груп, суб'єктів державного управління, економічних і політичних відносин і т.п. - тобто фактично будь-якого суб'єкта діяльності, що здійснює таку цілком або частково з використанням можливостей сучасних інформаційних технологій» [31, с. 14].

Іншими словами, як на глобальному, так і на локальному рівні ми можемо розглядати формування інформаційного простору, виходячи з певного контексту. Основою для вивчення інформаційного простору можуть служити будь-які географічні одиниці, міровозорові постулати, традиційні переконання і сфери людської діяльності.

Б.М. Лозовський представляє умови формування інформаційного простору. На базі даних умов можна виділити складові, що утворюють структуру інформаційного простору:

- аудиторія, здатна до сприйняття інформації, яка транслюється через канали комунікації;
- розвинена і удосконалювана система комунікаційних технологій (інформаційно-телекомунікаційна інфраструктура);
- система міжнародної взаємодії на інформаційному і технологічному рівні [29].

Таким чином, інформаційний простір являє собою взаємодію різних суб'єктів, які виробляють або споживають інформацію, які, в сукупності з різними процесами, утворюють структуру інформаційного простору.

А.В. Маноїло пропонує універсальну модель інформаційного простору. Вона включає інформаційне поле, інформаційні потоки, канали комунікації ЗМІ та МК [31, с. 20].

Штучний інформаційний простір створюється людиною на основі знань, теорій, моделей, систем і досвіду. Штучний інформаційний простір з одного боку є якоюсь пояснювальною моделлю, з іншого боку, він служить інструментом впливу на навколишній світ. Штучний інформаційний простір створюється на основі інформації, якою володіє людина і тому є результатом інформатизації суспільства. [56, с. 21].

Інформаційний простір створюється державою і суспільством, має цілі свого створення і відповідні ознаки. Як справедливо зазначено І. Арістовою, «Інформаційний простір є основою соціально-економічного, політичного і культурного розвитку та забезпечення безпеки України. Ефективний інформаційний простір повинен забезпечити побудову інформаційного суспільства в країні і входження її у світовий інформаційний простір» [1, с.106].

Суб'єктами і об'єктами інформаційного простору є виробники і споживачі інформації відповідно (нюсмейкери, експерти, лідери думок, виробники спеціальної інформації (мода, товари, театр і кіно, реклама).

Як ми бачимо, інформаційний простір має багатокomпонентну структуру, основу якої складають канали комунікації.

Відмінність сучасного етапу розвитку комунікаційної діяльності від попереднього полягає в тому, що за останні десятиріччя створено комунікаційний канал, який є принципово новим матеріально-технічним засобом її здійснення. Його називають кіберпростором або віртуальною реальністю. Кіберпростір є засобом розширення можливостей інформаційного простору, ефективне використання якого стає сучасною парадигмою суспільного розвитку. На основі аналізу можливих соціальних змін, пов'язаних із цим простором, були побудовані різні концепції постіндустріального суспільства, в яких соціально-комунікаційна революція трактується як процес створення принципово нових умов для формування соціального інтелекту, що функціонує за законами колективної творчості [17, с. 23].

У сучасному інформаційному просторі зросла значимість такого каналу комунікації, як соціальні медіа (соціальні мережі, блоги та мікро-блоги, відеохостінги і фотохостинги).

На Україні найбільшою популярністю користуються американська соціальна мережа Facebook. Згідно з останніми дослідженнями компанії Adobe, американська соціальна мережа Facebook посідає перше місце за популярністю, а кількість користувачів Facebook за останні роки склала 1,4 млрд чоловік [5].

Оскільки відео- та фотоматеріали здатні надати більш сильний вплив на аудиторію, ніж звичайний текст, не можна недооцінювати такі соціальні медіа, як відеохостінги - сайти, що дозволяють зберігати і відтворювати відеофайли, і фотохостинги - сайти для зберігання і публічної демонстрації фотографій.

На сьогоднішній день найбільш відвідуваним місцем для розміщення відеофайлів в Україні є світовий лідер Youtube.com. У даного ресурсу понад 51 млн українських інтернет-користувачів.

Для кожної конкретної сфери діяльності велику роль відіграють спеціалізовані сайти. Дані сайти присвячені конкретній тематиці, сфері діяльності, галузі знань і т.п. Спеціалізовані сайти можна умовно розділити на інформаційні та комерційні. До перших відносяться всі сайти, що містять вузькоспеціалізовану інформацію, до комерційних - всі сайти, за допомогою яких здійснюється торгівля товарами або послугами в даній конкретній сфері [14].

Збільшення потоків інформації, посилення медіаімперій як у межах окремої держави, так і глобального бізнесу збільшило можливості контролю й обробки масової свідомості через засоби масової інформації та комунікації [15, с. 3].

Можна стверджувати, що глобалізація по-новому поставила проблеми ідентичності та взаємозалежності національних співтовариств. Спостерігається прояв впливу інформаційних потоків, які розмивають індивідуальність.

Таким чином, український інформаційний простір являє собою багатовимірну структуру. Сучасний медіаринок, крім традиційних каналів комунікації, включив в себе систему ресурсів і технологій інтернет-простору. Така інтеграція сприяє розширенню аудиторії і посилення впливу ЗМІ на масову свідомість.

1.2. Зарубіжні і вітчизняні концепції інформаційних війн

Історично інформаційне протиборство виникло як складова частина збройної боротьби. Причинами його виникнення стало прагнення нападаючої сторони підняти дух своїх воїнів і послабити волю ворога. Подібним чином вона позбавляла останнього здатності до активного опору, сприяла його більш швидкого знищення, зменшувала власні матеріальні та фізичні втрати, в тому числі - втрати при захваті для себе трудових і матеріальних ресурсів. Найбільш рання з відомих форм впливу на супротивника не бойовими засобами - залякування його своєю (іноді уявної) бойовою потужністю, - виникла досить рано. Її сліди ми бачимо в збройних зіткненнях племен в епоху розкладання первіснообщинного ладу, в війнах рабовласницьких держав. Під впливом страху, особливо в бою, коли немає часу для обмірковування своєї поведінки, противник приймає рішення про здачу або втечу практично рефлекторно [23, с. 85].

Ще в давнину протиборчі сторони використовували засоби духовного впливу, щоб послабити моральний дух і бойову міць противника, а також підняти бойовий дух своїх військ. Це була історично перша форма інформаційного протиборства - інформаційно-психологічного забезпечення бойових і повстанських дій.

В якості основного носія і засобу доведення інформації на першому, вербальному етапі виступала людина, як об'єкт впливу - психіка людини, яка визначає спрямованість її діяльності.

У Китаї з давніх часів з великою увагою ставилися до інформаційних форм і способів боротьби з противником, вважаючи за краще їх, ніж кровопролитні сутички на поле бою. Перші наукові обґрунтування інформаційного протиборства пов'язують з іменами давньокитайських філософів - Конфуція і Сунь-Цзи (VI-V ст. до н.е.), їх теорії використані в сучасних теоретичних і практичних підходах китайських і американських фахівців в інформаційній дії, а також в діяльності спецслужб Китаю і США [27, с. 159].

До XIII в. відноситься один з перших історичних прикладів масштабного застосування дезінформації в військових цілях. Цей приклад пов'язаний з вторгненням монголів до Угорщини в 1241р. Розбивши угорців і їх союзників на річці Шайо, монголи серед захоплених трофеїв знайшли королівську печатку. За наказом Батия грамотні полонені від імені короля Бели написали угорською мовою указ про припинення опору, копії якого, скріплені королівською печаткою, були розіслані в різні кінці ще не завойованої країни [21, с. 140].

З поширенням християнства (а на Сході - ісламу) в ході надання ІПВ значну роль став грати релігійний фактор. Особливо це проявилось в ході ідейно-пропагандистського забезпечення хрестових походів. Офіційно метою цих походів, організованих феодалними володарями Європи та Папою Римським, було звільнення "гробу господнього" в Єрусалимі. Ця версія задовольняла необхідність замаскувати справжні загарбницькі цілі світських і церковних керівників, їх прагнення опанувати легендарними багатствами Сходу [2].

Особливу популярність мала специфічна військова організація - лицарство, яке ототожнювалося з воїнством Христовим. Образи і символи благородного воїнства, сформовані в Середньовіччі, виявилися настільки стійкими, що успішно експлуатувалися і в XX ст.

У роки Першої світової війни інформаційно-психологічний вплив на супротивника виявлялося 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» [20, с. 213].

Сходження націонал-соціалістів до політичної влади і весь період існування «Третього рейху» супроводжувалися інтенсивною пропагандистською кампанією. На чолі, якої стояв Йозеф Геббельс. Він був міністром народної освіти і пропаганди. Гітлер і його прихильники більшості перемог зобов'язані видатним можливостям і здібностям міністра пропаганди.

Перш ніж почати роботу з пропаганди в Німеччині Геббельс досконально вивчив американський досвід впливу на масову свідомість і тільки, потім почав активну роботу по завоюванню свідомості. Оцінивши по достоїнству всі можливості пропаганди, міністр стверджував, що пропаганда - це мистецтво, яке ефективно лише в одному випадку - якщо люди менше здогадуються, що їх обробляють.

Міністр пропаганди зумів підкорити своїй владі всі сфери ідеологічного впливу на свідомість мас: пресу, радіомовлення, літературу, музику, кінематографію, театр, образотворче мистецтво, комерційну діяльність, туризм. Під його керівництвом працювало тисячі офіційних пропагандистів.

Доктору Геббельсу вдалося створити в масовій свідомості образ «всюдисущого і всевладного», але дуже вразливого ворога, направивши на нього нестримний гнів натовпу. Він стверджував, що євреї розкладають расу, оскверняють мораль, псують звичаї німцем і руйнують міць великої Німеччини.

Однією з рис Другої світової війни стала активна інформаційна війна радянського і нацистського режимів. Москва і Берлін активно використовували технічні новинки XX століття: радіо, кінематограф,

масовий друк. Великі держави активно вивчали і використовували методи по впливу на психіку людей, їх свідомість і підсвідомість [48, с. 25-26].

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 займалося 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 проведення збройними силами спеціальних операцій [36, с. 19].

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 використовувалися аргументи, засновані більшою мірою на соціально-психологічних, ніж політичних мотивах. У них переважали такі методи психологічного впливу, як крики жаху, розпачливий жіночий і дитячий плач, буддійська похоронна музика, записані на плівку крики диких звірів, які повинні були зображати голоси лісових духів, демонів і т. п.

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.

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».

В якості основних завдань 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 [36, с. 22].

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

Деякі науковці [7, с. 31] виокремили основні складники гібридної війни в російсько-українському протистоянні 2014–2018 років.

1. Інформаційний складник. Агресор розгорнув шалену пропагандистську війну – з побудовою «в телевізорі» альтернативної зомбі-реальності, яка нічого спільного не має з істиною. У самих військових структурах створено своєрідний спецназ інформаційної війни. Є підпорядкована владі і жорстко контрольована система засобів масової інформації, спеціальні бойові підрозділи інформаційної війни і призовані в них журналісти. Як повноправний складник цієї війни, як джерело генерації ненависті відверто легітимізовано дезінформацію (конструювання «фейків»). Це справжнє дезінформаційно-маніпулятивне безумство. Воно спрямоване не лише проти України, а й проти демократичного Заходу. Не лише Україна, а також Європа та США змушені шукати протидію і стримування російських «інформаційних кілерів».

Інформаційний складник гібридної війни став наскрізним для всієї російської агресії в її активній фазі. Спираючись на потужну багаторічну інформаційно-психологічну обробку своїх громадян і громадян України, активну кампанію в соціальних мережах, часткове скуповування українських ЗМІ (зокрема загальнонаціональних), використання стратегічного контенту (книги, телесеріали, фільми, псевдонаукові та наукові дослідження тощо), Росії на перших етапах агресії вдавалося істотно дезорієнтувати населення України, грати на багаторічних деструктивних тематиках, зменшити підтримку громадянами дій керівництва держави в умовах неоголошеної війни.

2. Дипломатичний складник. Синхронне висунення ультимативних вимог до жертви агресії на міжнародних переговорних майданчиках – в ООН, ЄС, на двосторонніх і багатосторонніх перемовинах. Керівництво РФ розглядає міжнародні відносини як сукупність агентурних спецоперацій.

3. Диверсійні (підбивні) операції спецслужб, утворення п'ятих колон, терористичні акти, підтримка (підбурювання) кримінального безладу.

4. Економічний складник. Він значно «вдосконалений» порівняно з ще пам'ятними сирними, цукерковими, винними «війнами» проти України, Молдови і Грузії. Застосовуються комбінації заходів економічного та соціально-культурного характеру. Особливо ж паразитує північний сусід у сфері енергетичної безпеки, роками ведучи так звані «газові війни»; послаблює всіма можливими способами енергетичну інфраструктуру нашої та інших держав, маніпулюючи цінами на газ з метою шантажу та примусу в галузі зовнішньої політики.

5. Конфесійний складник. Православна церква Московського патріархату в більшості своїх церковно-адміністративних підрозділів уже абсолютно неприховано використовується як засіб і як активна бойова одиниця гібридної війни.

6. Гуманітарний складник. Тут маємо безпрецедентне й нищівне втручання в сферу історичної пам'яті (спекуляції на фактах історії,

маніпулювання почуттями людей щодо минулих подій і учасників цих подій), мовне питання (істеричні й безпідставні лементациї про «утиски росіян, російськомовних» та «насильницьку українізацію»);

посилення позицій російської мови і культури (з пропагандистським змістовим наповненням) на шкоду українській;

нав'язування через освітні та конфесійні канали російськоцентричних цінностей;

практично повну окупацію вітчизняного інформаційного простору (маємо на увазі засилля російського низькопробного маскульту на всіх телеканалах і радіостанціях, тобто в естетичній площині).

Підводячи підсумок, відзначимо, що досвід військових конфліктів в 80 - 90-ті 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, що завершилося поваленням С. Альєнде. Країни СНД додали в цей список війну в Чечні, яка із самого початку була програна на інформаційному полі.

1.3. Інформаційна війна і сучасне суспільство

Інформаційні війни у наш час розглядаються лідерами провідних держав світу в якості ефективного і універсального засобу досягнення зовнішньополітичних цілей та здійснення впливу на системи знань і уявлень противника.

В даний час інформаційні війни протікають у всіх суспільних сферах і на 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 [36, с. 92].

Поняття “інформаційна війна” ввів у науковий обіг американський дослідник М. Маклюен, який проголосив тезу “Істинно тотальна війна – це війна за допомогою інформації” [61]. Ще 30 років тому він проголосив, що на сучасному етапі економічні зв'язки і відносини усе більше приймають форму обміну знаннями, а не обміну товарами. А засоби масової комунікації саме є новими “природними ресурсами”, що збільшують багатства суспільства. Тобто боротьба за капітал, простори для збуту відходять на другий план, а головним зараз стає доступ до інформаційних ресурсів, знань, що приводить до того, що війни ведуться більше в інформаційному просторі та за допомогою інформаційних видів озброєнь.

Звертаючи увагу на «американську Доктрину» («Об'єднана доктрина інформаційних операцій », Міністерство оборони США, жовтень, 1998 рік), бачимо, що вона визначає інформаційну війну як комплексний вплив або сукупність інформаційних заходів на систему державного або військового управління протилежної сторони, на її військово-політичне керівництво, яке вже в мирний час призводило б до прийняття сприятливих для сторони-ініціатора інформаційного впливу рішень, а в ході конфлікту повністю паралізувало б функціонування інфраструктури управління противника [48, с. 124].

Я. Малик вважає, що інформаційна війна – форма ведення інформаційного протистояння між різними суб'єктами (державами, неурядовими, економічними та іншими структурами), яка передбачає проведення комплексу з нанесення шкоди інформаційній сфері конкуруючої сторони і захисту власної інформаційної сфери, конкуруючої сторони і захисту власної інформаційної безпеки [30].

На думку С.П. Расторгуєва, який визначає поняття інформаційної війни як відкриті і приховані цілеспрямовані інформаційні впливи інформаційних систем одна на одну з метою отримання певного виграшу в матеріальній сфері, найбільш небезпечними є таємні інформаційно-психологічні операції з широким спектром форм впливу на систему соціальних відносин, індивідуальна і масова свідомість громадянського суспільства, на державну владу [43, с. 41].

Попри розбіжності в поглядах науковців щодо мети й завдань сучасних інформаційних воєн можемо стверджувати, що за різних обставин і в межах різних конфліктів інформаційні операції здійснюється для:

1) посилення ефективності бойових дій (у цьому сенсі інформаційна війна – лише супровід збройних протистоянь);

2) вирішення питань міждержавної конкуренції шляхом впливу на сфери управління, економіки, фінансів, політики країн – об'єктів агресії (інформаційне протиборство такого типу цілком може розгортатися і в мирний час);

3) ослаблення, упокорення країни-жертви шляхом впливу на свідомість її громадян (фактично це інформаційна окупація, яка цілком може бути передумовою для подальшого військового загарбання); останнім часом, зазначає О. Дубас, «з'явилися приклади, коли засоби масової інформації застосовувалися навіть замість збройних сил для досягнення політичних цілей, у результаті чого без єдиного пострілу зникають цілі держави та радикально змінюється політична картина світу» [16, с. 70].

Будь-яка мета із усіх зазначених досягається зазвичай шляхом вирішення конкретних завдань. Здебільшого, це – дезінформування, дезорієнтування, внесення в суспільну свідомість шкідливих ідей та поглядів; залякування свого народу чи супротивника, створення підґрунтя для лояльного ставлення до агресії, виведення з ладу важливих об'єктів управління і господарювання шляхом здійснення кібератак.

Не потребує доведення особливий характер інформаційних війн. Їхніми специфічними рисами є:

- 1) полівекторність (інформаційні операції здійснюються одночасно в кількох напрямках, вплив спрямовується проти населення, яке перебуває в зоні конфлікту; проти громадян ворожої країни, що перебувають поза межами зони силового впливу; всередині країни-агресора – для виправдання загарбницької політики; на міжнародній арені – для обґрунтування своїх дій або відмежовування від них, пошуку союзників);
- 2) непомітний характер інформаційного впливу, відсутність явних руйнувань;
- 3) недостатня прогнозованість результатів, відтермінованість результатів у часі (наприклад, описувана вище пропаганда ОУН і УПА досягла своєї справжньої мети аж за півстоліття);
- 4) варіативність інформаційних впливів і, відповідно, труднощі оперативного реагування на них;
- 5) вплив у переважній більшості не на матеріальні об'єкти, а на інтелект, емоції, психіку людей;
- 6) нетиповий для звичайних збройних конфліктів характер логістики (інформаційні впливи здійснюються через радіо і телебачення, Інтернет, соціальні мережі, канали комунікації соціальних спільнот) [19, с. 21].

Найважливішими ознаками наявності інформаційного впливу сьогодні вважаються:

- 1) висока частотність і тенденційність у висвітленні певних новин, відсутність коректного обговорення різних точок зору, надання переваги

емоційним, а не аналітичним способом представлення матеріалу в засобах масової інформації;

2) нав'язливе привернення уваги суспільства до повідомлень, у яких дискредитуються (часто – за допомогою фальсифікованих даних) імідж держави, її політична, економічна, наукова сфери, видатні представники народу, факти історії;

3) домінування в інформаційному просторі сенсаційних, скандальних тем, які зумовлюють загострення внутрішніх протиріч і напруги в суспільстві;

4) наявність повідомлень, які загрожують життю, здоров'ю громадян, пропагують війну, національну та релігійну ворожнечу, зміну конституційного ладу насильницьким шляхом або порушення територіальної цілісності держави, тоталітаризм чи нацизм;

5) оприлюднення ідентичних повідомлень сумнівного змісту одразу в кількох засобах масової інформації із такою самою сумнівною репутацією;

6) зростання частки присутності іноземних засобів масової інформації та засобів масової комунікації в інформаційному просторі країни;

7) збільшення кількості вітчизняних засобів масової інформації, які контролюються іноземними громадянами або невідомими достеменно особами;

8) нав'язлива ретрансляція теле- і радіопрограм, фільмів, музики іноземного виробництва;

9) надмірне й необґрунтоване «посилення» кадрового складу засобів масової інформації, інформаційних агентств, PR-агенцій іноземними фахівцями;

10) створення фізичних перешкод для функціонування засобів масової інформації, особливо – в прикордонних районах країни;

11) цілеспрямоване розповсюдження комп'ютерних вірусів і спеціальних програм, здатних знищувати, пошкоджувати чи перехоплювати інформацію у глобальних і локальних комп'ютерних мережах [19, с. 44-45].

У серпні 1995 року національний Інститут Оборони США публікує роботу Мартіна Лібікі «Що таке інформаційна війна?». У ній автор визначив сім форм інформаційної війни:

1. Командно-управлінська в сучасному значенні націлена на канали зв'язку між командуванням і виконавцями і має на меті позбавлення управління.

2. Розвідувальна війна - збір важливої у військовому відношенні інформації (як напад) і захист власної.

3. Електронна війна - спрямована проти засобів електронних комунікацій - радіозв'язку, радіолокаційних станцій, комп'ютерних мереж.

4. Психологічна війна - пропаганда, "промивання мізків", інформаційна обробка населення. Лібікі розділив її на 4 складові - підлив громадянського духу, деморалізація Збройних Сил, дезорієнтація командування і війна культур.

5. Хакерська війна має на увазі диверсійні дії проти цивільних об'єктів супротивника і захист від них (дії проти військових розцінюються як електронна війна). Дії хакерів можуть привести до тотального паралічу мереж, перебоїв зв'язку, введення випадкових помилок в пересилці даних, зберігання інформації та послуг (несанкціонованим підключенням до мереж), таємного моніторингу мереж, несанкціонованого доступу до закритих даних з метою шантажу. Зброя хакерів, на думку Лібікі, - це комп'ютерні віруси. Лібікі вважає хакерів серйозною загрозою для США, оскільки Америка - найбільш "мережева" країна.

6. Економічна інформаційна війна. Лібікі бачить дві її форми - інформаційна блокада (спрямована проти США) та інформаційний імперіалізм (Метод самих США). Під блокадою мається на увазі, перш за все, перекриття каналів комерції (за аналогією із заборонаю на "фізичну" торгівлю). Злом банківських мереж в цю категорію не входить (це категорія хакерської війни). Інформаційний імперіалізм - частина загальної політики економічного імперіалізму.

7. Кібервійна відрізняється від "звичайного" хакерства. Це захоплення комп'ютерних даних, що дозволяють вистежити мету (або шантажувати її) [32, с. 75].

Якщо порівнювати інформаційну війну з іншими її видами, то відразу стають очевидними вигідні відмінності.

- Такі війни, як правило, ведуться на чужій території. Для них не існує ні кордонів, ні моральних обмежень. Через це інформаційні атаки здатні проникати навіть в найбільш заборонені тайники психіки, вражаючи розум супротивника.

- Інформаційна війна не залишає після себе слідів. Людині (чи навіть ціле суспільство) здається, що вона приймає самостійні рішення, хоча насправді на неї виявляється прихований вплив. З цієї причини інформаційна атака стає особливо небезпечною: відобразити її дуже важко, не кажучи вже про те, щоб заздалегідь до неї підготуватися.

- Інформаційна війна дуже вигідна з економічної точки зору. Для її ведення не потрібно великих матеріальних і людських ресурсів. Щоб впливати на громадську думку, досить мінімального обсягу інформації. Якщо вона буде грамотно подана, це дасть прекрасні результати.

- Особливості інформаційної війни визначаються тим об'єктом, на який вона спрямована. В даному випадку мова йде про людське мислення. Якщо руйнування моста вимагає «жорстких» методів, то у випадку з інформацією цілком можна обійтися і «м'якими» підходами.

- Для інформаційної війни характерна певна «мімікрія», наслідування того об'єкту, на який спрямован її основний вплив. Це означає, що одна і та ж інформація може бути подана по-різному для спеціалізованих установ і для конкретної людини. Завдяки цьому досягається «непомітність» цілеспрямованого інформаційного впливу, який вдало «маскується» під правду, а тому його важко виявити.

- Одні і ті ж факти і суспільні явища по-різному сприймаються в різних ситуаціях. Наприклад, масове дезертирство солдатів з точки зору противника

буде розглядатися як благо, а з точки зору власного командування - як злочин.

- Інформаційна війна ставить перед собою мету змінити світогляд великої соціальної групи або цілого суспільства. Щоб це сталося, «нападаюча сторона» повинна виникнути в уявленні про світ свого супротивника, стати на його рівень мислення.

- Формат збройних конфліктів нового покоління (на прикладі війни в Іраку) [51, с. 139].

З вище наведеного робимо висновок, що який би сенс в поняття "інформаційна війна" не вкладався, воно народилося в середовищі військових і позначає, перш за все, жорстку, рішучу і небезпечну діяльність, яку можна порівняти з реальними бойовими діями. Військові експерти, які сформулювали доктрину інформаційної війни, чітко уявляють собі окремі її грані: це штабна війна, електронна війна, психотропна війна, інформаційно-психологічна війна, кібернетична війна і т.п.

Отже, інформаційна війна - це така форма конфлікту, в якій відбуваються прямі атаки на інформаційні системи для впливу на знання або психіку супротивника, з метою його придушення або знищення.

РОЗДІЛ 2. МЕХАНІЗМ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

2.1. Суб'єкти і об'єкти інформаційного протиборства

З філософської точки зору суб'єкт - носій діяльності, свідомості і пізнання, конкретний тілесний індивід, включений у певну культуру, що має біографію, що знаходиться в комунікативних та інших відносинах з іншими людьми. Поряд з індивідуальним виділяють також колективного (групового) суб'єкта діяльності [53, с. 609]. Суб'єкт як філософська категорія широко використовується в різних соціально-гуманітарних дисциплінах. У політології як суб'єкт розглядають активно діючого і пізнаючого, того, хто володіє свідомістю, самосвідомістю і волею індивіда або соціальну групу (об'єднання людей), вивчають поняття «суб'єкти політики», «суб'єкти політичних відносин», «суб'єкти політичної влади», «суб'єкти міжнародних відносин», в якості узагальнюючого використовують поняття «соціальні суб'єкти» [33, с. 211].

На думку П.А. Циганкова, суб'єкт - це учасник міжнародних відносин, що володіє правами і обов'язками, що здійснює їх на основі юридичних норм і несе в необхідних випадках міжнародно-правову відповідальність за їх порушення [57, с. 94].

У соціології та теорії міжнародних відносин розмежовуються поняття «суб'єкт» і «актор». Актор – будь-яка дійова особа, яка бере активну участь в міжнародних процесах. Основні характеристики поняття «актор»: здатність сказати «я»; визнання з боку іншого; приналежність до певної групи. Соціальним актором може виступати будь-яка авторитетна організація або окрема людина, здатна «грати роль».

Актор - термін, запропонований Т. Парсонсом, позначає суб'єкта діяльності в суспільстві, що виступає в якості джерела соціальної дії [35, с. 38].

Ініціатор і актор можуть збігатися в одному суб'єкті або не збігатися, якщо ініціатор (наприклад, політична партія, правлячий клас держави) є

замовником, а актор (виконавець) - це конкретна особа, установа, орган ЗМІ. Далеко не завжди ініціатора інформаційної війни може бути встановлено: важливо володіти конкретними документальними підтвердженнями інтересів і цілей ініціатора суб'єкта-агресора.

Суб'єктом інформаційної війни виступають як держава, так і спільноти людей різного масштабу (від колективів підприємств до націй).

Розглянемо окремо суб'єкти інформаційного протиборства.

Держави, їх коаліції і союзи. Важливо відзначити, що даний суб'єкт, як правило, наділяється постійними інтересами в інформаційному просторі; створює і контролює союзний інформпростір, інтегроване в глобальне, а також виступає в ролі його сегмента. Формує спеціальні структурні підрозділи і сили, однією з функцій яких є ведення інформаційного протиборства. Розробляє, а в подальшому зазнає системи і зразки комунікативної зброї, засоби її маскування і доставки, а також принципи бойового використання. Формує і закріплює ідеологічні та концептуальні положення, які є обґрунтуванням необхідності участі в даному протистоянні.

Організації міжнародного рівня. Варто зазначити, що даний суб'єкт інформаційного протиборства зазвичай наділяється стабільними інтересами в цьому сегменті. Бере участь у створенні глобального інформпростору та частковим чином забезпечує контроль національних елементів в ньому, формує в межах власних структур або застосовує національні структури, які інтегровані в організації міжнародного типу (функцією і завданням їх виступає ведення протиборства). Створює і застосовує свій науково-технічний потенціал, розробляє і на офіційному рівні закріплює ідеологічні та концептуальні положення, які служать обґрунтуванням необхідності участі в інформаційних війнах.

Незаконні недержавні збройні організації та формування екстремістської, терористичної, радикальної релігійної та політичної спрямованості. Необхідно знати, що цей суб'єкт наділяється інтересами в інформпросторі: створює свій сегмент в ньому, прагне до контролю або

захоплення елементів глобального або національного значення. Виробляє в межах власних або союзних організацій сили, в завдання і функції яких включається ведення інформаційних війн. Формує і застосовує свій науково-технічний потенціал, розробляє, а в подальшому закріплює на рівні власної офіційної стратегії ідеологічні та концептуальні положення, які служать обґрунтуванням необхідності участі в інфовойнах.

Транснаціональні корпорації. Даний суб'єкт інформаційного протиборства наділений тими ж ознаками суб'єктивності, що і організації міжнародного типу.

Можна виділити наступні ознаки суб'єкта інформаційного протиборства:

- наявність у суб'єкта в інформаційно-психологічному просторі власних інтересів;
- наявність у складі суб'єкта спеціальних сил (структур), функціонально призначених для ведення інформаційного протиборства або уповноважених на ведення інформаційного протиборства;
- володіння та / або розробка інформаційної зброї, засобів її доставки та маскування;
- під контролем суб'єкта знаходиться сегмент інформаційного простору, в межах якого він має переважне право встановлювати норми регулювання інформаційно-психологічних відносин (на правах власності, закріплених нормами національного і міжнародного законодавства) або державним суверенітетом (національний сегмент інформаційного простору як частина державної території);
- існування в офіційній ідеології положень, що допускають участь суб'єкта в інформаційному протиборстві [12, с. 57-58].

Поняття «об'єкт» розуміється по-різному з позицій різних наук. У філософії об'єктом є те, на що спрямована активність (реальна і пізнавальна) суб'єкта [53, с. 597].

З позицій політології та теорії міжнародних відносин об'єкт - це те, що протистоїть суб'єкту політики в його діяльності, то, на що спрямовані

зусилля суб'єкта. До об'єктів політики відносять, наприклад, населення як електорат, політичну владу, громадські інтереси і цінності [33, с. 284].

Об'єктом інформаційного протиборства є будь-який об'єкт, щодо якого можливе здійснення інформаційного впливу (в тому числі - застосування інформаційної зброї) або іншого впливу (силового, політичного, економічного і т. п.), результатом якого буде модифікація його властивостей як інформаційної системи [31, с. 197].

Об'єктом інформаційної війни є сторона, на яку направлено інформаційний вплив. При цьому необхідно розрізняти об'єкт інформаційної агресії, тобто адресата тексту друкованого видання, на якого ЗМІ впливає, і мішень - того чи то, хто або що піддається дискредитації (особистість, представник владних структур, історичні персонажі, населення держави) [45, с. 168].

Загальне коло об'єктів інформаційної війни досить широке. Згідно А.Б. Губарева, до родових об'єктів інформаційної війни належать системи політичних, соціальних, психологічних відносин інформаційного суспільства. До числа приватних об'єктів відноситься будь-який компонент інформаційно-психологічного простору: масова та індивідуальна свідомість громадян; соціально-політичні процеси; інформаційна інфраструктура; інформаційні та психологічні ресурси, під якими розуміється система цінностей суспільства; свідомість і психічне здоров'я громадян [12, с. 86].

Загальною ознакою об'єкта, який можна розглядати як об'єкт інформаційного протиборства, є будь-яка форма використання інформації в його функціонуванні.

Об'єктом інформаційного протиборства може стати будь-який компонент або сегмент інформаційно-психологічного простору, в тому числі - такі види:

- масова й індивідуальна свідомість громадян;
- соціально-політичні системи і процеси;
- інформаційна інфраструктура;

- інформаційні та психологічні ресурси [60].

З вище наведеного бачимо, що об'єктом інформаційного протиборства є будь-який об'єкт, щодо якого можливе здійснення інформаційного впливу (в тому числі - застосування інформаційної зброї) або іншого впливу (силового, політичного, економічного і т. п.), результатом якого буде модифікація його властивостей як інформаційної системи. Об'єктом інформаційного протиборства може стати будь-який компонент або сегмент інформаційно-психологічного простору, в тому числі - такі види: масова та індивідуальна свідомість громадян; соціально-політичні системи і процеси; інформаційна інфраструктура; інформаційні та психологічні ресурси.

До суб'єктів інформаційного протиборства відносять: держави, їх союзи і коаліції; міжнародні організації; недержавні незаконні (в тому числі - незаконні міжнародні) збройні формування і організації терористичної, екстремістської, радикальної політичної, радикальної релігійної спрямованості; транснаціональні корпорації; віртуальні соціальні спільноти; медіа-корпорації (контролюючі засоби масової інформації і масової комунікації - ЗМІ та МК); віртуальні коаліції.

2.2. Роль ЗМІ в політиці держави

У сучасних політичних конфліктах все більшу роль набувають засоби масової інформації і комунікації. У політичній науці до засобів масової інформації (ЗМІ) прийнято відносити всі засоби поширення інформації, які доносять її до широкого кола споживачів. До традиційних засобів масової інформації відносяться: преса, радіо, телебачення та Інтернет. Стрімкий розвиток інтернет-технологій змінив систему і швидкість поширення інформації в сучасному світі, зробивши «нові медіа» (електронні ЗМІ, блоги, новинні інтернет-агрегатори, соціальні мережі, месенджери і ін.) важливими акторами системи масової комунікації нарівні з традиційними ЗМІ.

Сьогодні ЗМІ є, з одного боку, репрезентантами суспільно-політичних процесів, а з іншого формують громадську думку, оскільки є одним із основних джерел інформації. Вони виступають у якості повноцінного суб'єкта формування інформаційного простору держави та суспільства і можуть зіграти двояку роль: можуть як допомогти державі в забезпеченні інформаційної безпеки так і слугувати в якості основної інформаційної загрози. Саме тому від скоординованих дій державних органів у сфері інформаційної політики, побудови правильного діалогу між ЗМІ, державою та суспільством залежить те яку роль в інформаційному просторі вони будуть грати [8, с. 310].

Навіть не заглиблюючись в теорію питання, можна стверджувати, що отримана з газет, журналів, радіо, телебачення, Інтернет інформація зумовлює наші дії. Керуючись отриманими даними, ми виробляємо ставлення до того, що відбувається в країні і світі, приймаємо рішення про покупки, плануємо, як провести відпустку. Інформаційні потоки впливають на вибір людини, його поведінку, керують нашими діями.

Дослідники в області ЗМІ розкрили механізми впливу на громадську думку.

Спочатку конструюється «множинність думки» за допомогою «фактів або оповідань», щоб порушити в людській душі почуття, яке само собою виливається з уст, створюючи враження, що про обраного факт говорять всі.

На другому етапі газети (ранкові та вечірні) висловлюють більш певну думку про події, забезпечуючи його «очікуваними результатами» і, тим самим, «думки пересічних громадян починають згущуватися в тверду масу».

На третьому етапі – в дебатах і дискусіях – відкидаються непотрібні аргументи на користь одного певного і незмінного рішення.

Четвертий етап – впровадження факту або оцінки події, які видаються за «переконання, що склалося» у вигляді «схильності людей до «одностайності»» в інтересах пересічних громадян.

Весь процес обробки громадської думки порівнювався з дією катка по дорозі, коли «незграбності придавлюються, і дорога стає гладкою і навіть набуває одноманітний вигляд» [[55, с. 286].

У наш час навіть виникнення таких понять, як «інформаційна війна», «медіаагресія», «інформаційна безпека», свідчить не тільки про тісний зв'язок мас-медіа з конфліктними ситуаціями, а й про те, що у збройних конфліктах сучасності боротьба на інформаційному полі не менш важлива, ніж безпосередньо військові дії. Якщо до недавнього часу війна впливала переважно на інформаційну сферу, зокрема на журналістику (наприклад, Перша світова війна стала стимулом для появи та розвитку в США аналітичної журналістики, оскільки американці не могли збагнути, яким чином убивство ерцгерцога Фердинанда послужило причиною такого конфлікту), то останнім часом спостерігається зворотний зв'язок, причому як на макро-, так і на мікрорівні [11].

Політична практика (в тому числі і українська) свідчить, що часто ЗМІ спроможні надавати настроям людей негативного значення і зробити свій внесок у створення напруженості [2, с. 111]. Проте у конфліктах ЗМІ можуть відіграти не лише негативну роль, формуючи агресивне ставлення до противника конфлікту. Мас-медіа можуть використати певні методи, які знівелюють конфлікт і посприяють його вирішенню без матеріальних і людських утрат [26, с. 112].

В Україні діяльність ЗМІ детермінована умовами гібридної війни, коли інформаційний тиск з боку країни-агресора є дуже потужним. При таких реаліях суспільно-політичної ситуації роль мас медіа ґрунтується на виконанні наступних функцій:

- ЗМІ можуть надавати об'єктивну та неупереджену інформацію, яка буде спиратися на факти з достовірних джерел (принаймні в ідеалі саме так вони і мають діяти);

- За допомогою ЗМІ можна поширювати контрпропаганду, захищаючи цим самим громадську думку від дії маніпуляційних впливів з боку

Весь процес обробки громадської думки порівнювався з дією катка по дорозі, коли «незграбності придавлюються, і дорога стає гладкою і навіть набуває одноманітний вигляд» [[55, с. 286].

У наш час навіть виникнення таких понять, як «інформаційна війна», «медіаагресія», «інформаційна безпека», свідчить не тільки про тісний зв'язок мас-медіа з конфліктними ситуаціями, а й про те, що у збройних конфліктах сучасності боротьба на інформаційному полі не менш важлива, ніж безпосередньо військові дії. Якщо до недавнього часу війна впливала переважно на інформаційну сферу, зокрема на журналістику (наприклад, Перша світова війна стала стимулом для появи та розвитку в США аналітичної журналістики, оскільки американці не могли збагнути, яким чином убивство ерцгерцога Фердинанда послужило причиною такого конфлікту), то останнім часом спостерігається зворотний зв'язок, причому як на макро-, так і на мікрорівні [11].

Політична практика (в тому числі і українська) свідчить, що часто ЗМІ спроможні надавати настроям людей негативного значення і зробити свій внесок у створення напруженості [2, с. 111]. Проте у конфліктах ЗМІ можуть відіграти не лише негативну роль, формуючи агресивне ставлення до противника конфлікту. Мас-медіа можуть використати певні методи, які знівелюють конфлікт і посприяють його вирішенню без матеріальних і людських утрат [26, с. 112].

В Україні діяльність ЗМІ детермінована умовами гібридної війни, коли інформаційний тиск з боку країни-агресора є дуже потужним. При таких реаліях суспільно-політичної ситуації роль мас медіа ґрунтується на виконанні наступних функцій:

- ЗМІ можуть надавати об'єктивну та неупереджену інформацію, яка буде спиратися на факти з достовірних джерел (принаймні в ідеалі саме так вони і мають діяти);

- За допомогою ЗМІ можна поширювати контрпропаганду, захищаючи цим самим громадську думку від дії маніпуляційних впливів з боку

ПРО
УЖОБ

зовнішніх суб'єктів (інших держав, політичних партій, терористичних та антиконституційних угруповань тощо);

- ЗМІ висвітлюють роботу державних структур і цим самим дозволяють суспільству слідкувати за діями держслужбовців здійснювати демократичний контроль;

- ЗМІ виступають у якості альтернативного по відношенню до держави джерела інформації і цим забезпечують динамічну стабільність в інформаційному просторі, оскільки не допускають домінування офіційних державних джерел та інформаційних ресурсів у процесі формування громадської думки;

- Інформаційні канали ЗМІ є одним із базових елементів сталого формування громадянської культури та моралі, поширення національних і загальнолюдських цінностей (патріотизму, солідарності, гуманізму і т. д.) [8, с. 86].

Роль ЗМК і ЗМІ в інформаційній війні зумовлена їхніми можливостями формувати медіапорядок денний у політичному дискурсі та впливати на механізми прийняття рішень. В. Євдокимов пише: «Найчастіше мас-медіа в процесі інформаційної війни використовують реальні та вигадані дані, розраховані на прикрашання ролі того чи іншого суб'єкта в політичному процесі. Утворюється химерна суміш правдивої інформації та майстерної брехні. Ведення інформаційної війни забирає у її учасників час і енергію, які необхідні для досягнення інших цілей, наприклад, реалізації програм соціально-економічного розвитку територій» [18, с. 104].

ЗМІ та ЗМК сьогодні стали найпотужнішим елементом механізму цілеспрямованого конструювання політичних порядків, засобом вибудовування необхідних владі зв'язків і відносин із громадськістю. Інформація, яка надається ЗМІ, ніколи не буває нейтральною, вона являє собою спроби панівних еліт створити таке зображення дійсності, яке вигідне їм, та «виправдовує» їхню практичну політику, «упаковану» в стереотипні

точки зору, що вигідні владі та виносять на передній план лише частину того, що відбувається насправді [26]

Ситуація складається така, що засоби масової інформації фактично перестають відображати дійсність, а самі створюють образи та симулякри, які й визначають реальність нашої дійсності, або, користуючись термінологією Ж. Бодрійяра, «гіперреальність», яка виявляється більш реальною, ніж сама реальність. Навіть війна в сучасному постмодерністському розумінні завдяки засобам мас-медіа перетворилася на тотальну симуляцію. Досягнення цієї видимості здійснюється не за допомогою дії реальних військових технологій, а за допомогою каналів комунікації: текстів, що промовляються з екранів телевізорів, надруковані у газетах – війну намагаються виграти нетиповими для класичного розуміння засобами, тими ж, що й передвиборчі кампанії [13].

Широке використання нових технологій (розпочинаючи з Web 2.0 і вище) і зростаючі виклики можливостей мобільного зв'язку перетворює мережу в канал особливого відчуття реальності. Користувачі Інтернету можуть:

- в інтерактивному режимі взаємодії діяти не тільки в соціальних мережах, але і з органами влади та бізнесу;
- здійснювати в онлайн-режимі моніторинг оновлення вибраних ресурсів;
- отримувати мультимедійну та текстову інформацію на умовах участі в її подальшому розповсюдженні;
- самостійно проектувати і розповсюджувати контент тощо.

Ефективність Інтернету як засобу поширення інформації підтверджується ступенем охоплення аудиторії Інтернетом. Так, за наявними даними досліджень за 2019 р., кількість користувачів Інтернету в Україні становила понад 12 мільйонів чоловік. З 12 000 000 8,6 мільйона припадає на міста з населенням понад 50 000 чоловік. Ще близько 3,5 мільйона припадає на міста з населенням менш як 50 тисяч осіб. Таким чином, враховуючи, що

населення України становить 40 мільйонів жителів, рівень проникнення Інтернету в країні склав 30% [41].

Цікавим питанням є проблема довіри до ЗМІ. Виявилось, що найбільшою довірою серед українців користуються церква, волонтери та Збройні сили України, а найменшою – уряд України, російські ЗМІ та Верховна Рада України (цим інституціям довіряє менш як 10% українців), це нижче, ніж у попередні роки.

Щодо ЗМІ, то українським ЗМІ довіряють загалом 26,1% українців, не довіряють – 43,3%. У регіональному розподілі довіра до українських ЗМІ виглядає так: найбільша на Заході країни – 39,3%, Центр – 24,9%, Південь – 21,9%, найменша довіра на Сході – 10%, при цьому на Сході не довіряють 68,2% [47].

З вище наведеного бачимо, що завдяки новим технічним засобам сьогодні можна охопити пропагандою мільйони людей одночасно. З'явилися й організації, здатні ставити небачені раніше за масштабами політичні спектаклі у вигляді масових видовищ або кривавих провокацій. Виникли дивні види мистецтва, які спричиняють сильний вплив на психіку (наприклад, перформанс, що перетворює буденну реальність на чарівний спектакль). До проведення інформаційних війн сьогодні активно залучаються Голлівуд, CNN й інші «медійні монстри».

Також у сучасних умовах ЗМІ можуть виступати як інструмент ведення інформаційної війни і як недержавний суб'єкт забезпечення захисту інформаційного простору.

2.3. Методи ведення інформаційних війн

Специфікою інформаційної війни є комбінований характер. Основні бойові дії ведуться в соціо-культурній сфері, включаючи: економіку, освіту, ЗМІ, науку, охорону природи, силові відомства, органи управління державою.

Інформаційно-психологічні методи впливу стають все більш масштабними і політично результативними, в силу чого все частіше використовуються державами для досягнення своїх політичних цілей замість так званих «гарячих» воєн. У світовій практиці міждержавних відносин створюються умови не тільки для послідовної трансформації збройного протистояння в інформаційне протиборство, але і для перетворення її в самостійний напрям зовнішньої політики розвинених держав.

«Інформаційна зброя - засіб знищення, перекручення або розкрадання інформаційних масивів, добування з них необхідної інформації після подолання систем захисту, негативного впливу на інтереси особистості, суспільства і держави в інформаційному просторі, а також руйнування інформаційної та комунікаційної структури держави» [62, с. 301].

До основних методів ведення інформаційно-психологічної війни слід віднести пропаганду, поширення чуток, провокації, дезінформування, психологічний тиск, диверсифікацію суспільної свідомості тощо.

Найбільш поширеним методом є пропаганда, яка передбачає поширення в масах і роз'яснення яких-небудь переконань, ідей, вчення, знань.

Вперше роль пропаганди була проаналізована в працях Г. Лассауелла, який визначав її як особливий вид зброї, що впливає на моральний (тобто психічний) стан ворога. Серед основних цілей пропаганди автор визначає: збудження ненависті до ворога; підтримка дружніх відносин із союзниками; збереження добрих відносин із нейтральними країнами і, якщо можливо, намагання співпрацювати з ними; деморалізація супротивника [28, с. 91].

Цікавим є трактування французького соціолога Ж. Еллюля, який запропонував розрізняти вертикальну (класичний варіант пропаганди, як ми

всі собі її уявляємо, інформаційний потік згори до низу з пасивним реагуванням аудиторії) та горизонтальну (вона реалізується в певній соціальній групі, а не йде згори; у цій ситуації всі учасники є рівними, серед них немає лідера, а тому інформація сприймається з максимальною довірою) пропаганду. Автор також розрізняє два різновиди горизонтальної пропаганди: китайська (від членів групи не вимагається висловлювання власної думки) та американська (передбачає активність та виявлення індивідами власної позиції), спричинені особливостями групової динаміки [52, с.69].

Прийоми і методи пропаганди використовують політики, проповідники (як представники сект, так і великих релігійних конфесій), виробники реклами. Ці ж методи використовують піар чи прес-служби комерційних компаній, завдання яких - представити свою корпорацію у вигідному світлі.

Виділяють два види пропаганди в залежності від позитивності намірів пропагандистів:

- конструктивна або позитивна пропаганда здійснюється з метою надати корисну для аудиторії інформацію. Вона враховує інтереси аудиторії і покликана допомогти якомога більшій кількості людей. Може носити пізнавальний, виховний, соціальний характер. Наприклад, пропаганда здорового способу життя.

- деструктивна або негативна пропаганда агресивна, нав'язлива, покликана розпалювати ворожнечу в суспільстві. У ній використовуються грубі техніки маніпуляції свідомістю людей, вплив на несвідомі інстинкти. Негативна пропаганда служить вузькому колу осіб, і шкодить суспільству в цілому. Вона не гидує брехні і спотворює, перевертає справжній стан речей з ніг на голову.

Навіть сама критично налаштована і розсудлива людина сліпо вірить їй, не бажаючи перевіряти істинність побаченого / почутого / прочитаного самостійно. Така пропаганда надзвичайно небезпечна і шкідлива. Її

використовують для розпалювання соціальних протиріч різних масштабів і рівнів складності, аж до військових конфліктів.

У суспільстві поширена і відома така класифікація пропаганди за типами:

Біла пропаганда. Інформація подається точно, правдиво, з зазначенням офіційних джерел її отримання. У такому випадку людина має можливість осмислити отриману інформацію і зробити власні висновки.

Сіра пропаганда. Це змішаний тип пропаганди. Достовірність наданої інформації перевірити складно, вона може містити частину правди, приховуючи небажані для сприйняття аудиторією деталі.

Чорна пропаганда. Така пропаганда повністю заснована на обмані аудиторії. Немає можливості перевірити її справжність, вона підноситься як єдино можлива і правильна.

Протистояти пропаганді складно, але кожній людині слід критично сприймати будь-яку, що надходить ззовні інформацію, особливо що носить негативний характер.

Пропаганда є природною комунікацією з боку держави. Це інституціональний потік, який не може бути таким, яким здійснюється міжособистісне спілкування. Інститути не вміють просити, вони краще вміють наказувати. Коли ж вони починають говорити не з окремим індивідом, а з усіма відразу, у них виходить тільки пропаганда, оскільки ідеологічний компонент буде присутній автоматично.

Психологічний тиск є також поширеним методом впливу на свідомість людей. Психологічний та психотропний тиск – вплив на психіку людини шляхом залякування, погроз із метою спонукання до певної запланованої моделі поведінки [10, с. 138]. Його застосування передбачає шантаж, погрози переслідувань, репресій, вбивств та ін., доведення до об'єкта відомостей про реальні чи надумані загрози та небезпеки, здійснення терористичних актів та диверсій. У вітчизняній практиці найбільшого поширення отримав телефонний тероризм, тобто дзвінки з інформацією про нібито замінування

громадських місць, вокзалів і т.п. До основних технологій тиску відносять: шахрайство, блеф, політичні ігри і містифікації, маніпулятивні дії, провокації, психологічні і таємні операції, політичні ігри і рекламні кампанії, дезінформація, чутки тощо.

Ю. О. Горбань до форм психологічного тиску відносить:

- доведення до об'єкта відомостей про реальні чи неіснуючі загрози та небезпеки;
- прогнози щодо репресій, переслідувань, убивств тощо;
- шантажування;
- здійснення вибухів, підпалів, масових отруєнь, захоплення заручників, інші терористичні акції [10, с. 138].

Поширення чуток є особливою технологією інформаційної війни. Г. Почепцов відзначає, що відсутність інформації моментально компенсується чутками. Він навіть вказує на вірогідність існування певного закону про можливості вакууму інформації: коли її не дають офіційні джерела, вона тут же з'являється в неофіційних каналах [40, с. 211-216].

Дезінформування та маніпулювання інформацією, на думку В. Петрика, досягається через:

- тенденційне викладення фактів (інформування, яка полягає в упередженому висвітленні фактів або іншої інформації щодо подій за допомогою спеціально підібраних правдивих даних; як правило, за допомогою цього методу спеціально сформована інформація подається дозовано, до постійно зростаючого напруження);
- дезінформування «від зворотного» (відбувається шляхом надання правдивих відомостей у перекрученому вигляді чи в такій ситуації, коли вони сприймаються об'єктом спрямувань як неправдиві; в результаті виникає ситуація, коли об'єкт фактично знає правдиву інформацію про наміри чи конкретні дії протилежної сторони, але сприймає її неадекватно, не готовий протистояти негативному впливу);

– термінологічне «мінування» (полягає у викривленні первинної правильної суті принципово важливих, базових термінів і тлумачень загальносвітоглядного та оперативно-прикладного характеру);

– «сіре» дезінформування (передбачає використання синтезу правдивої інформації з дезінформацією);

– «чорне» дезінформування (використання переважно неправдивої інформації) [37].

Диверсифікація громадської думки має на меті розпорошення уваги правлячої еліти держави на різні штучно акцентовані проблеми і тим самим відволікання її від вирішення першочергових завдань суспільно-політичного та економічного розвитку з метою забезпечення нормального функціонування суспільства і держави. Її формами є: дестабілізація обстановки в державі чи її окремих регіонах; активізація кампанії проти політичного курсу правлячої еліти держави та окремих її лідерів різними міжнародними установами; ініціювання антидемпінгових кампаній та іншого роду скандальних судових процесів, застосування міжнародних санкцій з інших причин [10, с. 139].

Також до методів в інформаційному протиборстві В. В. Карякін [24, с. 12] відносить:

– приховування критично важливої інформації про стан справ в даній області;

– занурення цінної інформації в масив так званого «інформаційного сміття» відповідно до принципу «заховати лист в лісі»;

– підміна понять або спотворення їх сенсу;

– відволікання уваги на незначні події;

– застосування понять, які на слуху у публіки, проте не мають не тільки визначення, але і значущості;

– подача негативної інформації, яка краще сприймається аудиторією в порівнянні з позитивними новинами;

- посилення на фактори, які не мають реального сенсу, а також на некоректно проведені соціологічні та маркетингові дослідження;
- введення табу на певні види інформації та новин, незважаючи на їх загальновідомість. Робиться це з метою недопущення широкого обговорення критичних для певних структур питань і тем;
- відверта брехня з метою недопущення негативної реакції населення і зарубіжної громадськості;
- в арсеналі інформаційних воєн є такі засоби, як «Інформаційна бомба» і «інформаційна міна». Перша служить детонатором лавиноподібного наростання процесу в суспільстві, в той час як друга закладається заздалегідь і спрацьовує в певний момент, в ході процесу для доведення його до логічного кінця. Прикладами «інформаційних мін» є «витоки» інформації з офіційних органів держави або з офіційних сайтів.

Зокрема, здійснюючи аналітичний огляд наукових праць, С. Шпилик виділяє такі методи маніпуляції масовою свідомістю [59, с. 184]: – використання навіювання; – перенесення приватного факту в площину загального; – використання пліток, чуток, здогадів та домислів; – метод формування громади у «потрібні трупи»; – метод створення «страховиськ» для громадян; – приховування достовірних фактів і нав'язування інших; – метод виокремлення фрагментів інформації – фрагментації; – метод повторів через конвеєрну подачу інформації: «правда, правда, правда, неправда, правда»; – створення неправдивих подій, містифікація.

З'явилися види мистецтв, які впливають і на психіку (наприклад, перфоманс, перетворення частини повсякденної реальності в спектакль), де використовуються витончені технології зміни як індивідуальної, так і суспільної свідомості – так звані, high-hume, які називаються ІКТ.

В інформаційній агресії проти України були застосовані також методи психотропної дії, а саме використання забороненої технології 25-го кадру.

«У Службі безпеки України (СБУ) заявили про те, що мають докази використання російськими телеканалами технології «25-го кадру» для інформаційно-психологічного впливу на глядачів. Начальник прес-служби СБУ Марина Остапенко продемонструвала журналістам відеофрагмент випуску новин на телеканалі «Росія-24», в якому використовується маніпулятивна технологія. Так, протягом усього випуску про події в Одесі 2 травня в куті екрана з'являються малопомітні написи: «підпал: «Правий сектор», «людей убивають бандерівці», «нацгвардія – вбивці». СБУ також вдалося встановити, що російські ЗМІ використовують інші методи впливу на глядачів: поширюють напівправду, показують деталізовані сцени вбивств і насильства й намагаються емоційно впливати на глядача [50].

З вище наведеного можна виокремити такі основні методи інформаційної агресії проти України: 1) дезінформування та маніпулювання; 2) пропаганда; 3) диверсифікація громадської думки; 4) психологічний та психотропний тиск; 5) поширення чуток.

РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПОЛІТИЧНІ ПРОЦЕСИ

У другій половині XX століття відбулося кілька знакових подій, які змінили хід світової історії: створення і розвиток інформаційних технологій і світових мережевих комунікацій, масова комп'ютеризація населення світу і багато іншого. Кілька десятиліть тому світ навіть не знав таких понять як: електронний паспорт, електронний уряд, електронна участь. У сучасному світі це звичайні речі. Тепер вченими розробляються всілякі способи і методики оцінки ефективності даних явищ. Прикладом цьому служить наявність наступних індексів: індекс електронного уряду (The Brookings Institution), Індекс розвитку електронного уряду (Інститут економіки і суспільних наук ООН), Індекс електронної участі (там же), Індекс розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (Міжнародний союз електрозв'язку), Індекс мережевої готовності (розраховується щорічно міжнародною неурядовою організацією «Всесвітній економічний форум» і міжнародною школою бізнесу Insead) та ін. [22, с. 4].

З урахуванням описаних процесів виникла потреба в абсолютно новому осмисленні терміна національна безпека і більш докладному такого підвиду як інформаційна безпека держави. З урахуванням всіх змін можна представити наступне визначення: національна безпека - це стан держави в системі міжнародних відносин, яка дозволяє йому захищати і реалізовувати національні інтереси, а також забезпечувати гарантовані сприятливі умови для розвитку особистості, суспільства і країни. Мета забезпечення національної безпеки - сталий розвиток держави в цілому.

Як вже було сказано на рубежі століть з розвитком масових комп'ютерних комунікацій, мережі Інтернет важливу роль в системі національної безпеки будь-якої країни займає інформаційна безпека. Використання інформаційних технологій поширюється фактично на всі сфери життєдіяльності не тільки особистості, але й суспільства, і держави. За

допомогою інформаційно-комунікаційних систем проводяться мільйони банківських операцій між 196 країнами світу (система SWIFT), створюються і зберігаються персональні дані населення держав, в тому числі політичних лідерів тощо. На жаль, інформаційні технології використовуються не тільки в мирних цілях. Ця обставина ставить перед державами завдання перекладу протидії інформаційним загрозам національній безпеці в розряд найважливіших напрямків політики забезпечення національної безпеки [11, с. 89].

Використання інформації як зброї ввело в понятійно-категоріальний апарат термін «інформаційні війни».

Особливе місце в процесі ведення інформаційних війн займають технічні підривні акції - кібератаки. За допомогою певного програмного забезпечення хакери проводять цілеспрямовані акції: виведення з ладу інформаційних систем і телекомунікаційних мереж, які використовуються в мирних цілях, так і у військових цілях, знищення або зміна масивів даних та ін. Всі ці дії відносяться до інформаційних війн, і відмітною їх властивістю є використання спеціалізованих інформаційних технологій і програм. Складність боротьби з кібератаками полягає в тому, що вони практично не помітні до моменту появи результатів атаки - несанкціонований допуск практично неможливо відстежити. У сучасному світі кібератаки можуть проводити: так звані державні хакери, хакери терористичних організацій, хакери-одинаки.

Відмітними особливостями сучасних інформаційних воєн є: - масові кібератаки; - широке використання в інформаційних війнах соціальних мереж; - одночасне масове вкидання інформації через ЗМІ різних країн; - збільшення ролі різних психологічних прийомів при проведенні інформаційних воєн (технології НЛП) і ін. [3, с. 71].

Основне завдання великомасштабних інформаційних воєн сучасності полягає найчастіше в зміні політичного керівництва тієї чи іншої країни. У сучасному світі зміна суспільно-політичної формації, політичних лідерів не

можлива в політично стабільній країні. Адже, політична стабільність - це здатність системи державного управління підтримувати функціонування системи тривалий період часу без радикальних змін, забезпечувати зростання добробуту населення, сприятливий інвестиційний клімат і спадкоємність влади [4, с. 73]. Тому всілякі форми і методи ведення інформаційних війн спрямовані на дезорганізацію населення, зміну діючих цінностей і підняття суспільного невдоволення. Якщо простежити спрямованість дій інформаційних воєн можна виділити два напрямки:

- діяльність по «обробці» молоді через інтернет-ресурси, соціальні мережі;
- діяльність по «обробці» населення середнього та похилого віку через новинні канали та розважальну індустрію.

За допомогою перерахованих засобів м'яко впливаючи на підсвідомість населення, відбувається насадження нових ідеалів, цінностей і ідей. В результаті масового впливу сучасних інформаційних технологій людина ідентифікує себе з будь-якої соціально-культурною групою, до якої вона не належить. Механізм помилкової ідентифікації запускає процес маніпуляції свідомістю, який допомагає «змусити маси діяти в потрібному напрямку навіть проти своїх власних інтересів, а в стані противника розколоти людей, змусити їх стати один проти одного» [4, с. 22].

Для проведення інформаційних війн шляхом поширення неправдивої інформації важливий факт низького рівня політичної освіти населення. При цьому ми спостерігаємо парадокс сучасного світу. Засоби масової інформації, які можуть забезпечити засвоєння політичних знань, навпаки, використовуються для подачі суперечливої інформації населенню. Можна констатувати факт, що отримує політичну освіту вкрай невеликий пласт населення. При відсутності даної освіти, а також неможливості критично осмислювати одержувану інформацію людина потрапляє під вплив у край легко, що полегшує процес маніпуляції.

Кінець XX століття позначений появою нового типу протистояння, яке згодом назвали війною авіації та інформації. Йдеться про конфлікт у Перській затоці 1990–1991 років між Іраком і коаліцією 28 країн на чолі з США. Другого серпня 1990 року після тривалого конфлікту щодо цін на нафту Ірак на чолі з Саддамом Хусейном здійснив анексію Кувейту, що стало приводом для великого міжнародного конфлікту, який розгорався так: економічні санкції, проведення операції «Буря в пустелі», звільнення Кувейту, війна проти Іраку, суд і страта Саддама Хусейна [7, с. 88].

Війна в Перській затоці поставила США перед вирішенням трьох проблем: «по-перше, слід було довести власному населенню необхідність втручання США за багато кілометрів від власного дому; по-друге, необхідно було забезпечити достатню легітимність цих дій в очах міжнародної громадськості; по-третє, слід було підірвати бойовий дух іракських військ, примусивши їх здатися в полон» [39, с. 584].

У цій війні були використані такі засоби інформаційного впливу:

1) розповсюджувалися листівки з виправданнями дій США; листівки-дозволи для солдатів-дезертирів; листівки з попередженнями про бомбардування для залякування військ противника (як не дивно, але такий давній інструмент поширення потрібної для однієї з сторін протиборства інформації, як листівки, залишається актуальним і в сучасних умовах);

2) американців, які залишилися в Кувейті, назвали «заручниками», образ іракського лідера демонізувався (його іменували «дияволом», «арабомовним Гітлером»), Кувейт і Саудівська Аравія оголошувалися «країнами потенційної демократії» («хоча, – зазначає Г. Почепцов, – в них за ґратами перебувало не менше журналістів, ніж у самому Іраці» [39, с. 584]);

3) з'явилася ідеологема «США захищають демократію в усьому світі» (трансформація лозунгу Першої світової «США захищають свободу для всіх людей»);

4) використовувалися лжесвідки, які розповідали про «жорстокість» іракських солдатів;

5) робота журналістів була організована так, що американський глядач не бачив жорстоких сцен із театру воєнних дій [39, с. 584-585].

Проблема інформаційних війн навколо ситуації в Україні проявила себе досить гостро. Вони взяли небачений за останні роки розмах і напруженість. Непримирене протистояння проникло у всі сфери, пов'язані з українським конфліктом практично з перших днів його зародження: від міжособистісних відносин до державних; а провідну роль і роль головної зброї тут відіграють засоби масової комунікації. На наших очах розгортається яскравий приклад використання інформації як самостійного і дуже потужного важеля конфлікту. Ми бачимо, як СМК стають повноцінними інструментами ведення війни. Яскравий приклад того, як розвинувся цей напрям науки про вплив на маси. Слово стає снарядом, через нього гинуть люди в самому буквальному сенсі. Проблема інформаційно-психологічних воєн стає все більш актуальною. У наш час привілеї формування реальності практично повністю знаходиться в руках СМК. І особливою силою інформаційно-психологічного впливу на свідомість людини має телебачення.

В рамках українського конфлікту великої популярності набула так звана «риторика ненависті». У ЗМІ широко використовувалися поняття, що різко очорняють політичного противника. З української сторони: «ватники», «сепаратисти», «колоради» і т. п. Російська сторона зробила акцент в сторону бандерівської і нацистської орієнтації нової влади. З'явилися такі поняття, як «укри», «бандерлоги», «майдауни», «карателі» і т. п.

Якщо мати на увазі сучасні західні країни, де хоча і не спостерігаються громадянські війни, як такі, проте інформаційні громадянські війни і в них періодично палахкотять з різним ступенем інтенсивності і гостроти. Слід, правда, підкреслити, що в західноєвропейських країнах, переживають нелегкі часи, зберігається високий рівень політичної культури, який не дозволяє передвиборчим баталіям між різними політичними партіями переростати в серйозні цивільні протистояння і потоки інформаційного бруду проти опонентів. Британці, які не хотіли виходу їх Євросоюзу, змирилися з

підсумками Brexit, а частина голландців, які бажали взяти приклад острівної держави, не стали протестувати проти вибору більшості громадян країни, і Нідерланди залишаються в ЄЕС. Або, наприклад, французькі праві на чолі з Марін Лепен з гідністю визнали свою поразку на минулих президентських виборах і не чорнять в своїх ЗМІ знову обраного президента Е. Макрона. Якщо ж в якості прикладу взяти ФРН, то там, незважаючи на складну політичну ситуацію в країні, пов'язану з мігрантами, і де вибори в бундестаг принесли несподівані результати, політичні партії все ж зуміли домовитися між собою, завдяки чому знову канцлером цієї країни обрано А. Меркель. Усі зазначені приклади свідчать про те, що в класичній старій Європі політична боротьба не переростає в інформаційну війну, завдяки чому там підтримується відносний порядок і громадський спокій [44].

Протягом останніх років українське суспільство напрацьовує й свої рекомендації для протидії інформаційним загрозам і сприяння інформаційній безпеці держави. Серед найважливіших заходів слід виокремити такі: моніторинг медіа щодо наявності матеріалів, які містять деструктивний інформаційний контент; доведення результатів моніторингу до правоохоронних органів; посилення діяльності, спрямованої на поширення медіаграмотності серед населення; заохочення громадськості до викриття неправдивої інформації або повідомлень маніпулятивного змісту; спростування фейків і доведення до громадян правдивої інформації; вивчення закордонного досвіду протидії негативним інформаційним впливам; стимулювання влади до вдосконалення чинного законодавства у сфері інформаційної безпеки.

ВИСНОВКИ

Отже, під сучасною інформаційною війною розуміємо незалежну стратегію інформаційного впливу на масову свідомість та громадську думку з метою досягнення певного виграшу зацікавленої сторони. Такий інформаційний вплив сприяє формуванню безлічі думок, і в цьому хаосі людині достатньо складно визначити, де істина. Аналіз значущості моделей інформаційної війни й особливостей їх впливу на формування масової свідомості та громадської думки дав змогу зробити висновки про те, що такий вплив може нести в собі не тільки дрібні заворушення, а й революцію, яка може закінчитися розвалом країни.

Об'єктом інформаційного протиборства є будь-який об'єкт, щодо якого можливе здійснення інформаційного впливу (в тому числі - застосування інформаційної зброї) або іншого впливу (силового, політичного, економічного і т. п.), результатом якого буде модифікація його властивостей як інформаційної системи. Об'єктом інформаційного протиборства може стати будь-який компонент або сегмент інформаційно-психологічного простору, в тому числі - такі види: масова та індивідуальна свідомість громадян; соціально-політичні системи і процеси; інформаційна інфраструктура; інформаційні та психологічні ресурси.

До суб'єктів інформаційного протиборства відносять: держави, їх союзи і коаліції; міжнародні організації; недержавні незаконні (в тому числі - незаконні міжнародні) збройні формування і організації терористичної, екстремістської, радикальної політичної, радикальної релігійної спрямованості; транснаціональні корпорації; віртуальні соціальні спільноти; медіа-корпорації (контролюючі засоби масової інформації і масової комунікації - ЗМІ та МК); віртуальні коаліції.

З вище наведеного бачимо, що завдяки новим технічним засобам сьогодні можна охопити пропагандою мільйони людей одночасно. З'явилися й організації, здатні ставити небачені раніше за масштабами політичні спектаклі у вигляді масових видовищ або кривавих провокацій. Виникли

дивні види мистецтва, які спричиняють сильний вплив на психіку (наприклад, перформанс, що перетворює буденну реальність на чарівний спектакль). До проведення інформаційних війн сьогодні активно залучаються Голлівуд, CNN й інші «медійні монстри».

Також у сучасних умовах ЗМІ можуть виступати як інструмент ведення інформаційної війни і як недержавний суб'єкт забезпечення захисту інформаційного простору.

Еволюція методів ведення інформаційної війни свідчить про зміну поколінь інформаційного протиборства: від першого покоління, більш орієнтованого на дезінтеграцію систем управління і проведеного як забезпечення дій традиційних сил і засобів, до стратегічного інформаційного протиборства другого покоління, заснованого на скоординованих інформаційних операціях, які приводять у результаті неможливості застосування сили. Але сьогодні операції на основі ефектів - «швидких вирішальних дій» - представляють собою третє покоління методів інформаційної війни. Вони розроблені як об'єднуючі передові концепції високоточного удару, домінуючий маневр і інформаційні операції по всьому бойовому простору, даючи можливість створити ефекти і викликати зміни в поведінці супротивника. Їх основою стає мережеве протиборство, яке включає одночасні дії в фізичному, інформаційному і «психологічному», епістемологічному просторі противника. Це нова філософія війни, що дає можливість отримати бажаний стратегічний результат («ефект») через застосування повного діапазону військових і невійськових заходів на тактичному, оперативному і стратегічному рівнях.

Оскільки результатами інформаційної війни стають створення атмосфери бездуховності, аморальності, політичної нестабільності, економічного хаосу, приведення країни противника в некерований і неорієнтуємий стан, оскільки справжні інформаційні війни вимагають не тільки осмислення нового досвіду, але і генерування нових теорій, спрямованих на захист власного інформаційного простору. Інтелектуальна,

сміслова природа інформаційної війни сприятиме збільшенню «кількості критичних областей, в яких буде спостерігатися перевищення необхідності швидкості прийняття рішень над гранично можливою швидкістю реакції людини». Отже, будуть рости і руйнівні можливості інформаційних воєн, а також вимоги до забезпечення інформаційної безпеки держави, підвищення компетентності фахівців інформаційної боротьби в сфері інформаційно-технічної війни, а також захисту свідомості громадян держави, що є пріоритетним при веденні інформаційно-психологічного протистояння.

Список використаних джерел

1. Арістова І. В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти: Монографія / І. В. Арістова. – Харків, 2000. – 368 с.
2. Байгушкин А.И., Загладин Н.В., Карагодина В.М. Факторы и акторы дестабилизации: опыт прошлого и современность. Монография. - URL: <http://samlib.ru>
3. Бронников И.А., Буренко В.И., Нестерчук О.А. Модернизация политических институтов, процессов и технологий в условиях глобализации. - М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2012.
4. Василенко М. К. Фантастичний репортаж-застереження як форма впливу на масову свідомість: новації жанру // Українське журналістичознавство. – 2001. – Вип. 2. – С. 41-43
5. Гайнуллина А. «Вконтакте» вошел в топ-10 крупнейших соцсетей мира // РИА Новости: электрон. изд. 2014. - 11 янв. - URL: <http://ria.ru>
6. Гирич В.Л., Чуприна В.Н. Глобальное информационное пространство и проблема доступа к мировым информационным ресурсам // Российская государственная библиотека. - URL: <http://www.rsl.ru>
7. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки : навчальний посібник / за заг. ред. В. О. Жадька. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. – 356 с.
8. Головка А. А. Діяльність сучасних ЗМІ в контексті інформаційної безпеки України / А. А. Головка // «Актуальні проблеми гуманітарних та природничих наук» (м. Ужгород, 08-09 квітня 2016 р.). – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2016. – С. 85-87
9. Головка А. А. Роль ЗМІ в сучасній інформаційній війні / А. А. Головка, О. О. Токарський // Молодий вчений. – 2016. – № 6. – С. 309-311
10. Горбань Ю. О. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення / Ю. О. Горбань // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. - 2015. - № 1. - С. 136-141.

- 11.Горовий В. М. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс : монографія / В. М. Горовий. – Київ: НБУВ, 2010. – 230 с.
- 12.Губарев А.Б. Информационные войны как объект политологического исследования: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. - Уссурийск, 2005. - 170 с.
- 13.Діка О. Інформаційна війна. Сучасні тенденції веб-комунікації. - URL: <http://webstyletalk.net>
- 14.Добровольская И. А. Понятие «Информационное пространство»: различные подходы к его изучению и особенности // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. - 2014. - №4. - URL: <https://cyberleninka.ru>
- 15.Добровольська А. Інформаційний простір: проблеми становлення нової якості національного росту / А. Добровольська. – URL: <http://www.nas.gov.ua>
- 16.Дубас О. Інформаційна війна: нові можливості політичного протистояння / О. П. Дубас // Освіта регіону: політологія, психологія, комунікації. – 2010. – № 1. – С. 69-73.
- 17.Дубняк К. А. Інформаційний простір: структура та функціональні параметри / К. А. Дубняк // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. - 2015. - № 4. - С. 21-25.
- 18.Евдокимов В. Информационная война как феномен политической коммуникации // Актуальные проблемы образования и воспитания: международный опыт и перспективы сотрудничества. – Омск, 2009. - 188 с.
- 19.Жарков Я. М. Інформаційно-психологічний вплив на війська та населення противника (1939–2000 рр.) : дис. ... канд. іст. наук : 20.02.22 / Я. М. Жарков. – К., 2007. – 206 с.
- 20.Заборовський В. В. Подальший розвиток форм та методів інформаційно-психологічного впливу на супротивника в роки першої та другої світових

- війн / В. В. Заборовський, О. М. Желтобородов // Збірник наукових праць Харківського університету Повітряних сил. - 2009. - Вип. 3. - С. 212-216.
- 21.Золотар О.О. Генеза суспільних відносин щодо інформаційної безпеки людини // Інформація і право. - 2018. - №1(24). - С. 139-148.
 - 22.Индексы развития государств мира Текст: справочник / О.Т. Гаспарян, Р.У. Камалова, Е.А. Кочешкова и др. - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 248 с.
 - 23.Історія інформаційно-психологічного протистояння : підруч. / за заг. ред. Є.Д.Скулиша. – К. : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. – 212 с.
 - 24.Карякин В. В. Мир вступил в эпоху войн седьмого поколения - информационно-сетевых войн // Информационные войны. – 2011. - № 3. С. 11 - 14.
 - 25.Каткова М.В. Понятие «информационное пространство» в современной социальной философии // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. - 2008. - Вып. 2. - С. 23-26.
 - 26.Кондратюк М. О. Інформаційна війна та роль мас-медіа в міжнародних конфліктах / М. О. Кондратюк // Вісник Харківської державної академії культури. – 2013. – Вип. 41. – С. 108-113.
 - 27.Кучмій О. П. Стратегія інформаційної безпеки в структурі внутрішньої й зовнішньої політики КНР / О. П. Кучмій // Актуальні проблеми міжнародних відносин. - 2011. - Вип. 102(1). - С. 158-171.
 - 28.Ласвель Г. Техника пропаганды в мировой войне: сокр. пер. с англ. в обработке Н. М. Потапова / Г. Ласвель. – Л.: Отдел военной литературы Госиздат, 1929. – 200 с.
 - 29.Лозовский Б.Н. Журналистика: крат. слов. - Екатеринбург, 2004. - URL: <http://www.eunnet.net>
 - 30.Малик Я. Й. Інформаційна війна і Україна / Я. Й. Малик. // Демократичне врядування. - 2015. - Вип. 15. - URL: <http://nbuv.gov.ua>

- 31.Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях: Монография. - М.: МИФИ, 2003. - 388 с.
- 32.Манойло А.В. Информационно-психологическая война: факторы, определяющие формат современного вооруженного конфликта. - Киев: Материалы V Международной научно-практической конференции «Информационные технологии и безопасность», - Вып. №8. – 2005. - С. 73-80.
- 33.Мельник В.А. Современный словарь по политологии. - Мн.: Книжный Дом, 2004. - 640 с
- 34.Ненашев А.И. Информационное пространство современного общества: коммуникационный аспект: Автореф. диса ... канд. филос. наук. - Саратов, 2008. - 32 с.
- 35.Парсонс Т. О структуре социального действия. 2-е изд. - М.: Академический Проект, 2002. - 880 с.
- 36.Паршакова Е.Д. Информационные войны : учебное пособие. – Краматорск : ДГМА, 2012. – 92 с.
- 37.Петрик В. Сутність інформаційної безпеки держави, суспільства та особи [Електронний ресурс] / В. Петрик. – URL: <http://justinian.com.ua>
- 38.Поняття інформаційного простору // Навчальні матеріали онлайн. – URL: <http://pidruchniki.-com>
39. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут. – 2-ге вид., стер. – Київ : Знання, 2008. – 663 с.
- 40.Почепцов Г. Г. Психологические войны / Г. Г. Почепцов – М., К.: Рефл-бук, Ваклер, 2000. – 528 с.
- 41.Проноза І. І. Засоби масової інформації і комунікації в інформаційній війні як сучасна політична практика. – URL: http://politicus.od.ua/3_2020/12.pdf
- 42.Проскурин С.А. Геополитическое измерение глобального информационного пространства // Геополитика: Учеб. / Под общ. ред. В.А. Михайлова. - М.: Изд-во РАГС, 2007. - 261 с.

43. Расторгуев С.П. Информационная война. - М.: Радио и связь, 1998. - Ч. 5. - 379 с.
44. Сабиров В. Ш., Соина О.С. Информационные гражданские войны. - URL : <https://www.sibsutis.ru/upload/6f3/1ИБ-2018%20final.pdf>
45. Сковородников А.П., Королькова Э.А. Речевые тактики и языковые средства политической информационно-психологической войны в России: этико-прагматический аспект (на материале «Новой газеты») // Политическая лингвистика. - 2015. - № 3 (53). - С. 160– 171.
46. Сороко С.М. Структура информационного пространства культуры / Педагогические науки: Культурология № 15 // Вестник ПГУ. Серия Е. - 2012. - № 15. – С. 13-16
47. Соціологи розповіли про ставлення українців до ЗМІ // Слово і діло. - URL: <https://www.slovoidilo.ua>
48. Сулейманова Ш.С., Назарова Е.А., Информационные войны: история и современность: Учебное пособие. – М.: Международный издательский центр «Этносоциум», 2017. - 124 с.
49. Теоретичні підходи до вивчення інформаційного простору // Лекции. нет. – URL: <http://lektsii.net/1-96772.html>.
50. У СБУ заявили, що російські канали застосовують проти телеглядачів «25-й кадр». – URL: <http://tsn.ua/politika/u-sbuzayavili-scho-rosiyski-kanali-zastosovuyut-protiteleglyadachiv-25-y-kadr-350517.html>
51. Федоров А.В., Зиновьева Е.С. Информационная безопасность: политическая теория и дипломатическая практика. - М.: МГИМО-Университет, 2017. - С. 122-169.
52. Феськов І. В. Основні методи ведення гібридної війни в сучасному інформаційному суспільстві / І. В. Феськов // Актуальні проблеми політики : зб. наук. пр.. – 2016. – Вип. 58. – С. 66-76.
53. Філософський словник / За ред. В.І.Шинкарука. - 2. вид. і доп. - К.: Голов. ред. УРЕ, 1986. - 800 с.

- 54.Фурман Р. Формування інформаційного простору в Україні: аналіз категоріально- понятійного апарату / Р. Фурман // Державне управління та місцеве самоврядування : зб. наук. праць. – 2009. – Вип. – № 1(1). – URL : <http://www.dridu.dp.ua>
- 55.Хорошко В. Інформаційна війна. ЗМІ як інструмент інформаційного впливу на суспільство. Частина 1 / В. Хорошко, Ю. Хохлачова // Безпека інформації. - 2016. - Т. 22, № 3. - С. 283-288.
- 56.Цветков В.Я. Формальная и содержательная классификация // Современные наукоёмкие технологии. – 2008. – № 6 – С. 85–86.
- 57.Цыганов В.В. Информационные войны в бизнесе и политике: Теория и методология. В.В. Цыганов, С.Н. Бухарин. - М.: Академический Проект, 2007. - 336 с.
- 58.Ширин С. Фактор внешней среды в современной глобальной системе международных отношений // Международные процессы. - 2005. - Т. 3. - № 3(9). – С. 59-66
- 59.Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда та PR: такі схожі й такі різні... / С. Шпилик // Галицький економічний вісник – Тернопіль : ТНТУ, 2014. – Т. 47, № 4. – С. 178–188.
- 60.Шульга В. І. Сучасні підходи до трактування поняття інформаційна безпека. - URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>
- 61.Що таке інформаційна війна [Електронний ресурс]. - URL: my.elvisti.com/sergandr/iv.html.
- 62.Якубенко Н. О. Информационное право. - URL: <http://www.be5.biz/pravo/iyno/79.htm>
- 63.Kluver R. Globalization, informatization, and intercultural communication. – 2008. – 401 p.