

## Проблеми інформаційної незалежності держави

Валентин Лисенко,  
магістр політології  
(Київ)

*Становлення інформаційного суспільства, геополітичні перетворення та процеси глобалізації, криза національних держав і деполітизація глобального світу, маніпуляції з системами знаків, образів, смислів для вирішення тих чи інших політичних і соціальних проблем, можливості прихованого впливу на підсвідомість окремо взятого індивідуума і масштабного маніпулювання суспільною свідомістю актуалізують з'ясування ролі засобів масової комунікації в сучасному суспільстві, визнання нової форми протистояння і протидій – не-конвенціональних інформаційно-психологічних війн.*

Економічна, політична, інформаційна незалежність відповідає інтересам будь-якої держави. Саме вона забезпечує свободу й розвиток особистості, суспільства і держави, забезпечує їх життєздатність. Інтенсивний розвиток новітніх технологій у сфері комунікацій, глобальні інтеграційні процеси, становлення інформаційного суспільства викликають пильну увагу до можливостей впливу на індивідуальну і масову свідомість, актуалізують проблему інформаційної безпеки.

Застосування інформаційно-психологічних прийомів для захисту своїх інтересів, збереження власних чи здобуття додаткових ресурсів у протистоянні з протилежною стороною притаманне людству з давніх часів. Отже, історію людства цілком обґрунтовано можна розглядати крізь призму інформаційно-психологічних війн (ІПВ). Показово, що, попри об'єктивні процеси, які можна кваліфікувати відповідним чином, і досі чіткого визначення поняття інформаційно-психологічних війн не вироблено. Причини: традиційне сприйняття концепту „війна”; дискусії довкола питання щодо розрізнення понять „інформаційна війна”, „інформаційно-психологічна війна” і „психологічна війна”; проблема визначення пріоритетності інформаційного чи психологічного компонента, що міститься у даному феномені. Певно, ці поняття поєднує інформаційно-

комунікативний простір суспільства, який піддається насильницькому спотворенню, та людська психіка, що зазнає впливу в інтересах протилежних сторін, котрі прагнуть перерозподілу ресурсів. За означених позицій вважаємо за можливе ототожнювати ці поняття, водночас чітко розрізняючи технічний бік справи, тобто виокремлюючи інформаційно-комунікативні канали і засоби поширення інформації, а також інформаційно-психологічний вплив, що стає визначальним у протистоянні. Слід також зазначити, що в інформаційно-психологічній війні і сам інформаційний простір, і засоби впливу на нього, як технічні, так і суто інформаційно-психологічні (геополітичні, політичні, соціально-економічні, ідеологічні, релігійні доктрини), є ресурсом. Безпосередні ж військові сутички є сьогодні лише елементом інформаційно-психологічних війн, щось на зразок архаїчного „великого кийка”.

Розробки засобів і методів психологічного впливу під контролем і за безпосередньою участю спецслужб відомі ще з кінця XIX - початку XX сторіччя. Їх активно використовували у Першій світовій війні і країни Антанти, і Німеччина. В СРСР вони пов'язувалися з працями В. Бехтерева „Коллективно-рефлекторне навіювання”, „Коллективна рефлексологія”, „Навіювання і його роль в суспільному житті”, „Навіювання і натопт”; у Німеччині - з геббельсівською пропагандою; у США - зі спеціальними методами впливу на людську психіку першого директора створеного 1941 року Управління стратегічних досліджень США (попередника ЦРУ) генерала У. Донована. Одним із перших його кроків був запит до доктора У. Лангера про створення психологічного портрета А. Гітлера на предмет з'ясування, чим керується фюрер при прийнятті своїх рішень. Портрет фюрера було „зверстано”, до нього було додано й супроводжувальну записку. У. Лангер пізніше пишався, що його передбачення справдилися. Він пророкував: „З кожною поразкою Німеччини фюрер буде все частіше приходити в психічний розлад, на цьому ґрунті він скоріше може скоїти самогубство, аніж прийняти милість переможця і здатися в полон” [1, с. 163].

У. Донован продовжував активно досліджувати всі можливі варіанти впливу на мозок людини, прагнучи підкорити його своїй волі. Він віддав наказ розробити спеціальні тести, які б могли використовуватися для визначення характеристик особистості людини. Саме за цим наказом працював і Г. Мюррей, відомий розробник проективної методики - тематичної аперцепції тесту (ТАТ). Сьогодні підходи, вироблені Г. Мюрреем і його колегами та послідовниками, з відповідними доопрацюваннями активно використовують фахівці з побудови психологічного профілю особистості за відео- і аудіоматеріалами для прогнозування поведінки індивідуума в певній ситуації. Керівники держав і державних установ, публічні політики, національна еліта опинилися під пильним оком фахівців спецслужб розвинутих країн, які

вважають таку інформацію важливим ресурсом впливу на формування внутрішньої і зовнішньої політики держав.

Засоби інформаційного впливу безпосередньо на людину, соціальні групи та соціум в цілому почали розроблятися в межах концепції „психологічних війн”. (Цей термін вперше ввів у науковий обіг 1920 року британський історик Дж. Фуллер, який аналізував перипетії Першої світової війни.) Почали розроблятися теоретичні засади впливу на психологію людини, масову свідомість, апробовувались практичні методики в ході „психологічних операцій” [12, с. 65 - 66]. Всі ці розробки та їх випробування здійснювалися під контролем таємних спецслужб і військових. До роботи залучалися численні наукові та спеціалізовані структури. Такі дослідження здійснювалися не тільки в США, а й в СРСР, Великій Британії, ФРН, Франції та інших країнах. Використовувалися психотропні препарати, різновиди психологічного впливу, в першу чергу – гіпноз, психохірургічні методи. Активно досліджувалися методи впливу ЗМІ на масову аудиторію. Відбувалися пошуки в галузі психотропної зброї і так званого енергоінформаційного обміну. Про спроби встановлення телепатичного зв'язку і проведення сеансів телепатії (передачі інформації від індуктора до реципієнта) відомо чимало, проте ці дані дуже суперечливі. Це стосується, зокрема, американських досліджень серед африканських аборигенів, радянських в середовищі північних народів, знову ж таки американських на атомному підводному човні „Наутилус” та космічному кораблі „Аполлон” і радянські під керівництвом академіка В. Казначеева („Полярне коло”) [10, с. 189] тощо. Уявити розмах досліджень можна за такими даними. До теми „промивання мізків” в США було залучено щонайменше 185 вчених і близько 80 установ – тюрем, фармацевтичних компаній, лікарень, 44 медичні коледжі й університети [14, с. 29]. Добре відомий проведений в СРСР наприкінці 1980-х років широкомасштабний експеримент телевізійних сеансів масового нав'ювання за участю А. Кашпіровського.

Термін „інформаційна війна” вперше з'явився 1976 року. Починаючи з 1994 року, в США проводяться офіційні наукові конференції з проблем інформаційних війн за участю провідних представників військово-політичного керівництва держави. Вже тоді в США створюється центр інформаційної стратегії і політики, завданням якого стає вивчення можливостей використання інформаційних технологій у військових конфліктах ХХІ сторіччя. У липні 1995 року Національний університет оборони у Вашингтоні здійснив випуск першої групи спеціалістів з інформаційних війн. Наприкінці 1998 року об'єднаний комітет начальників штабів збройних сил США ухвалив документ „Доктрина проведення інформаційних операцій” (Joint document of information operation) [7, с. 185 - 187]. Це і є концепція інформаційно-психологічної війни. До її елементів було віднесено: добування розвідувальної інформації,

дезінформування, психологічні операції, фізичне руйнування інформаційних ресурсів противника (в тому числі і з використанням електромагнітного впливу), напади (фізичні, електронні) на його інформаційну структуру, зараження комп'ютерними вірусами обчислювальних мереж, проникнення в інформаційні мережі тощо, а також заходи для захисту власних інформаційних ресурсів [12, с. 64]. Відтак ризик дезорганізації суспільства через штучно створений інформаційно-організаційний керований хаос, через надлишок чи дефіцит інформації, дезінформацію, загальна керованість великих соціальних груп - справа досяжна.

Безумовно, феномен ІПВ дуже складний. Коли хочеш його „намацати”, то він вислизає з рук мов тінь, обриси якої постійно змінюються. На нашу думку, інформаційно-психологічне протиборство слід визначати у вузькому і в широкому розумінні. У вузькому розумінні розглядати його належить у сфері військового протиборства як інформаційно-технічні та інформаційно-психологічні складові комплексу ІПВ і збройного протистояння, що передують військовим діям і супроводжують їх, а в повсякденній практиці - як окремі інформаційно-психологічні заходи корпоративної конкуренції. У широкому розумінні ІПВ – політичний конфлікт в ситуації геополітичного протиборства держав, головною ознакою якого є насильницький вплив на супротивника.

Багатооб'єктність і багатоаспектність, масштабність покриття (ураження), поєднана з чітко визначеною спрямованістю і вибірковістю, невичерпність інформаційних ресурсів при їх безперервному поповненні, миттєвість долання великих відстаней, цілеспрямоване використання ресурсів супротивника – основні відмінності інформаційно-психологічних війн від усіх інших. Має місце багаторівнева, багат шарова мережева агресивна структура, „динаміка перетину централізації, децентралізації і транснаціоналізації” [3], якісно різноманітна за засобами і змістом інформаційно-психологічна війна. Вона не потребує легітимізації та відповідає найвищим вимогам анонімності. Прихованість, скритність – іманентна характеристика інформаційно-психологічної війни у мирний час. Звідси – складність не тільки її упередження і протидії її проявам, а й визначення малих інформаційно-психологічних впливів, акторів протистояння. До того ж, як правило, спостерігається неузгодженість в діях кількох зовнішніх сил – учасників ІПВ, різновекторність і нашарованість впливів, що теж ускладнює детермінацію інформаційно-психологічних атак.

Латентність, притаманна інформаційно-психологічним впливам, складність визначення генезису та детермінації проявів, відносно низька вартість при значному ефекті, універсальність – все це посприяло тому, що ІПВ стають поширеним засобом досягнення певних завдань внутрішньої і зовнішньої політики.

Отже, інформаційно-психологічну війну можна визначити як спосіб захисту власних інтересів через збереження своїх ресурсів чи здобуття додаткових шляхом насильницького спотворення інформаційного простору з метою перерозподілу ролей, місця і функцій його суб'єктів для досягнення переваги у політичній, соціальній, економічній, культурній, релігійній та інших сферах.

ІПВ здійснюється у вигляді спеціальних інформаційно-психологічних операцій із застосуванням інформаційної зброї.

**Інформаційно-психологічні операції (ІПО)** – це сукупність (узгоджених за метою, завданням, часом та об'єктами) форм, методів і засобів інформаційно-психологічних впливів на структуру і процес прийняття рішень. Їх завданням є видозміна чи зрив інформаційного забезпечення супротивника, де особливе місце посідають розвідувальні операції, збирання, опрацювання і подача інформації особам, причетним до прийняття рішень щодо оперативних, тактичних чи стратегічних завдань, а також заходи щодо захисту власних інформаційних, інформаційно-технічних та інформаційно-психологічних ресурсів. Загалом ІПО можуть спрямовуватися на створення умов, які б ускладнювали прийняття рішень супротивником чи гальмували б цей процес, робили неможливим прийняття правильного рішення або ж змушували приймати рішення, вигідні атакуючій стороні.

ІПО можуть спрямовуватися проти населення загалом або проти окремих соціальних груп; проти політичної, фінансово-економічної, наукової, культурної еліти; проти певних політичних чи військових лідерів, релігійних діячів; проти осіб, відповідальних за прийняття тих чи інших суспільнозначимих рішень. Відтак, особлива увага надається складанню соціально-психологічних портретів цільових аудиторій впливу та психологічних профілів окремих фізичних осіб – об'єктів потенційного нападу. Для цього активно використовуються дані соціологічних опитувань, статистичні дані, вивчається менталітет, панівні стереотипи, традиції і забобони. Про осіб, відповідальних за прийняття рішень, збираються та аналізуються біографічні дані; дистанційно, за допомогою психовізуальних методів діагностики, складаються психологічні портрети; вивчаються схильності таких осіб, їх уподобання і звички; визначаються модель поведінки і спосіб прийняття рішень; вивчаються оточення й особливості міжособистісних стосунків. У підсумку складається досье.

ІПО, як елемент ІПВ, можуть бути складовою військових операцій і традиційної війни в цілому, передувати їм і супроводжувати їх. Водночас спеціальні військові операції можуть бути складовою інформаційно-психологічної війни.

Під **інформаційно-психологічною зброєю** слід розуміти сукупність спеціальних засобів і технологій, що використовуються для насильницького спотворення інформаційно-психологічного простору

супротивника для ураження індивідуальної і масової свідомості. Тобто, байдуже, що то є – технічні чи технологічні аспекти, головною мішенню інформаційно-психологічної війни стає людський розум.

Інформаційно-психологічна зброя може спрямовуватися на придушення, знищення, дезорганізацію, дезорієнтацію, дезінформацію, дезадаптацію об'єкта впливу; вона може порушувати психічне здоров'я, спонукати до спонтанних, немотивованих, агресивних (чи антисоціальних) дій, спричиняти тимчасові чи незворотні зміни в свідомості особистості, а то й самознищення її.

ІІЗ за формою впливу можна класифікувати умовно так.

**Засоби радіоелектронної боротьби**, тобто радіоелектронну розвідку, радіоелектронний захист та радіоелектронне придушення. Це пасивні і активні технічні засоби, що працюють в діапазоні електромагнітних хвиль від частки мікрометра до десятків тисяч кілометрів; радіоелектронні засоби інформаційного захисту і спостереження за різними об'єктами. Вони виконують завдання з виявлення та розпізнавання, радіопротидії системам супротивника, встановлення радіоперешкод, створення об'єктів-невидимців та вдаваних цілей з керованими радіолокаційними образами. Викривають, розпізнають та придушують радіоелектронні засоби супротивника.

**Програмово-комп'ютерні технології**. Це технічні засоби, алгоритми або технології, дія яких спрямовується на ураження комп'ютеризованих систем державного і військового управління супротивника, управління його енергосистемами, транспортом, загальною інфраструктурою життєзабезпечення через ініціалізацію та активацію в інформаційних системах спеціальних руйнівних програмових засобів (програмово-апаратних закладок, комп'ютерних вірусів, системних „хробаків”, інших шкідливих і руйнівних програм), знищення об'єктів збирання, доставки, опрацювання, нагромадження й зберігання інформації, руйнування інформаційних масивів тощо.

**Психотронні засоби**, які, через застосування відповідного випромінювання, порушують психічний чи психофізіологічний стан, впливають на сприйняття реальності, створюють неможливість адекватно реагувати на ситуацію.

**Психотронні засоби**, які через застосування певних біологічних чи хімічних реагентів впливають на психосоматику, змінюють загальний психофізіологічний стан особистості, погіршують її самопочуття і розумові здібності, викликають депресію чи панічний страх, галюцинації тощо.

**Навіювання і гіпноз, НЛП (нейро-лінгвістичне програмування), інші техніки сугестивного впливу**. Тут використовуються особливості людської психіки, завдяки яким особистість може піддаватися навіюванню і програмуванню. Передбачається директивність, тобто категоричність і обов'язковість виконання наказу (у випадку прямого

навіювання) і неусвідомлене беззастережне виконання (під час гіпнотичного впливу). НЛП застосовує методики розщеплення свідомості, дисоціацію, збентеження тощо для позасвідомого введення в індивідуальну і масову свідомість певної інформації. Побудова асоціативних зв'язків і програмування через „якоріння”, використання метафор та інших методів „мови несвідомого”.

**Лінгвістичні методи і засоби.** Передбачається цілеспрямоване використання певних мовних особливостей, тих чи інших спеціальних зворотів, спеціальної термінології, семантично однозначно не визначеної інформації тощо.

**Символьно-семантичний апарат впливу, в тому числі віртуальний символізм,** передбачає використання справжніх і штучно сформованих символів, здатних активувати у суб'єкта (перш за все – підсвідомо) певні смисли.

**Чутки, плітки.** Використовується природність появи і поширення чуток і пліток, які за певних обставин у відповідному середовищі можуть не тільки скеровуватися, а й штучно поширюватися, в тому числі у форматі тривалості та ступеня впливу.

**Анекдоти, приказки, прислів'я,** що створюються штучно й націлюються на „ураження” суспільної свідомості, формуючи певні конвенції, які стають підґрунтям соціальних і культурних стереотипів, осідаючи в „підвалах” суспільної свідомості.

**Технології створення натовпу і управління ним.** Передбачають спрямування людей до утворення різних видів натовпу. Використовуються психологічні особливості поведінки людей у натовпі, що відзначаються емоційністю і збудливістю, зростаючим фактором навіювання, категоричністю сприйняття, деперсоналізацією і безвідповідальністю, що проявляється в стихійності й одночасній готовності до негайної дії, схильності до масової істерії і паніки, масової міграції, лжепатріотичного запалу. Виникає можливість спрямування дій людей.

**Загальна система обмеженого доступу до інформації.** Передбачає примусове відчуження певної категорії інформації з міркувань державної і суспільної необхідності. Обмеження доступу встановлюється грифами на кшталт „державна таємниця”, „особливо важливо”, „цілком таємно”, „таємно” тощо. Застосовується криптографія, тобто шифрування і дешифрування інформації.

**Технології заданого інформування і дезінформації.** Сукупність маніпулятивних дій з інформацією для здобуття переваги над об'єктом впливу через дозоване цілеспрямоване інформування, ініціалізація навмисних витоків інформації, введення опонента в оману тощо. Дезінформація, як правило, подається в достовірному контексті, семантично різноплановому; має певну ешелонованість, тобто глибину

наповнення, що підвищує її вірогідність.

**Цензура.** Це система нагляду за діяльністю видавництв і ЗМІ. Передбачає загальне управління інформаційним простором з боку суб'єкта, наділеного владним ресурсом.

**Пропагандистська діяльність.** Націлюється на формування певного світосприйняття, морально-етичних норм, створення міфів та зразків наслідування через аудіо- і відеопродукцію, підручники, словники, енциклопедії тощо.

**Засоби масової інформації.**

Зрозуміло, що перелічені форми впливу лише до певної міри можна визнати самостійними, оскільки здебільш вони взаємозалежні і на практиці спостерігається їх перетинання, взаємопроникнення і взаємодоповнення. Виокремити можна хіба що засоби радіоелектронної боротьби та програмово-комп'ютерні технології з огляду на їх безпосередній вплив на технічну складову ергатичних систем, тобто на технічні, технологічні, фінансові, військові, організаційні, управлінські та інші комплекси держави.

Слід виокремити також психотронні і психотропні технології внаслідок винятковості їх впливу, водночас зауваживши, що розробки в галузі частотного кодування мозку, хімічних і біологічних засобів, здатних викликати у людини психічні, психофізіологічні чи психологічні порушення, нездатність до адекватних дій, все ж не можуть зрівнятися з можливостями засобів масової комунікації, тобто мас-медіа як різновиду формальної комунікації, агітаційно-пропагандистських засобів та засобів неформальної комунікації (в першу чергу – чуток, пліток, анекдотів, приказок). Ефективність засобів масової комунікації перевищує всі вищезгадані засоби, взяті разом. Масова свідомість завжди очікує підказки [9, с. 42], і роль головного підкажчика виконують засоби масової комунікації. Модифікація суспільної свідомості через їх вплив набуває значних масштабів [докладніше див. 5].

Інформаційно-психологічна війна – це гра тіней, де особливе місце належить мас-медіа. Нині суспільство і особистість, при зростанні пресингу глобальних інформаційних мереж, стають найпершим об'єктом маніпуляцій. Створюються принципово нові мас-медіа – „полімедіа”, які поєднують різні засоби масової комунікації в єдиний інформаційний ресурс, коли одна й та ж інформація у різному вигляді і за різних умов подається в онлайн-режимі в Інтернеті на веб-сайті та в анонсах на телеканалі, в короткому повідомленні на розважальному музичному радіоканалі, у ТВ-новинах, у вигляді статті в газеті чи в аналітиці спеціалізованого журналу, що забезпечує можливість масованого впливу на масову свідомість.

Важливим новим способом впливу на масову аудиторію, який все ширше використовується на теле- та в радіоефірі, став інфотейнмент



(від англ. infotainment, тобто information + entertainment = інформація + розваги). Особливість його полягає в тому, що через поєднання різних жанрів такі передачі стають привабливішими для пересічного глядача і слухача, а відтак значно розширюють аудиторію. До того ж, таке поєднання сприяє зняттю критичності в оцінці інформаційного ряду споживачем інформації, внаслідок чого маніпулятивний вплив на аудиторію виявляється значно ефективнішим. Управління семіотикою і семантикою смислів і образів, активне застосування методів психолінгвістики, коли за спеціальним доббором слів і словосполучень, фонетичних рядів, кольору і розміру різних шрифтів формуються і спрямовано використовуються певні асоціації, а то й афективні сліди – це тепер повсякденна практика ЗМІ.

У житті ми маємо справу не стільки з реальними об'єктами, скільки з інформацією про них, формами, патернами, процесами [4, с. 23]. Проникаючи у нашу свідомість і впливаючи на неї через особисте несвідоме, використовуючи нашу схильність до узагальнень та конформність, мас-медіа навіюють, вводять у масову свідомість певну псевдореальність. Створивши віртуальний вимір, ЗМІ залишається задати лише предметно-сміслові відповідності, що визначають результат осмислення масовою свідомістю. Дискурси, що задаються мас-медіа, вибудовують процес мислення окремих індивідів (первинний елемент суспільної свідомості) в загальний процес мислення. Відтак виникає соціально-організоване мислення, яке формує „масову” людину (людину натовпу) [детальніше див. 2].

Найефективнішим знаряддям впливу на суспільну свідомість у просторі неформальної комунікації, на думку фахівців з ІПО, є анекдоти, прислів'я, приказки, поєднані певним механізмом їх організації, поширення і впливу. Їх життя довготривале завдяки їх емоційній виразності та образності.

Панівне місце у теорії і практиці ведення інформаційно-психологічних війн у площині неформальної комунікації посідають чутки. Вони можуть бути різними за змістом, типом ініціалізації і походженням (можуть бути актуалізацією певних очікувань, первинного штучного утворення, мати вторинну основу й активуватися через непряму дію), за рівнем достовірності інформації і співвідношенням з реальністю, за емоційною насиченістю, механізмом домінуючого розповсюдження і стійкістю. Зазвичай їх використовують у ситуації невизначеності чи в ситуації, коли цілі, норми і цінності, що декларуються, суперечать дійсності, або висвітлення ситуації мас-медіа не відповідає очікуванням аудиторії або незрозуміле їй, не співпадає з її відчуттям реалій [детально див. 6]. Чутки сприяють узгодженню індивідуальної свідомості з масовою, слугують засобом адаптації колективної свідомості до реальних чи удаваних загроз. Слід зазначити, що, на відміну від анекдотів і приказок,

чутки належать до принципово іншої – неписьмової комунікації – через неможливість адекватно їх зафіксувати. Чутки доповнюють або підмінюють офіційні джерела інформації. Проте вони все ж можуть з'явитися і на шпальтах газет, у радіо- та телеефірі, в мережі Internet. Проте це не основний канал їх поширення.

Інтерес до анекдота обумовлюється його особливостями – наповненістю „енергетичним зарядом” темолептичної спрямованості, яскравій забарвленості та особливій лексично-семантичній побудові. За визначенням анекдот має бути незнайомим реципієнтові. На відміну від чуток він не передбачає обговорення, а його семіотична і семантична побудова не можуть бути змінені. А дотепність і влучність забезпечує анекдотові тривале життя.

Виникаючи як відгук на потреби суспільства, прислів'я і приказки формують відповідні стереотипи. Крилаті фрази, засвоєні з фольклорних, літературних джерел, а також афористичні вислови відомих політиків, філософів, письменників, влучні вирази персонажів літературних творів, фільмів, театральних вистав тощо стають важливим експресивним засобом мови. Фразеологізми передаються із вуст в уста, вони відповідають, з одного боку, менталітету певної спільноти, а з іншого – ситуації в суспільстві. Російська дослідниця Л. Ростовцева звертає увагу на те, що межа між прислів'ями і приказками вельми рухома: додав одне слово – і приказка перетворилася на прислів'я, вилучив – прислів'я перетворюється на приказку [11, с. 91].

Різноманітність форм впливу обумовлює можливості та ступінь вибірковості інформаційно-психологічної зброї щодо певних особистостей, вимагає формування принципу комплексності та інтеграції різновидів ПЗ при плануванні та веденні інформаційно-психологічних війн. Отже, постає проблема формалізації самого процесу, де визначальним стає чітке окреслення та опис об'єкта впливу і рознесення в часі послідовності ПЗ. Відповідно, ПЗ – це цілеспрямовані, системні, за часом узгоджені удари на всьому просторі – в зоні формальної і неформальної комунікації. Мішенню є самоідентифікація особистості, її соціальна і рольова ідентифікація, які задають загальну інтенціональність окремої особистості і суспільства в цілому; самоусвідомлення як усвідомлення особистістю власної самотності, так і самотності спільноти в соціумі, відображені в культурних традиціях, віруваннях, менталітеті, означені в мові; базові цінності людини, що лежать в основі її оцінок і суджень. Підхід зрозумілий: знаючи головні характеристики відповідної спільноти, від віково-демографічних і до соціоекономічних, визначивши панівні психотипи, розуміючи менталітет, можна на базі певних технологій активно впливати на цільову групу, модифікувати суспільну свідомість, формувати громадську думку, і, відповідно до мети, провокувати, спонукати, збурювати до певних дій або дезорієнтувати і дезінтегрувати

як окремі соціальні групи, так і цілі народи, породжувати „суїцидальну пасіонарність мас” [8, с. 60].

Інформаційно-психологічна війна розглядає супротивника як систему. При цьому така війна є безперервною чергою інформаційно-психологічних операцій, які щоразу виводять систему (супротивника) в точку біфуркації, коли непрогнозованість усередині системи протиставляється заданості зовні.

Інформаційно-психологічна війна націлена на порушення чинного порядку і створення хаосу, прискорення біфуркаційного процесу у заданому напрямі задля формування певного постбіфуркаційного процесу. Незважаючи на величезну кількість управляючих параметрів, явних і неактуалізованих, різної нашарованості, глибини і тривалої прихованості, випадкових перемінних, певна формалізація процесу дозволяє через спрямовані інформаційно-психологічні впливи наділяти об'єкт впливу іншими змістами, значеннями, пов'язуючи в єдине ціле різні явища.

Синергетичний підхід передбачає необов'язковість домінування в його традиційному розумінні. Можливість тотального панування досягається шляхом з'ясування структурних елементів загальної системи простору інформаційно-психологічних війн – у політичному, економічному, фінансовому, соціальному, військовому та інших вимірах, її підсистем на всіх рівнях, де головним завданням стає визначення точок активного впливу (в управлінні – точок прийняття рішень) в зоні біфуркації, відносно незначним „натиском” на які можна змінити загальну систему, тобто конфігурацію об'єкта впливу. Здійснюється вимушений вибір однієї з цілого віяла тенденцій, породжуються зовсім інші закономірності розвитку, соціокультурне відтворювання збіднюється або взагалі припиняється.

Водночас належить розуміти, що, ставши на шлях ІПВ, цілеспрямована управлінська дія і результат, на який розраховує і який отримує суб'єкт дії, створюють когорту побічних результатів, що продовжують жити згідно з їх логікою. З часом вони створюють кумулятивний ефект, що потребує нового управлінського рішення. Звідси випливає, що ІПВ – це безперервний процес, який набуває якостей неврівноваженості, нелінійності, стохастичності і незворотності. Отже, одним із головних завдань, що вирішується в ІПВ, є реалізація наукової функції передбачення.

Глобальна дійсність вельми складна, нестабільна, нелінійна. Сьогодні навряд чи можна назвати державу, вилучену із загального інформаційно-комунікативного простору і незалежну від загальних інформаційних потоків. Життєдіяльність суспільного організму нині цілком визначається рівнем розвитку, якістю функціонування й безпекою інформаційного середовища [12, с. 68].

Очевидність зростання впливу ЗМК на динаміку соціальних і комунікаційних процесів вказує на необхідність створення ефективної системи управління інформаційним простором. До речі, незважаючи на велику кількість законодавчих і підзаконних актів, ухвалених в Україні, очевидно є не тільки невизначеність структури державної інформаційної політики, але й самого розуміння інформаційно-психологічної безпеки як одного з головних елементів національної безпеки.

Вимога часу – інший, неоінституціональний підхід до інформаційно-психологічної безпеки як окремої інституції в структурі національної безпеки, де провідне місце відводиться створенню системи управління інформаційним простором, спроможним протистояти викликам глобалізації та інформатизації, захищати національні інтереси в інформаційно-психологічному протистоянні.

Отже, перш за все, необхідна ініціалізація державного замовлення на дослідження в галузі ведення інформаційно-психологічної війни. Наступний крок – з'ясування й упорядкування уявлень про реальний стан речей та вироблення нових підходів, що відповідали б сучасним потребам. Визначальним тут є не тільки світовий передовий досвід, а й врахування власних соціокультурних норм, традицій і умовностей, ідейно-моральних настановлень, де особливе місце відводиться індивідуальній і масовій самоідентифікації, менталітету, релігійним обмеженням тощо, закріплення їх законодавчими нормами.

Звідси – необхідно чітко визначити саме поняття інформаційного простору та його основних критеріїв. Потребує вирішення проблема створення загальнодержавної інформаційної інфраструктури, відповідних організаційних структур, що формуватимуть систему збереження, опрацювання та поширення інформації, відповідатимуть за розробку, впровадження і супровід новітніх інформаційних технологій, здійснюватимуть контроль загальнонаціонального інформаційного простору і моніторинг інформаційно-психологічного впливу інформаційних ресурсів на теренах України. Особливого значення набувають проблеми управління національним комунікативним простором та законодавче закріплення за ЗМІ провідного ресурсу державного управління як основного інструмента застосування механізму протидії широкомасштабним інформаційно-психологічним атакам і повзучій інформаційній експансії.

На часі створення спеціальних підрозділів з проблем інформаційно-психологічної війни, які повинні захищати державні інтереси, здійснювати психологічний захист національної еліти і населення країни. Основним їх завданням має бути виявлення і кваліфікація інформаційно-психологічних впливів, визначення ступеня загроз, створення системи запобігання і протидії спеціальним інформаційним операціям проти

держави, суспільства, певних соціальних груп чи особистостей, вироблення механізмів ліквідації наслідків та відновлення на випадок уражень під час інформаційно-психологічних атак. Структура інформаційної безпеки має відповідати таким сучасним викликам, як тероризм і політичний екстремізм, стояти на захисті індивідуума, суспільства, держави. Створення такої структури дозволить активно захищати наші національні інтереси в регіоні та у світі в цілому.

**Література:**

1. **Асеевский А. И.** ЦРУ: шпионаж, терроризм, зловецкие планы. - 2-е изд., доп. - М.: Политиздат, 1988. - 271 с.
2. **Бродская О., Лысенко В.** Человек массы или массовый человек? // Персонал. - 2004. - № 3. - С. 56 - 61.
3. **Вендт А.** Четыре социологии международных отношений. // Международные отношения: Социологические подходы. М., 1998.
4. **Данченко О., Романенко Ю.** Архетипи соціального життя і політика (Глибинні регулятиви психополітичного повсякдення): Монографія - К.: Либідь, 2001. - 334 с.
5. **Лысенко В. В.** СМИ и общественное мнение: технологии манипулирования // Персонал. - 2004. - № 9. - С. 14 - 21.
6. **Лисенко В. В.** Чутки - активний засіб модифікації суспільної свідомості. // Політичний менеджмент. - 2004. - №6 (9). - С. 96 - 102.
7. **Панарин И. Н.** Технология информационной войны. - М.: „КСП+”, 2003. - 320 с.
8. **Пригожин А. И.** Особенности четвертой мировой войны // ВМУ. Сер. 18. Социология и политология. - 2004. - №3. - С. 54 - 63.
9. **Почепцов Г. Г.** Информация и дезинформация.- К.: Ника-Центр, Эльга, 2001. - 256 с.
10. **Прокофьев В. Ф.** Информационное единство мира / Геополитика и безопасность. - М.: „АРБИЗО”, 1996. №4, с. 186 - 189.
11. **Ростовцева Л. И.** Поведение потребителей в пословицах и поговорках // Социол. исслед. - М.: Наука - 2004. - №4 (240). - С. 90 - 93.
12. **Требін М.** Інформаційне суспільство. Війни нової епохи // Віче. - 2002. - №4 (121). - С. 64 - 68.
13. **Хазен А. М.** О возможном и невозможном в науке, или Где границы моделирования интеллекта. - М.: Наука. Гл. ред. физ.-мат. лит., 1988. - 384 с. (Проблемы науки и технического прогресса).
14. **Чавкин С.** Похитители разума. Психохирургия и контроль над деятельностью мозга // Пер. с англ. С. Пономаренко, И. Гавриленко / Под общ. ред. и с пред. д. ю. н. И. Б. Михайловской. - М.: „Прогресс” - 1982. - 240 с.