

МІНІСТЕРСТВО ОБОРОНИ УКРАЇНИ

**Військовий інститут телекомунікацій та інформатизації НУТУ
«Київський політехнічний інститут»**



ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Навчальний посібник для курсантів і слухачів

Київ - 2006

ББК Ч 23

1 – 74

Інформаційна безпека сучасного суспільства : Навчальний посібник. / За загальною ред. А. І. Міночка. – К.: ВІТІ НТУУ «КПІ». 2006. – 188с.

Авторський колектив : Ананьїн В.О. полковник запасу, д. філос.. н., професор; Балабін В.В. генерал-майор, к. філ.. н., доцент; Дзюба М.Т. полковник запасу, к. філос.. н., доцент; Жарков Я.М. полковник запасу; Міночкін А.І. кандидат технічних наук, (розд.2, 3 у співавторстві) доцент, Онищук М.І. генерал-майор, кандидат техн.. наук, доцент, Онищук М.І. полковник запасу, к. іст. н., доцент; Пучков О.О. підполковник.

У навчальному посібнику розглянуто сутність і зміст інформаційної безпеки суспільства та її місце у структурі національної безпеки; висвітлено поняття «інформації», «інформаційної культури», «інформаційної війни», «інформаційної зброї»; показано інформаційно-психологічні операції та основний спосіб їх здійснення інформаційно-психологічний вплив; розкрито основні шляхи протидії негативному інформаційно-психологічному впливу

Навчальний посібник розрахований на студентів, курсантів, магістрів, ад'юнктів та науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів. Усіх кого цікавлять питання інформаційної безпеки.

Рецензенти:

Романюк В.А. – д. техн.. н., професор, заступник начальника ВІТІ НТУУ «КПІ» з навчальної та наукової роботи;

Ожеван М.А. – д. філос.. н., професор, завідуючий відділу інф. безпеки НІМБ РНБО України;

Корольчук М.С. – д. псих. н., професор, кафедри психології КНУ ім. Т.Г. Шевченко.

ВСТУП

Сучасні інформаційні технології – радикально змінюють структуру суспільства та значно трансформують міжнародні відносини. Ці перетворення, за своїм значенням для подальшого розвитку людства, можна порівняти лише з подвійною (індустріальною та політичною) революцією XVII-XVIII ст., що визначила сучасне обличчя людства.

Сфера реалізації національних інтересів й, відповідно, забезпечення національної безпеки перетворюється в один з найважливіших напрямів суспільно-політичного розвитку. В умовах тотальної інформатизації сучасного суспільства випереджаючими темпами зростає значення інформаційних аспектів національної безпеки. Як зазначила Генеральна Асамблея ООН в ухваленій 4 грудня 1998 р. консенсусом резолюції «Досягнення в сфері інформатизації та телекомунікацій у контексті міжнародної безпеки», розвиток та впровадження інформаційних технологій призвели до появи нових та значної трансформації окремих давно відомих видів загроз національній і міжнародній безпеці. Конституція України (ст. 17, ч. 1) визначає забезпечення інформаційної безпеки як важливу функцію держави, справу всього народу. За сучасних умов вирішення цього завдання вимагає врахування всієї різноманітності загроз в інформаційній сфері. Концепція (основи державної політики) національної безпеки, ухвалена Постановою Верховної Ради України в січні 1997 році, до основних загроз національним інтересам в інформаційній сфері відносить й «інформаційну експансію іноземних держав». У законі України «Про основи національної безпеки України» від 19.06.2003 року №964-IV зазначено, що однією із важливих складових національної безпеки України є на сьогодні безпека в інформаційній сфері.

Аналіз локальних війн і збройних конфліктів другої половини XX ст., причин їх виникнення, тенденцій розвитку та наслідків свідчить про те, що створення засобів збройної боротьби на основі новітніх технологій неодмінно призводить до зміни характеру збройного протистояння, форм і способів його ведення. Провідне

місце у сучасних війнах і збройних конфліктах посідають засоби не вогневого ураження.

Особливе значення в сучасних умовах має феномен інформаційно-психологічного забезпечення збройного протиборства. Поряд з використанням сучасної зброї та бойової техніки чітко визначилась тенденція розробки й застосування високих інформаційних технологій у воєнних цілях. Поєднання інформаційного потенціалу і військової сили може створювати загрозу не тільки безпеці окремих країн, у тому числі й України, але й стабільності міжнародних відносин у цілому.

Гострота й актуальність інформаційної безпеки в системі національної безпеки обумовила інтерес вітчизняних та зарубіжних вчених до даної проблеми, про це свідчать наукові праці В.О. Ананьїна, В.М. Богуша, І.В.Замаруєвої, В. Г.Криська, В.М. Литвиненка, Г.Г Почепцова, А.О. Рося, В.Б. Толубка, О.К.Юдіна та ін. Положення робіт перерахованих авторів певною мірою використані в ході підготовки навчально-методичного посібника.

Поняття «інформація», «інформаційна культура», «інформаційна безпека», інформаційна війна», «інформаційно-психологічні операції» та інші були предметом наукового дослідження колективу авторів при підготовці даного посібника. При написанні навчально-методичного посібника використовувались матеріали відкритих монографій, навчальних посібників а також публікації у відкритих журналах «Зарубежное военное обозрение» та «Военная мысль». Враховуючи новизну проблеми, автори не претендують на абсолютну істину у викладенні навчально-методичного матеріалу й будуть дуже вдячні за критичний аналіз і подані побажання та зауваження, які дозволять в подальшому покращити й поглибити розгляд теоретичних і практичних питань.

1. Поняття «інформація» та «інформаційна культура».

Термін “інформація” походить від латинського *informatio* і перекладається буквально: ознайомлення, роз’яснення, уявлення, поняття. Філософсько-енциклопедичний словник пропонує декілька тлумачень терміну інформація:

1. Повідомлення про що нібудь, яке передається людьми;
2. Повідомлення нерозривно пов’язане з управлінням, сигнали в сукупності синтаксичних, семантичних і прагматичних характеристик;
3. Передавання, відображення відмінностей у любых об’єктах і процесах живої та неживої природи (1, 217)

Можна обмежитись даним визначенням терміна «інформація». У більшості наукових праць з проблем інформаційної безпеки, інформаційної боротьби поняття «інформація» взагалі не формулюється а використовується термін, як простий та усім зрозумілий. Проте аналіз наукової літератури свідчить протилежне. У сучасній науковій теорії є багато визначень сутності інформації, серед яких можна виділити чотири принципових підходи.

По-перше, значна кількість вчених вважає, що інформація є атрибутом (невід’ємною властивістю) не тільки живих, розумних істот, але й усіх матеріальних тіл. Так, академік В. М. Глушков підкреслював, що інформація носить як суб’єктивний, так й об’єктивний характер. «Інформація існує остільки, оскільки існують самі матеріальні тіла й, отже, створені ними неоднорідності. Усяка неоднорідність несе із собою якусь інформацію» [8].

Інформація у неорганічній природі існує об’єктивно, але як би в потенційній формі. З появою живих організмів, тобто одержувачів інформації, починається використання інформації з метою пізнання й управління [1]. Отже, інформація, будучи атрибутом матерії й руху, існує споконвічно в просторі й часі.

По-друге, багато вчених упевнені, що інформація є властивістю лише високоорганізованої, тобто живої матерії. Інформація й інформаційні процеси, на їхню думку, властиві тільки біологічній і соціальній формам руху матерії.

Ще на початку 60-х років засновник кібернетики Н. Вінер стверджував, що живі організми розвивають необхідну їм інформацію завдяки постійній взаємодії із природою, обміну з навколишнім середовищем [18]. При цьому інформації належить особлива інтегруюча роль, завдяки якій у живих істот й, насамперед у людини, розвилися адаптаційні здібності [14]. У такий спосіб інформація лежить в основі процесів саморегулювання у живій природі.

По-третє, існує ще й так званий функціональний підхід до розуміння сутності інформації, у рамках якого інформацію часто розглядають як властивість лише систем, що самоорганізуються, не тільки у живій природі, але й у техніці. До них, наприклад, відносять і живі істоти й кібернетичні системи, для яких характерні процеси саморегулювання.

У своїй книзі «Кібернетика, або управління й зв'язок у тварині й машині» Н. Вінер установив й довів подібність процесів управління й зв'язки в машинах, живих організмах і людському суспільстві, тобто в системах, що самоорганізуються. Ці процеси являють собою функціональні процеси передавання, зберігання й перероблення інформації [6]. У такий спосіб інформація виступає тут, свого роду, «живильним засобом», що забезпечує функціонування систем, що самоорганізуються.

По-четверте, деякі дослідники пропонують ще й соціальний підхід до інформації. Згідно нього інформація розглядається як продукт життєдіяльності тільки соціальних форм матерії, людського суспільства.

Соціальний підхід до інформації ґрунтується на здатності людини до її сприйняття й опирається на такі поняття як «цінність», «корисність», «привабливість» і т.п. Відповідно до даних поглядів, інформація існує об'єктивно в просторі й часі, але проявляється лише в процесі пізнання людиною навколишнього світу [17].

З вищевикладеного випливає необхідність більш докладно розглянути деякі теорії інформації, що стосуються основних поглядів на її сутність.

Перші спроби зрозуміти природу інформації на основі математики зробили вчені Клод Шеннон і Норберт Вінер. Вони заснували теорію інформації, що

одержала згодом назву ймовірносно-статистичної. На основі поняття ентропії, що розуміється як невизначеність, вони дали тлумачення інформації з кількісної точки зору як міри зменшення невизначеності результату події. Відповідно до даної ідеї, інформацією (її кількісною мірою) є ті дані, які зменшують невизначеність подій, що цікавлять нас.

Основні аксіоми такого підходу зводяться до наступного: інформація - заперечення ентропії, передача розмаїтості, імовірність вибору, оригінальність, новизна й ін. [7]. У науковій літературі дану концепцію інформації часом називають функціональною.

Поряд з кількісною теорією, сформувалась інша, так звана, атрибутивна теорія інформації, в основу якої покладена ідея відбиття. Згідно її змісту, інформація являє собою загальну властивість матерії, упорядкованість атрибутів відбиття, аспект взаємодії. Вона існує в живій і неживій природі й проявляється як слід-вплив одного об'єкта на іншій (результат взаємодії двох об'єктів).

Академік Н. М. Амосов вважав, що вплив однієї системи на іншу пов'язаний з передачею інформації, що являє собою певний аспект взаємодії. Відповідно до даної теорії всі форми матеріального світу мають інформаційні взаємозв'язки.

З розвитком теорії й практики управління виникла кібернетична теорія інформації, що розвиває імовірносно-статистичну теорію інформації й, у певній мірі, усуває її недоліки. Важливу роль у розвитку даної концепції зіграли праці відомого математика У. Р. Ешбі, та академіків А. Колмогорова, В. Глушкова й ін.

Академік А. Колмогоров підкреслював, що кібернетика вивчає машини й живі організми з погляду їхньої здатності перетворювати інформаційні зв'язки в управлінські сигнали. Він відзначав, що «процеси сприйняття інформації, її зберігання й передачі називаються в кібернетиці зв'язком, а переробка сприйнятої інформації в сигнали, що направляють діяльність машин й організмів, - управлінням» [11]. Саме тому кібернетичну теорію інформації нерідко називають інформаційною теорією управління.

Саме з переробкою інформації в живих і кібернетичних системах зв'язаний процес управління. Академік В. Глушков так само вказував, що кібернетика

вивчає управляючі системи з точки зору перетворення інформації [8]. У такий спосіб був констатований взаємозв'язок переробки інформації й управління.

Практично, управління є процес зворотний ентропії. Він носить характер пристосування до навколишнього середовища. Саме тому Н. Вінер підкреслював, що «інформація - це позначення змісту, отриманого із зовнішнього світу в процесі нашого пристосування до нього...» [6]. Він вважав, що робота кібернетичних систем - це спроба управляти ентропією шляхом зворотного зв'язку, а саму функцію зворотного зв'язку називав властивістю, що дозволяє регулювати майбутню поведінку систем минулим виконанням наказів [6].

Разом з тим, існують і соціальні теорії інформації, які конкретизують атрибутивну концепцію даного феномена. Вони розглядають інформацію як продукт життєдіяльності соціальних форм матерії, зокрема, людського суспільства. Соціальний підхід до інформації враховує можливості її сприйняття людиною й розглядає переважно її якісні аспекти.

Відповідно до даної теорії, інформація існує об'єктивно, але проявляється лише в процесі пізнання людиною навколишнього світу. Тут активна роль приділяється здатності психіки людини й насамперед його свідомості до відображення дійсності.

Інакше кажучи, інформація - це форма відображення явищ або процесів реальної дійсності у свідомості людини, деяка сукупність відомостей, повідомлень, даних, що визначають рівень потенційних знань людини про ті або інші явища або процеси та їхній взаємозв'язок.

Більше трьох десятиліть назад академік А. И. Берг зробив фундаментальний висновок про те, що інформаційний зв'язок із зовнішнім миром стимулює мислення людини й так само необхідний йому як їжа і тепло. Він писав: «Прямим досвідом доведено, що людина може нормально мислити тривалий час тільки за умови інформаційного спілкування із зовнішнім світом, що не припиняється,» [5].

Особливе значення серед соціальних теорій інформації має семіотична концепція. Головною проблемою інформаційних зв'язків і систем у суспільстві є проблема мови. Мова - це система знаків, символів і правил, за допомогою яких

відображається й передається інформація. Загальною теорією знаків і мов, що складаються з них, займається наука семіотика, що містить у собі такі розділи як синтаксис, семантика й прагматика.

Так з позицій семіотики, будь-яка інформація (повідомлення) є не що інше як набір знаків й, отже, може розглядатися з позицій семантичних, синтаксичних і прагматичних характеристик [14].

Синтаксис вивчає - систему правил у мові, за якими можна будувати зі знаків речення й вислови. Синтаксис визначає характер з'єднання цих знаків у цілісну структуру, тобто порядок проходження слів, формування з них значеннєвих фраз, складання речень.

Семантика - це вчення про зміст слів. Зміст слова, як відомо, передається через поняття. Семантика встановлює правила відповідності між знаками й тим, що вони позначають. У такий спосіб семантика вивчає точність відтворення в інформації сутності віддзеркаленого явища, тобто його змісту.

У свою чергу, прагматика вивчає зв'язки між знаками й людьми, які ці знаки встановлюють й вживають. Вона встановлює зв'язок змісту повідомлення й мети діяльності або управління, корисність, важливість, роль і значення інформації для конкретних справ, тобто цінність інформації. При цьому, нерідко мова йде не тільки про повідомлення деяких фактів або даних, але й про передачу відношення до них з боку джерела інформації.

Цим трьом частинам семіотики відповідають три аспекти інформації: синтаксичний (формальний), семантичний (змістовний) і прагматичний (ціннісний). Інформація, що виходить від об'єкта-оригіналу й отримується суб'єктом-споживачем в інтересах тієї або іншої діяльності, кодується й передається людиною за допомогою мови, що містить не тільки формальні (кількісні), але й змістовні (якісні) характеристики, віддзеркалені синтаксисом, семантикою й прагматикою. Відповідно до семіотичної теорії, тільки їхня єдність виражає сутність інформації.

Таким чином, *інформація* - це кодовані за допомогою знакових систем і передані для використання в спілкуванні людьми відомості, повідомлення, дані в сполученні синтаксичних, семантичних і прагматичних характеристик.

Разом з тим, як видно з мал. 1.1, між даними теоріями є значні розбіжності. Вони не тільки по-різному визначають сутність інформації, її основну роль у суспільстві й сфері управління, але розрізняються щодо пріоритетів у кількісно-якісних характеристиках і динамічних показниках інформації. Так, наприклад, імовірно-статистична теорія розглядає

сигнальну функцію й формальну сторону інформації, а в атрибутивній і соціальній концепції домінують пізнавальна функція й змістовні аспекти інформації. Є чимало й інших розходжень, розгляд яких виходить за рамки завдань даного посібника.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ТЕОРІЙ ІНФОРМАЦІЇ

ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИК И ІНФОРМАЦІЇ	ІМОВІРНІСНО- СТАТИСТИЧНА КІБЕРНЕТИЧНА ТЕОРІЯ	АТРИБУТИВНА І СОЦІАЛЬНА ТЕОРІЯ
СУТНІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ	Заперечення ентропії, рівень зменшення невизначеності результату подій, ймовірність вибору, передача розмаїтості, новизна...	Властивість матерії, аспект взаємодії, форма відображення об'єктивного світу , сукупність відомостей , повідомлень, даних...
ОСНОВНА РОЛЬ	Управління – інформаційний процес. Інформація – «кров» керування. Інформація	Засіб взаємозв'язку, пізнання, задоволення потреб людей в інформації, фактор соціального

ІНФОРМАЦІЇ	виконує роль, сигналну функцію зворотного зв'язку.	управління навчання й виховання.
ОСНОВНІ КІЛЬКІСНІ ТА ЯКІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ	Переважає кількісний підхід до інформації. Менше її розглядають як якісне перетворення.	Віддають перевагу якісним характеристикам і споживчим властивостям інформації, припускають її якісне перетворення.
ДИНАМІЧНІ ПОКАЗНИКИ	Порівняно постійна, відносно статична.	Дуже динамічна, постійно розвивається.

Мал.1. 1 Порівняльний аналіз основних теорій інформації

Таким чином, імовірно-статистична й кібернетична теорії розглядають інформацію в контексті управління й процесів зв'язку, тобто з позицій переважно кількісних характеристик. У свою чергу, атрибутивна теорія значною мірою відображає загальний підхід до розуміння сутності інформації й виходить із її світоглядного трактування, у ній пріоритетне значення приділяється характеристикам взаємодії й взаємозв'язку в природі. А соціальна теорія виходить із того, що інформація – продукт пізнання людиною навколишнього світу, результат відображення його в психіці людей й у ній істотним є зміст.

У сучасній системі наукових знань мають місце й інші теорії, що пояснюють сутність інформації, що свідчить про граничну узагальненість, складність і багатогранність цього явища. Варто підкреслити, що в системі наукових знань немає поняття інформації загального ужитку. Відсутність єдиного розуміння даного явища призвело до безлічі його дефініцій.

Вважаємо за доцільне з безлічі визначень інформації надати найбільш популярні формулювання: «інформація є інформація, не матерія й не енергія» (Вінер); «це позначення змісту, отриманого від зовнішнього світу в процесі

пристосування до нього» (Вінер); «повідомлення, освідомлення про положення справ, навчання, відомості про будь-що передані людьми»; «заперечення ентропії» (Бріллоєн); «комунікація й зв'язок, у процесі якої усувається невизначеність» (Шеннон); «передача розмаїтості» (Ешбі); «оригінальність, новизна; міра складності структур» (Моль); «здатність знаків викликати образи»; «ймовірність вибору» (Ягл); «передача, відбиття розмаїтості в процесах й об'єктах» (Урсул); «повідомлення в управлінні, сигнали в єдності синтаксичних, семантичних і прагматичних характеристик; перетворена форма знання».

Це всього лише мала частина визначень інформації, що розкривають ту або іншу грань даного феномена. На думку вчених, інформація має деякі загальні специфічні властивості: вона принципово не створюється й не знищується, а всього лише виникають (нові ідеї, знання), передається й приймається, так само як руйнується, губиться й забувається; при цьому вона може змінювати форму, не змінюючи свого змісту; на відміну від інших ресурсів вона може бути використана багаторазово істотно не зношуючись.

Очевидно, що вставши в один ряд з такими категоріями, як матерія й енергія, інформація перетворилася в надзвичайно широке поняття й продовжує розкриватися усе ширше [1]. Представляється, що інтеграція нагромаджених знань про інформацію об'єктивно веде до формування нових наукових галузей і технологій, які виводять людину на більше високий рівень пізнання реального світу.

У процесі пізнання світу обґрунтування фундаментальних наукових категорій, таких як матерія й енергія, мало важливе методологічне значення для всієї системи наукових знань. Їх гранично широке значення дозволило створити спочатку механічну, а потім енергетичну картину миру як цільне уявлення про навколишню дійсність.

Поряд з цим, бурхливий розвиток науково-технічного прогресу, виникнення нових наукових галузей призвели до того, що сьогодні в один ряд з поняттями «матерія» й «енергія» стала категорія «інформація», що має атрибутивні властивості світобудови як і перші дві дефініції. Вона є предметом вивчення

цілого комплексу природничих, гуманітарних і суспільних наук і тому знання про неї лягли в основу багатьох сучасних концепцій і теорій, що пояснюють будову світу.

Нині є наукові думки про те, що на зміну механічної й енергетичної картини світу прийшла інформаційна картина дійсності. В основі інформаційного світосприйняття лежить уявлення про інформацію як про фундаментальну першооснову Всесвіту. Існують серйозні спроби перегляду традиційних законів природознавства на основі знань про інформацію. Наприклад, пропонується переглянути «застарілий» четвертий закон Ньютона й замінити його всесвітнім законом інформації. Крім того, виділяється інформаційна сутність періодичного закону хімічних елементів Менделєєва, яка дотепер повністю ще не осмислена.

З позицій сучасних знань про інформацію по-новому трактується ряд положень теорії відносності Ейнштейна, які дотепер мали суперечливий характер. На зміну традиційному системному підходу приходять принципи інформаційного підходу в наукових дослідженнях. І, нарешті, у рамках нової науки інформаціології сформульовані принципово нові закони – закон збереження інформації, закон інформаційної рівноваги Всесвіту, закон постійної зміни інформації, генералізований закон інформації, Всесвітній закон інформаційної єдності й ін. [30].

Інформаційна картина світу дозволяє по-новому підійти до опису й пояснення природи.

По-перше, інформація розглядається як атрибут матерії й руху. Вона існує вічно, тобто принципово не створюється й не знищується, а тільки видозмінює свої форми й зміст. Вона проявляється в процесі пізнання дійсності. Часто її трактують як внутрішню міру розмаїтості матерії [20].

За своїм онтологічним статусом інформація не відрізняється від маси, енергії, простору й часу. Тому вона відіграє інтегративну роль у створенні природничо-наукової картини миру [1].

По-друге, інформаційний обмін лежить в основі не тільки біологічної, але й соціальної форми життя людей. Без спілкування, комунікацій й інформації

немислиме життя сучасного суспільства. Соціальна інформація, таким чином, є категорія людської розумово-діяльній практиці [20].

Проблема інформації в суспільстві – це проблема співвідношення суспільного буття (матерії) і суспільної свідомості (свідомості). Вона є не тільки джерелом розвитку й самонавчання людини в соціальному середовищі, але й активним засобом управління суспільством. На думку ряду вчених – суспільствознавців «боротьба за розуми людей нині усе більше поєднується з боротьбою за форми, засоби й канали масової комунікації, що несуть соціальну інформацію, соціальний зміст» [13].

По-третє, будь-який вид діяльності – досить складний інформаційний процес, у якому задіяні всі духовні й фізичні властивості людей. Від того, наскільки закономірно здійснюється інформація повідомлень, як ретельно відпрацьовується командна інформація і як функціонує зворотний зв'язок, залежить успіх тієї або іншої діяльності. Таким чином, інформаційне забезпечення діяльності виступає одним з головних факторів її оптимальності або ефективності.

По-четверте, все життя людей проходить у своєрідному інформаційному просторі. Так само як електромагнітний й гравітаційний простір він є невід'ємною властивістю природного середовища, у якому живе й розвивається людина. Мало того, людина активно впливає на зміст і структуру даного простору. Цілісність людства обумовлена насамперед інформаційною взаємодією різних народів і держав.

Сьогодні практично у всіх сферах громадського життя інформаційний фактор став домінуючим. Про це свідчать широкий вжиток не тільки в наукових колах таких понять як «інформаційна ера», «інформаційна цивілізація», «інформаційна революція», «інформаційне суспільство», «інформаційна сфера», «інформаційна політика», «інформатизація», «інформаційна війна». Крім того, у військовій справі як новітні засоби й способів ведення збройної боротьби розглядаються «інформаційна зброя» й «інформаційно-психологічна війна».

Саме загальнолюдський характер усього інформаційного процесу дозволяє за аналогією з теорією ноосфери В. І. Вернадського вести мову про створення

інфоноосфери, тобто про інформаційну сферу людства, що включає в себе всю сукупність живої й накопиченої інформації (нооінформації), її джерел, передавачів, перетворювачів, носіїв і сховищ на всій планеті [22]. Розвиток інфоноосфери відбувається в напрямку оптимального функціонування всіх її елементів, формування колективного розуму й колективної волі людства.

На думку ряду вчених, провідною силою в суспільстві, яка веде до інформаційної цивілізації, повинна стати *«інформаційна революція»*. Суть її в тому, що на основі широкого втілення в усі сфери суспільства досягнень мікроелектроніки, електронно-обчислювальної техніки й новітніх інформаційних технологій (інформатизації) повинен відбутися якісний переворот у розвитку продуктивних сил і виробничих відносин, у результатах науково-технічного прогресу, у переході суспільства до нового стану, позбавленому суперечностей сьогодення. Передбачається, що результатом такої революції стане *«інформаційне суспільство»*.

Перехід до інформаційного суспільства припускає тісний зв'язок між трьома компонентами: інформацією, що стає суспільним продуктом, новими інформаційними технологіями, що набувають особливої соціальної цінності й соціально-структурними змінами, які відбуваються в суспільстві [15].

Очевидно, що розвиток нових галузей знань і сфер виробництва, пов'язаних із процесами інформатизації суспільства, вимагає продовження фундаментальних досліджень феномена інформації. Серед наукових дисциплін, що вивчають сутність, характеристики, закономірності, форми й методи одержання, обробки, передачі й споживання всіх видів інформації найбільш ємною є інформатика. У широкому розумінні вона являє собою систему знань про виробництво, переробку, зберігання й поширення всіх видів інформації в суспільстві, природі й технічних системах. У вузькому – це відносно нова галузь наукових знань вивчаюча інформаційні процеси на базі комп'ютерів.

Висока значимість інформаційних процесів як у суспільстві так і у Збройних Силах визначила виникнення особливого роду інформаційної діяльності серед особового складу – інформаційної роботи (інформаційного забезпечення),

особливістю якої є рішення аналітико-синтетичних завдань й інформаційно-психологічних проблем в інтересах оптимізації процесів військово-соціального управління.

Установлено, що практично будь-яка управлінська, виховна або освітня діяльність у середньому на 70 відсотків складається з комунікацій, що являють собою інформаційну взаємодію різних суб'єктів й об'єктів. Отже, у військах об'єктивно існує потреба в спеціальній інформаційній діяльності військових кадрів, спрямованого на підвищення ефективності інформаційних процесів, що лежать в основі успішного функціонування органів військового управління й рішення бойових завдань.

Поряд з інформацією часто застосовується поняття “дані”. *Дані* можуть розглядатись як ознаки чи записані спостереження про явища або об'єкти навколишнього світу, які деякий час не використовуються, а тільки зберігаються. У тому разі, коли з'являється необхідність використовувати ці дані для зменшення невизначеності про будь-що, вони перетворюються в інформацію. Тому можна стверджувати, що інформацією є дані, які використовуються.

При роботі з інформацією завжди є її джерело та одержувач (користувач). Шляхи й процеси, що забезпечують передачу повідомлень від джерела інформації до її споживача, створюють *інформаційні комунікації*.

Для споживача інформації дуже важливою характеристикою є її адекватність.

Адекватність інформації – це певний рівень відповідності образу, який створюється за допомогою одержаної інформації, реальному об'єкту, процесу, явищу тощо. Від ступеня адекватності інформації реальному стану об'єкта чи процесу залежить правильність прийняття рішень людиною.

Адекватність інформації може виявлятися у формах, наведених на мал. 1.2.

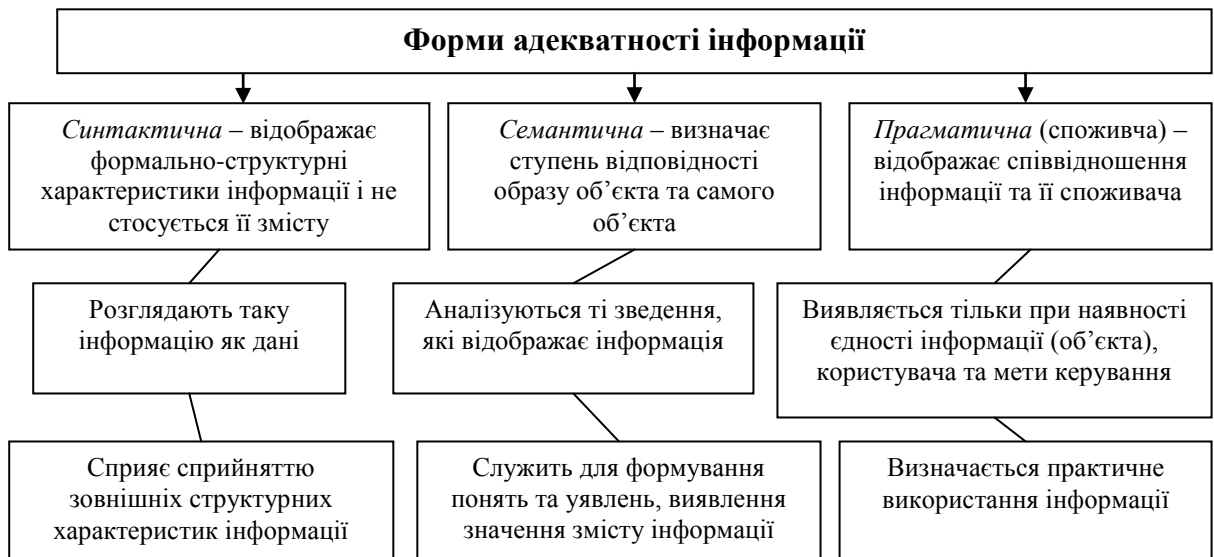


Рис. 1.2. Форми адекватності інформації

Можливість та ефективність використання інформації обумовлюється показниками якості інформації (мал. 1.3).

Важливим поняттям при роботі з інформацією є класифікація об'єктів. *Класифікація* - система розподілу об'єктів (предметів, явищ, процесів, зрозуміти) за класами згідно з певними ознаками.



Мал. 1.3. Показники якості інформації

Під об'єктом (стосовно інформації вони мають назву інформаційних об'єктів) розуміють будь-який предмет, явище матеріальної чи нематеріальної ознаки.

Система класифікації дозволяє згрупувати об'єкти та виявити певні класи, які будуть характеризуватись низкою загальних властивостей.

Властивості інформаційного об'єкта визначаються інформаційними параметрами - реквізитами.

Реквізит - логічно неподільний інформаційний елемент, який описує певну властивість об'єкта, процесу, явища тощо.

Вимоги до класифікації об'єктів:

повнота охоплення об'єктів галузі, яка розглядається;

однозначність реквізитів;

можливість включення нових об'єктів.

Система інформаційного забезпечення життя й діяльності Збройних Сил України може функціонувати з високою ефективністю тільки в тому випадку, якщо її організацією й реалізацією властивих їй завдань будуть займатися всебічно підготовлені до різних аспектів інформаційної діяльності офіцерські кадри.

Сьогодні практично неможливо назвати сферу людської діяльності, що не зазнала б залежності від інформації й не потребувала б використання новітніх інформаційних технологій. Все це значною мірою міняє уявлення, погляди, поведінку, спосіб життя й мислення сучасної людини й пред'являє до нього нові вимоги, найважливішим серед яких є оволодіння інформаційною грамотністю, інформаційною культурою.

Індустріальний етап розвитку цивілізації призвів до друкарства, розвитку паперових інформаційних технологій. Відповідна інформаційна культура формувалася в людини в середній і вищій школі, у повсякденній практичній діяльності. Але вона не була визначальним фактором у праці більшості людей: першорядне значення в індустріальному суспільстві мали інші навички й уміння.

Відмінною рисою нашого суспільства на сучасному етапі його розвитку є те, що воно перебуває в стадії переходу від індустріального до суперіндустріального інформаційного суспільства. Це суспільство, що усе більше потрапляє в залежність інформаційної техніки, перетворюється в продукт нових інформаційних технологій.

Перехід від індустріального суспільства до інформаційного обумовлює колосальне зростання, ролі інформації в суспільстві, а інформатизація супроводжує будь-який вид людської діяльності.

Уже давно стало ясно, інформація стає вищою цінністю сучасного суспільства, а інформаційна культура – визначальним фактором трудової діяльності сучасної людини.

Повсюдно розширюються процеси інформатизації різних сфер життя суспільства. У розвинених країнах більша частина працездатного населення зайнята саме в цій області суспільного виробництва. Залежно від цього, на шляху просування до інформаційного суспільства зростає роль інформаційної культури суспільства в цілому й кожного його члена окремо.

В інформаційному суспільстві форми праці й відпочинку, навчання й навіть виховання зазнають значного впливу досягнень в області автоматизованих інформаційних технологій. Їхнє проникнення в усі суспільство й у життя кожного, влада над фізичним і психічним стає сьогодні усе більше очевидним.

Саме нові інформаційні технології становлять передумову й основу, виникнення й існування такого феномена цивілізації як інформаційна культура суспільства й визначають формування такого феномена розвитку людини як інформаційна культура особистості.

Виникнення нового інформаційного порядку, заснованого на знаннях і видах діяльності усередині інформаційного суспільства, радикальні перетворення в суспільстві й Збройних Силах по-новому поставили багато питань професійної підготовки офіцерських кадрів.

На нинішньому етапі військового будівництва поряд з матеріально-технічним оснащенням військ, їхнім комплектуванням, виробленням військової політики,

орієнтацією на якісні параметри розвитку Збройних Сил особливого значення набувають проблеми, зв'язані зі збором, зберіганням, споживанням і своєчасною передачею відповідної військово-соціальної інформації.

Інформаційні параметри функціонування Збройних Сил, що змінюються, на сучасному етапі розвитку суспільства вимагають при організації професійної підготовки офіцерів приділяти увагу підвищенню їхньої інформаційної культури.

Перенесення акцентів з переважно матеріально-енергетичних на інформаційні форми діяльності значною мірою міняє уявлення, погляди, поведінки, спосіб життя й мислення сучасної людини й пред'являє до нього нові вимоги, найважливішим серед яких є оволодіння інформаційною грамотністю, а потім і досягнення певного рівня інформаційної культури, що відповідає даному етапу інформатизації суспільства.

Сьогодні намітилося реальне протиріччя між нагальною потребою у фахівцях, що мають високий рівень інформаційної культури й відсутністю достатньої кількості фахівців, підготовлених до різних видів діяльності в області обробки професійно значимої інформації на рівні сучасних вимог. І це відбувається в той час, коли практично неможливо назвати сферу людської діяльності, що не зазнавала б залежності від ринку інформації й не залежала від використання новітніх інформаційних технологій.

Питання інформаційного характеру, пов'язані з інформаційним забезпеченням різних видів професійної діяльності офіцера, починають займати чільне місце в структурі його службової діяльності, що у свою чергу вимагає посилення уваги до процесу формування й розвитку інформаційної культури сучасного військового фахівця.

Уперше поняття "інформаційна грамотність" було ужито в 1977 році у США й використане в національній програмі реформи вищої освіти. Асоціація американських бібліотек інформаційно грамотною людиною назвала особистість, здатну виявити, розмістити, оцінити інформацію й найбільше ефективно її використати [Медведева Е. А. Основи інформаційної культури (програма курсу для вузів). // Социс.-1994.- N11.].

Аналіз вітчизняного досвіду показав, що проблема інформаційного навчання й підвищення інформаційної грамотності для нас також актуальна, як і для країн з більш високим рівнем інформаційного сервісу. Проблеми інформаційної грамотності й інформаційної культури набули сьогодні міжнародного звучання й не залежать від національних особливостей окремих держав і народів.

Вивчення різних джерел, присвячених проблемі феномена інформаційної культури, дозволяє стверджувати, що в науковій літературі дотепер усе ще не розглянуті питання підготовки висококваліфікованих фахівців в області інформаційної культури, не вивчені механізми об'єднання соціально - інформаційних, природно - інформаційних і власне інформаційних знань у єдину особистісну інформаційну підсистему, не розкриті основні проблеми концепції інформаційної культури офіцера.

Наявні наукові джерела з питання інформаційної культури офіцера в цей час дозволяють при розгляді сутності й змісту інформаційної культури офіцера використати ряд взаємозалежних підходів.

З позиції *онтологічного* підходу інформаційна культура офіцера з'являється як реально існуюче соціальне явище, у якому діалектично взаємодіють об'єктивне й суб'єктивне, духовне й практичне.

Гносеологічний підхід дозволяє виявити зміст інформаційної культури офіцера з точки зору пізнавальних можливостей індивідів, адекватності відображення у свідомості військовослужбовця явищ і процесів сучасної інформаційної картини світу.

Соціальний підхід, діалектично поєднуючись із іншими підходами, забезпечує вивчення феномена інформаційної культури офіцера з точки зору його еволюції конкретно - історичного характеру, залучення в сферу соціальних відносин, взаємодії особистості й суспільства.

Особистісно-соціально-діяльнісний підхід дозволяє досліджувати сутність, зміст, специфіку й структуру такого складного утворення особистості як інформаційна культура безпосередньо в процесі діяльності людини.

Використовуючи перераховані підходи, спробуємо усвідомити зміст поняття " інформаційної культури офіцера " через розгляд сутнісних ознак таких споріднених понять, як "інформація", "культура" й "людина".

"Людина" й "культура" - поняття нерозривні. Культура невіддільна від людської діяльності, творення, творчості. Вона є продуктом її здібностей, зусиль і самовираження. Культура виражає рівень усвідомлення й оволодіння людиною свого відношення до самої себе, до суспільства, до природи - ступінь і рівень самореалізації її сутнісних потенцій.

Людина – творець культури, і в цьому її сугубо людський характер, що обумовлює втілення в культурі вищих етичних й естетичних цінностей. Тим самим культура як певний і спосіб, і поле діяльності людини, і результат реалізації його людської сутності, виражає синтетичну характеристику розвитку людини.

В «Тлумачному словнику російської мови» культура (cultura) визначається як: «1) сукупність виробничих, суспільних і духовних досягнень людей; ... 5) високий рівень чого-небудь, високий розвиток, уміння» [Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Тлумачний словник російської мови. – М.: Енциклопедія, 1993.].

Культурна діяльність являється включеною, уплетеною в трудову діяльність, культура доповнює й збагачує працю. У результаті трудова діяльність не обмежується спрямованістю на забезпечення існування людини, вона доповнюється націленістю на здійснення вищих життєвих потенцій людини:

а) розкриття її сутності, вмінь, знань, досвіду; б) освоєння людиною світу й тим самим все більше «підпорядкування» собі світу: природи, суспільства, самого себе.

Таким чином, з філософської точки зору, культура є особливий діяльнісний спосіб освоєння людиною світу, включаючи як увесь зовнішній світ - природу й суспільство, так і внутрішній світ самої людини в розумінні його формування й розвитку.

Аналіз понять культури свідчить про її багатофункціональність. Загальним положенням у визначенні культури є те, що вчені, характеризуючи культуру як

сукупність духовних і матеріальних цінностей, говорять про їх як про результат творчої діяльності людини.

Виходячи з багатогранності культури її структура може бути розглянута за рядом підстав:

- за формою суспільної свідомості: наукова, філософська, політична, правова, моральна, економічна, екологічна, естетична й т.п.

- за видами суспільних відносин: культурно - політичні відносини, культурно - економічні відносини, культурно - моральні відносини, культурно - правові відносини й т.ін.

- за сферами людської діяльності: технічна культура, професійна культура, управлінська культура, педагогічна культура, військова культура й т.ін.

Аналіз сутності й змісту інформаційної культури офіцера багато в чому сполучений з інтерпретацією поняття «інформація», яку ми розглянули раніше.

Що ж стосується категорії «інформаційна культура», то вона є діалектичний синтез понять «культура» й «інформація».

Інформація вступає у взаємодію з культурою в трьох найважливіших відносинах: по-перше, вона засвоює культуру, будучи об'єктом культурного впливу; по-друге, функціонує в культурному середовищі як носій і виразник конкретних культурних цінностей особистості; по-третє, людина за допомогою діяльності, у тому числі інформаційної, створює культуру.

Змістовний компонент інформаційної культури (поряд зі знаннями, відомостями) віддзеркалює відомості й знання, що відповідають кожному виду інформаційної діяльності, а саме: створення, передачі, одержання, нагромадження, аналізу, систематизації, пошуку, відтворення, поширення, відображення й утилізації інформації.

Кожна епоха, кожен період історичного розвитку суспільства характеризується властивими йому рисами інформаційної культури. Інакше кажучи, інформаційна культура виступає як відбиття розвитку інформаційних процесів у суспільстві).

У цей час можна виділити в понятті інформаційної культури неоднозначний зміст виражаючи його в такий спосіб:

а)інформаційна культура – збірка правил поведінки людини в інформаційному комп'ютеризованому суспільстві, у системах людино- машина, що вписується у світову гуманістичну культуру людства;

б)інформаційна культура – рівень уміння використати інформаційний підхід, аналізувати інформаційну обстановку й робити інформаційні системи більш ефективними ;

в)інформаційна культура – це характеристика матеріального й духовного рівня розвитку індивідів, соціальних груп, суспільних формацій, конкретних суспільств, народностей, а також специфічна сфера діяльності ;

г)інформаційна культура – досягнутий рівень організації інформаційних процесів, ступінь задоволення потреби людей в інформаційному спілкуванні, рівень ефективності створення, збору, зберігання, переробки й передачі інформації, а також діяльність, спрямована на оптимізацію всіх видів інформаційного спілкування, створення найбільш сприятливих умов для того, щоб цінності культури були освоєні людиною, увійшли органічно в його спосіб життя ;

д)інформаційна культура – це вміння одержувати, накопичувати, шукати, збирати й передавати інформацію за допомогою комп'ютерів, використовуючи бази даних і різні інформаційні системи, а також уміння виражати свої думки й ідеї в літературній, графічній і художній формі з використанням комп'ютерів як індивідуально, так й у процесі діалогу.

Таким чином, визначень інформаційної культури досить багато, від самих загальних до більш-менш конкретних. В окремих з них спостерігається збіг змісту, в інших – є певні розходження. Це пояснюється тим, що процес інформатизації нашого суспільства тільки починається, а для початкового етапу характерна розмитість формулювань, нечіткість використовуваних термінів, відсутність єдиного підходу до оцінки сутності й змісту досліджуваного явища.

У трактуванні поняття «інформаційної культури особистості» ще відсутня однозначність. Найбільше часто воно вживається для характеристики «широти знань фахівця» (побутовий рівень розуміння) [Антонова С. Г. Інформаційна культура особистості. Питання формування //Висшее образование в России.- 1994. -N1 .]. Незважаючи на різні погляди щодо окремих аспектів інформаційної культури особистості, проглядаються принаймні дві позиції:

при її аналізі всі автори досліджують знання, якими повинен володіти той або інший фахівець;

інформаційна культура розглядається у вигляді якісної характеристики особистості.

Однак проблема дослідження інформаційної культури офіцера може бути вирішена успішніше, якщо розглянути її сутність і зміст в особистісно-діяльнісному вимірі, з позицій особистісно-соціально- діяльнісного підходу до формування цього складного психологічного явища.

Особистість, обравши ту або іншу сферу діяльності, повинна реалізувати свої сили, втілити свої здібності в певний продукт, предмет, результат. При цьому вона, функціонуючи в одній зі сфер діяльності, повинна досягти певного рівня свого розвитку, мати відповідні знання, навичками й уміннями для того, щоб успішно вирішувати будь-які проблеми, що виникають перед нею в умовах існування в даній сфері. І чим досконаліше знання, навички й уміння особистості, чим більше вони відповідають актуальним умовам її життєдіяльності, тим більше повно вона втілює свої здатності в процесі даного виду діяльності, тим більше результативними виявляються результати її праці.

Розглядаючи проблему інформаційної культури особистості, її сутності й змісту доцільно нагадати місце й роль у її формуванні інформаційних потреб людини.

П. Симонов, досліджуючи специфіку потреб людини, розглядає їх керуючу роль у поведінці людини. Він пише: "Потреба є специфічна сутнісна сила, що обумовлює поведінку і діяльність людини, що визначає його вчинок"[Симонов П.

В. Междисциплинарная концепция человека: потребностно-информационный подход //Человек у системе наук. -М.,1989.].

Досліджуючи особливості інформаційних потреб людини академік А. И. Берг відзначав: «Прямим досвідом доведено, що людина може нормально мислити тривалий час тільки за умови інформаційного спілкування з навколишнім світом., що не припиняється, Повна інформаційна ізоляція від навколишнього світу – це початок божевілля. Інформаційне, стимулююче мислення, зв'язок з навколишнім світом так само необхідні, як їжа й тепло, мало того, як наявність енергетичних полів, у яких відбувається вся життєдіяльність людей на нашій планеті [А.И. Берг Киббернетика общественные науки// Методологические проблемы науки.- М .,1964.].

Як відомо свої потреби людина задовольняє за допомогою діяльності. За допомогою інформаційної діяльності задовольняються відповідні інформаційні потреби. Причому ця діяльність може здійснюватися в різних областях.

У цей час фахівці виділяють наступні основні області інформаційної діяльності: пізнавальну, практично-перетворюючу, суспільну.

Відповідно, у кожній із цих областей є своя інформація.

Так, у пізнавальній області інформаційної діяльності в основному є наявності наукова, науково - популярна, художня, теоретична й емпірична інформація. У практично - перетворюючій області можна розрізнити технологічну, організаційно - виробничу, управлінську інформацію, а також інформацію ділового спілкування. У суспільній області інформаційної діяльності циркулює соціальна інформація: політичного, правового, екологічного, сімейного, міжособистісного спілкування й ін. Особливим видом соціальної інформації виступає масова інформація.

Таким чином, інформаційна діяльність – це робота з різною інформацією в різних областях. І ця робота в кожному конкретному випадку може мати свої особливості, які визначаються видом інформації й самою областю діяльності, але в будь-якій області ця інформаційна діяльність складається з типових (у якомусь ступені) видів робіт.

У цілому можна відзначити, що інформаційна діяльність становить основний зміст інформаційної культури.

Практично у всіх видах інформаційної діяльності необхідно збирати інформацію, накопичувати її, зберігати на якомусь носію, аналізувати, якимось перетворювати, обробляти, одержувати тим самим нову інформацію, передавати, відображати й т.п.

Для кожного такого малого етапу трансформації інформації в часі й просторі знаходять застосування свої методи роботи. Так, наприклад, людина окрему інформацію зберігає у власній пам'яті (ім'я - по батькові близьких знайомих, популярних діячів і т.п.), якусь інформацію - у вигляді записів, якусь у пам'яті комп'ютера, щось – на дисках відео- та магнітофонів і т.п. Все це різні методи зберігання інформації. Є різні методи її збору (анкети, телефонні опитування, радіоопитування, особисті бесіди, допити й т.ін.). Тобто, кожна конкретна робота з інформацією може проводитися тим або тим методом. Яку ж з них можна віднести до високого рівня інформаційної культури?

Однозначно відповісти досить важко для конкретних умов, але в самому загальному вигляді можна сказати, що в тому випадку, коли при роботі з інформацією застосовуються комп'ютерна техніка, об'єднана в якусь систему або системи, варто вважати, що тут досить висока інформаційна культура в користувачів даної системи. Тут більш оперативно відбувається збір інформації, вона більш вірогідно, ретельно аналізується, оцінюється й вчасно доводиться до споживачів.

При цьому для конкретного фахівця, що працює з інформацією, виникають завдання щодо освоєння різних видів нових інформаційних технологій, створення й нагромадження інформації, використання цієї інформації для рішення професійних завдань.

Таке становище буде досягнене при наявності у фахівця досить високого рівня комп'ютерної підготовки або іншими словами "комп'ютерної грамотності", тобто практичного вміння підготовки й редагування текстів, креслень, малюнків, виконання розрахунків, пошуку інформації на комп'ютері й застосування

математичного програм у своїй професійній діяльності, а в ряді випадків і певних навичок програмування на комп'ютерс [. Хоменко В. И. Комп'ютерна грамотність - складений компонент педагогічної культури викладача вищої військової школи. - М.: ВПА, 1991.].

Така загалом одна з основної складової інформаційної культури особистості. У самому загальному виді вона являє собою сукупність методів інформаційної діяльності, які доцільно освоїти г;у;у;е сучасному військовому фахівцю й становить діяльнісну основу інформаційної культури особистості.

Комп'ютерна грамотність як компонент інформаційної культури офіцера включає:

знання будови й принципів роботи на комп'ютері;

знання можливостей й областей застосування комп'ютерів й їхнього впливу на різні сфери практичної діяльності;

уміння практичного використання комп'ютера при підготовці й обробці тексту, зберігання й пошуку інформації;

уміння кваліфіковано використати прикладні програми загального й спеціального призначення для рішення з їхньою допомогою професійних завдань;

уміння грамотно інтерпретувати результати аналізу інформації на комп'ютері й застосовувати їх у професійній діяльності;

знання й уміння застосувати на практиці методику аналізу інформації за допомогою прикладних спеціальних програм на комп'ютері;

уміння використати нові інформаційні технології у своїй професійній діяльності; і т.п.

Звичайно, це далеко не повний перелік структурних елементів інформаційної культури офіцера. Автори розуміють складність всебічного аналізу якостей, властивій інформаційній культурі офіцера Тому обмежилися лише загальним аналізом головних з них, які притаманні офіцерам при виконанні завдань з інформаційної безпеки сучасного суспільства.

Шляхи вдосконалювання інформаційної культури офіцера багатогранні, найчастіше залежать від умов розвитку особистості офіцера в процесі його

становлення й від специфіки життєдіяльності частини, у якій він проходить службу.

Вони містять у собі вдосконалювання основних компонентів культури інформаційної діяльності офіцера, таких як: уміння використовувати сучасні інформаційні технології, прагнення регулярно використовувати нові відомості, що надходять, в інформаційній роботі, диференційований підхід при подачі інформації, володіння навичками у вивченні інформаційних потреб й інформаційних інтересів особового складу й деяких інших.

Одним зі шляхів удосконалення інформаційної культури офіцера є розвиток основних компонентів проведення інформаційного впливу, який передбачає диференційований підхід при поданні інформації, переконливість і доказовість міркувань, уміння послатися на першоджерело інформації, уміння аналізувати сприйняття інформації різними об'єктами в період проведення інформаційної боротьби.

Удосконалення також вимагає й рівень оволодіння офіцером прийомами й способами інформаційного впливу на аудиторію, в основі якого лежать знання механізмів інформаційного впливу на свідомість і поведінку військовослужбовців, особливостей сприйняття й зберігання в інформації пам'яті особового складу, природи існуючих інформаційних бар'єрів та шляхів їхнього подолання, механізмів психологічного захисту при сприйнятті інформації людиною й способи їхнього подолання, уміння спонукати до міркування при сприйнятті інформації й деякі інші.

Що ж стосується вдосконалення досягнутого офіцером рівня комп'ютерної грамотності, те цей процес має на увазі розвиток умінь практичного використання комп'ютера в області підготовки й обробки тексту, зберігання й пошуку інформації, умінь кваліфіковано використати прикладні програми загального й спеціального призначення для рішення з їхньою допомогою професійних завдань, умінь грамотно інтерпретувати результати аналізу інформації на комп'ютері та їхнє застосування в професійній діяльності й багато інших.

Безумовно, в основі процесу вдосконалення досягнутого офіцером певного рівня інформаційної культури насамперед лежить процес саморозвитку й самовдосконалення особистості. Однак, справедливості заради варто підкреслити, що проблема формування й удосконалення інформаційної культури офіцера – це справа, розрахована на перспективу і становить невід'ємну частину процесу подальшого розвитку всієї системи навчання й виховання особового складу Збройних Сил. Вона буде набувати цивілізованих форм свого рішення тільки на основі планомірного впровадження в практику військ і військових навчальних закладів сучасних інформаційних технологій, створення на їхній базі різних навчальних програм, які відповідають насущним потребам навчання й виховання особового складу в частинах, з'єднаннях і військових навчальних закладах, а також на основі матеріального й морального стимулювання офіцерського складу до вдосконалення рівня своєї інформаційної культури, професійного майстерності в цілому, підвищенню ефективності досягнення конкретних результатів у своїй повсякденній діяльності.

Виходячи з вищевикладеного, можна зробити наступні висновки.

Зміст інформаційної культури офіцера являє собою діалектичну взаємодію об'єктивно - соціального й суб'єктивно - особистісного. На формування інформаційної культури офіцера впливають фактори різного рівня й порядку.

Інформаційна культура офіцера являє собою складне, інтегральне, динамічне, відносно самостійне утворення, що відбиває певний рівень розвитку особистісних якостей, спеціальних знань, навичок й умінь, що забезпечують ефективне рішення професійно значимих завдань на основі використання новітніх досягнень інформаційної техніки й технології інформаційної роботи.

Структура інформаційної культури офіцера являє собою систему двох взаємообумовлених, взаємовпливаючих комплексів якостей: особистісного й діяльнісного. До особистісного комплексу якостей відносяться: загальна культура особистості, спеціальні знання, навички й уміння військової спеціальності, воєнно - професійна спрямованість, норми життєдіяльності, соціальні почуття, ціннісні орієнтації. До діяльнісного комплексу якостей інформаційної культури офіцера

ставляться: загальнопрофесійні, організаторські, і власне інформаційні якості, які, у свою чергу, структурно включають загальнотеоретичні, технологічні, функціональні компоненти інформаційної діяльності й комп'ютерну грамотність офіцера.

На основі проведеного аналізу *інформаційну культуру офіцера* можна визначити як сукупність світоглядних, військово-професійних і спеціальних знань, умінь, навичок, почуттів, ціннісних орієнтацій особистості, які знаходять свій прояв у його інформаційно-професійній діяльності й дозволяють найбільше ефективно виконувати службові обов'язки в умовах існуючих інформаційних загроз нашій державі. (Нарис)

2. Інформаційна безпека в контексті національної безпеки держави.

Процеси, що відбуваються в постсоціалістичних країнах висувують багато питань і змушують дослідників переосмислити безліч проблем. Однією з актуальних для новостворених держав, у тому числі й для України, є проблема гарантування безпеки багатонаціонального суспільства в сучасних умовах.

Розроблені раніше концепції безпеки вимагають постійного удосконалення. Це обумовлено необхідністю нового розуміння світового розвитку залежно від обставин, що безперервно змінюються.

По-перше, екстраординарного значення набули глобальні проблеми, що загострюються, і вже реально являють загрозу існуванню людства.

По-друге, науково-технічний прогрес створив умови для прискорення процесів глобалізації громадського життя, становлення взаємообумовленого, взаємозалежного світу.

По-третє, бурхливе зростання національної самосвідомості народів, прагнення зберегти свою самобутність за допомогою своєї держави призвели до поширення міжнаціональних конфліктів на усій земній кулі .

По-четверте, все більших розмірів набуває міжнародний тероризм, який призводить до масової загибелі мирного населення.

Ці та інші чинники обумовили радикальні зміни суспільно-політичного обличчя світу наприкінці 80-х на початку 90-х років минулого століття і змусили вчених, політиків звернутись до з'ясування феномена безпеки. Значна кількість вчених розглядала безпеку, як комплексне явище, що поширюється на економічну, соціальну, військову, екологічну сфери життєдіяльності людства (Див Манілов). Богуш В. М., Юдін О. К. деталізують зазначені сфери і доповнюють науковою, технологічною, інформаційною, політичною сферами життєдіяльності()

Ананьїн В. О. додатково до названих чинників виокремлює етнонаціональну сферу безпеки держави. ()

Тотальна інформатизація життя людей призвела до перетворення інформації в чинник, який присутній у кожній із перерахованих раніше сфер життєдіяльності суспільства. Таке положення дозволяє розглядати інформаційну безпеку, як одну з провідних. Інформаційна безпека є як самостійною складовою національної безпеки, так і складовою частиною кожної з її складових, у тому числі і воєнної безпеки. Це обумовлює необхідність розгляду її з урахуванням сталого поняттєвого апарату і завдань національної і воєнної безпеки. Найбільше прийнятним у методичному плані визначенням *національної безпеки* є таке: це сукупність зв'язків і відношень, які характеризують такий стан особистості, соціальної групи, суспільства, держави, народу, при якому забезпечуються їх тривале, стабільне існування, задоволення і реалізація життєвих потреб, спроможність до ефективного відбиття внутрішніх і зовнішніх загроз, саморозвитку і прогресу.(Ананьїн Дзюба сусп і держ К 2003) Під кутом цього визначення будемо розглядати основні поняття інформаційної безпеки.

У Законі України “Про основи національної безпеки України” розглядаються основні напрями гарантування безпеки в інформаційній сфері, під якою часто розуміють інформаційну безпеку як складову національної безпеки України. Слід зазначити, що ці поняття не є тотожні за змістом. Під інформаційною сферою на змістовому рівні розуміється безпосередньо інформація та сфера її обігу. Тобто

безпека інформації – це стан захищеності інформації та сфер її створення, накопичення, зберігання, оброблення, розповсюдження і використання.

Плідними є визначення *інформаційної безпеки* сформульовані в колективній праці під загальною редакцією В. Б. Толубка (), а саме:

– такий стан інформаційної озброєності особистості, суспільства, держави, тобто озброєності їх знаннями, при якому досягається захищеність і реалізація їх життєво важливих інтересів і гармонічний розвиток незалежно від наявності внутрішніх і зовнішніх загроз;

– такий стан інформаційного забезпечення завдань національної безпеки, при якому досягається захищеність і реалізація життєво важливих інтересів, гармонічного розвитку й потреб в інформації особистості, суспільства, держави незалежно від наявності внутрішніх і зовнішніх загроз;

– стан інформаційного середовища, при якому гарантується його розвиток і використання в інтересах особистості, суспільства й держави;

захищеність від різного роду зовнішніх і внутрішніх загроз системи формування й поширення автоматизованих інформаційних ресурсів, яка забезпечує їхнє ефективне використання в інтересах громадян, суспільства й держави. У змістовному плані під інформаційною безпекою розуміється: по-перше, здатність держави, суспільства, соціальної групи забезпечити з визначеною імовірністю достатні і захищені інформаційні ресурси, надійність функціонування інформаційно-комунікативних систем в інтересах стійкого розвитку суспільства; по-друге, протистояти інформаційним небезпекам і погрозам, негативним інформаційним впливам на суспільну й індивідуальну свідомість, психіку людей, а також на інформаційні структури; по-третє, виробляти особистісні і групові навички і уміння безпечного поводження; по-четверте, підтримувати постійну готовність до адекватних мір в інформаційному протиборстві.

–

– До *суб'єктів* інформаційної безпеки відносяться: громадяни, громадські або державні організації які наділені повноваженнями гарантування інформаційної безпеки;

– державні органи здатні гарантувати інформаційну безпеку.

– *Об'єктами* інформаційної безпеки можуть бути окремі особистості, колективи, суспільство, держава, світове співтовариство.

Більшість авторів пропонують визначення двох основних видів інформаційної безпеки. (Богущ)

Інформаційна безпека особистості характеризується захищеністю психіки і свідомості від небезпечних інформаційних впливів: маніпулювання, дезінформування, спонукування до самогубства, образ і т. ін.

Інформаційна безпека суспільства, держави характеризується рівнем їхньої захищеності й, отже, стійкістю основних сфер життєдіяльності (економіки, науки, техносфери, сфери управління, військової справи, суспільної свідомості і т. ін.) стосовно небезпечних (дестабілізуючих, деструктивних, уражаючих інтереси країни й ін.) інформаційних впливів, причому як з упровадження, так і до викрадення інформації. Інформаційна безпека держави визначається спроможністю нейтралізувати такі впливи.

Необхідно зазначити, що інформаційні впливи небезпечні (або корисні) не стільки самі по собі, скільки тим, що “оживляють” потужні матеріально-енергетичні процеси, управляють ними. Сутність впливу інформації саме й полягає в її спроможності “оживляти” і контролювати матеріально-енергетичні процеси, параметри яких на багато порядків вище самої інформації.

Варто звернути увагу на принципову різницю в змісті зрозуміти “інформаційна безпека” й “безпека інформації”.

Безпека інформації – стан, що забезпечує захист інформації від загроз для неї (Держстандарт України. Технічний захист інформації. Терміни й визначення).

Системний підхід до інформаційної безпеки потребує визначення її суб'єктів, засобів і об'єктів, інформаційних загроз, джерел небезпеки, спрямованості

небезпечних інформаційних потоків. Наведемо такі визначення *інформаційної загрози*:

– такий інформаційний вплив (внутрішній або зовнішній), при якому створюється потенційна або актуальна (реальна) небезпека зміни напрямку або темпів прогресивного розвитку держави, суспільства, індивідів;

– небезпека заподіяння шкоди життєво важливим інтересам особистості, суспільства, держави шляхом інформаційного впливу на свідомість, інформаційні ресурси та інфосферу машинно-технічних систем;

– сукупність чинників, що перешкоджають розвитку й використанню інформаційного середовища в інтересах особистості, суспільства й держави.

Унікальною особливістю інформаційних загроз є те, що вони, з одного боку, являють собою самостійний клас загроз, а з іншого - є реалізаційною основою інших видів загроз на інформаційному рівні, а часто і їх першопричиною.

Джерела інформаційних небезпек можуть бути природними (об'єктивними) і навмисними. Перші виникають у результаті непередбачених помилок і несправностей, випадкових чинників, стихійних лих й ін.

Одна з найбільше поширених причин, які призводять до перекручування інформації в автоматизованих інформаційних системах, і як наслідок, до її втрати, участь спеціаліста в попередньому або підготовчому опрацюванні текстів-реферуванні, анотуванні, індексуванні, класифікації, кодуванні й в інших операціях, які стосуються змісту інформації, що оброблюється. У цьому випадку через суб'єктивізм і розходження в "тезаурусах" цих спеціалістів неможливо домогтися повної ідентичності при опрацюванні семантики близьких документів, у зв'язку з чим перекручування змісту й втрата інформації при пошуку – неминучі.

Джерелами навмисних загроз особистості, суспільству, державі, у тому числі й інформаційних, є конфліктні ситуації, викликані суперечностями, обумовленими розбіжністю відповідних інтересів (системи цінностей, цілей) суб'єктів або наявністю в однієї зі сторін стосовно іншої домагань, претензій або інших спонукувань до конфлікту.

Інтерес - це реальна причина соціальних дій, яка обумовлює безпосередні мотиви, помисли, ідеї та дії індивідів, соціальних груп і суспільства в цілому. (Ф.Е.Сл. С. 213.) Інтереси людей можуть бути представлені у вигляді певної системи, де вони посідають гідне їх місце. Залежно від сфери прояву говорять про економічні, політичні, моральні й інші інтереси. За характером віддзеркалених потреб вони виступають як матеріальні й духовні. Інтереси можуть носити універсальний характер, тобто охоплювати багато сфер людської діяльності, виступати як різнобічні.

Одним з найважливіших параметрів служить співставлення інтересів за суб'єктом (носієм). У цьому випадку ми можемо розглядати інтерес конкретної особистості, етносу (нації), класу (соціальної групи), держави, групи держав, людства як соціуму. Інтереси можуть бути: усвідомленими або неусвідомленими – у залежності від того, наскільки вони проникнули у свідомість; за ступенем відповідності реаліям часу – уявними (ілюзорними) або дійсними. У зв'язку з різною спрямованістю, що або сприяє загальному прогресу, або вступає з ним у суперечність, інтереси визначаються як прогресивні або консервативні (регресивні).

Часто в науковій літературі визначаються інтереси за їхньою масштабністю: індивідуальні, групові, національні, регіональні, глобальні. При цьому під глобальними (іншими словом - всесвітніми) інтересами вважаються ті, сферою яких є весь простір Землі. Тому їх ще інакше визначають як планетарні.

Аналіз інтересів передбачає пильну увагу до питання їхньої реалізації, а значить порівняння ролі й значимості одних стосовно інших, установлення їхньої соціальної ієрархії. Так, за своєю значимістю вони можуть виступати як життєво важливі, важливі, другорядні, периферійні й т.п.; якщо мова йде про часові параметри, те використовуються поняття близькі (найближчі) і далекі (перспективні); за рівнем стійкості – постійні й тимчасові.

Найбільш строката картина спостерігається при співставленні стосовно до безпеки інтересів за ступенем їхнього взаємозв'язку, глибиною і характером взаємодії. За даними критеріями можна виділити наступні різновиди інтересів:

конфронтаційні – прямо протилежні, взаємовиключаючі один одного, що нерідко закінчуються зіткненням їхніх суб'єктів; розбіжні інтереси –, що йдуть у розріз один з одним, досить суперечливі, але за ступенем суперництва (меншим за гостротою і глибиною ніж у попередніх) не доходять до прямої конфронтації; які не перетинаються, тобто не мають спільних точок дотику; асиметричні, що характеризуються відсутністю всякого руху сторін до об'єднання зусиль.

Із збільшенням точок дотику міняється і характер взаємодії інтересів. Наприклад, можуть існувати паралельні інтереси – коли відсутній антагонізм, однак при наявності близьких, однорідних цілей спостерігається прагнення до самостійного їх досягнення без узгодження з іншою стороною. Істотною рисою такого роду інтересів є можлива еволюція як убік їхньої розбіжності, так і до співробітництва.

Коли ми говоримо про співпадаючі інтереси, то маються на увазі близькі інтереси, але цей зв'язок, як правило, носить тимчасовий або частковий характер. Повна аналогія, граничний збіг дають нам право говорити про тотожні (ідентичні) інтереси. При наявності досить високого рівня співробітництва їхніх суб'єктів, узгодженості методів реалізації, такі інтереси набувають характеру спільних. Під взаємними (спільними) інтересами звичайно розуміються такі, реалізація яких однією із сторін відповідає інтересам іншої сторони.

Самими специфічними є загальні інтереси. Вони виступають як вищий ступінь взаємної гармонійності, подібності їхньої змістовної сторони в різних суб'єктів. Неодмінною умовою їхньої реалізації виступає єдність дій носіїв цих інтересів.

Вст відзначене дозволяє нам підкреслити безліч й специфічність інтересів, з одного боку, а з іншого – реальну можливість існування так званих загальнолюдських інтересів. Вони синтезують у собі декілька моментів, а саме: охоплюють практично всі сфери; виступають як корінні за своєю значимістю й глобальні за масштабом; як співпадаючі інтереси всіх людей, що живуть на Землі. Загальнолюдські інтереси – єдине в множині інтересів. Це об'єднуючий стрижень такого планетарного соціуму, як людство. Провідне місце серед

загальнолюдських інтересів займає безпека. Відразу слід відзначити, що монопольним правом виражати інтерес у безпеці не володіє жоден клас, жоден етнос, жодна держава або навіть група держав. У той же час кожен суб'єкт (особистість, соціальна група, соціальний інститут, держава й т.п.) турбується про гарантування своєї безпеки, яка обумовлює можливість його існування. Проте нині людство приходить до розуміння, що прагнення до гарантування безпеки одного суб'єкта за рахунок безпеки інших суб'єктів – дія нераціональна, оскільки призводить до руйнування загального балансу сил і загальної безпеки.

В історії людства підхід до гарантування безпеки був різним. Спочатку безпека гарантувалася за будь-яку ціну, частіше саме насильством. Це призвело до величезної кількості воєн і численних людських жертв і страждань людей протягом усієї історії. Людство пройшло довгий історичний шлях від численних проектів “вічного миру”, включаючи пропозиції про законодавчу заборону війни до розуміння необхідності створення регіональних і глобальних систем безпеки й т.п. Це ще раз переконує нас у тому, що безпека існування людства, як соціуму, є загальнолюдським інтересом, який складається з зацікавленості в безпеці великої кількості суб'єктів.

Для безпеки, як загальнолюдського інтересу (або глобальної проблеми), характерні наступні риси: забезпечення самого існування людства; відповідність інтересам суспільного розвитку; загальний гуманістичний характер; вихід за рамки окремих націй, класів, держав і т.п.; сприяння зміцненню єдності людства. Для кожного соціального суб'єкта існує певний набір критичних параметрів життєдіяльності, порушення яких призводить до самоліквідації суб'єкта (особистості, держави, суспільства, міжнародної організації й т.п.). Дані критичні параметри характеризують область його життєво важливих інтересів. Для кожного суб'єкта вони будуть різні, але серед них обов'язково буде присутня безпека в тому або тому вигляді. Для особистості, наприклад, це в першу чергу умови фізичного розвитку, здоров'я, волі, статку, можливості реалізувати себе й т. ін., для суспільства - це збереження своєї системи цінностей, історичної пам'яті,

соціокультурної ідентичності й т. ін., для держави - це збереження себе, як самостійного суб'єкта зовнішньої й внутрішньої політики.

Оскільки вищезгадані суб'єкти в процесі своєї життєдіяльності змушені вступати у взаємини із собі подібними, то можуть виникати ситуації які представляють для них певну загрозу. Правильне визначення зовнішніх і внутрішніх чинників, що представляють загрозу, посідає важливе місце в побудові системи безпеки.

У цілому логіка побудови системи безпеки соціального об'єкта може бути представлена наступним ланцюжком: визначення життєво важливих інтересів (потреб); виявлення потенційних і реальних загроз; створення системи й механізму функціонування безпеки; корегування її в процесі функціонування. Виходячи з предмету навчального посібника ми не станемо розглядати систему загроз національній безпеці держави, а зупинимось лише на загрозах в інформаційній сфері.

Унікальною особливістю інформаційних загроз є те, що вони, з одного боку являють собою самостійний клас загроз, а з іншого – є реалізаційною основою всіх інших видів загроз на інформаційному рівні, а найчастіше і їхньою першопричиною.

Основним джерелом *навмисних загроз* є об'єктивні і суб'єктивні суперечності духовних, інтелектуальних і матеріальних інтересів (системи цінностей, цілей) суб'єктів взаємовідносин, а також шляхів, форм і методів їх задоволення, які й породжують конфліктні ситуації. Прагнення усунення конфліктних ситуацій та інших суперечностей засобами інформаційного впливу ініціює інформаційну боротьбу. Успіху досягає та сторона, яка в боротьбі за досягнення своїх цілей більш ефективно використовує інформацію й канали інформаційного впливу. Це спостерігається на всіх рівнях: окремих особистостей, їхніх співтовариств, суспільства, держави й цивілізації в цілому.

Навмисні інформаційні впливи здійснюються свідомо і цілеспрямовано. При цьому часто використовуються засоби масової інформації, засоби радіоелектронного впливу, спеціальні програмні засоби для комп'ютерів тощо.

Основними підсистемами безпеки, виходячи з об'єктів захисту, є безпека особистості, держави і суспільства. Незважаючи на тісний взаємозв'язок цих підсистем між собою, слід пам'ятати, що суспільство – це сукупність визначених історично сформованих відносин у ході спільної діяльності людей, а держава є знаряддям політичної влади в суспільстві. Коли мова йде про суспільство українське, польське, російське і т.п. у вузькому розумінні даного слова (а в посібнику використовується якраз це розуміння даного поняття), то під суспільством розуміється конкретний вид суспільства з усіма його історичними, соціально-культурними й іншими особливостями. Безпека держави, на думку ряду дослідників, визначається характером її взаємодії з іншими державами з метою забезпечення національно-державних інтересів, найважливішими з яких є збереження себе як певної культурно-історичної цінності і захисту свого суверенітету [26. - С. 15 з дис пучк]. Підтвердженням цього є слова відомого англійського дипломата Г. Пальмерстона: "У нас немає вічних союзників і вічних ворогів. У нас є постійні, вічні інтереси, і ми їм повинні слугувати" [27. - С. 454]. Разом з тим, необхідно усвідомлювати той факт, що гарантування безпеки, це не ціль розвитку держави й суспільства, а непорушна умова .

Безпека однієї з підсистем не означає автоматично наявності такого ж рівня безпеки іншої. Їхні місця визначаються характером суспільних відносин, політичним устроєм суспільства і ступенем загроз. Нерідко між підсистемами виникають гострі протиріччя. Це відбувається, коли безпека однієї з них здійснюється за рахунок інших. Традиційно, особливо в минулі сторіччя, в такому особливому положенні виявляється безпека держави, що домінує над безпекою особистості і суспільства. Це відбувається з наступної причини. Безпека усіх вищезгаданих об'єктів значною мірою забезпечується державними соціальними інститутами. Це підтверджується фактами існування в реальному житті різноманітних законодавчих актів, інститутів контролю за їхнім виконанням, цілої системи силових державних структур і т.п. Цілком природно, що держава спрямовує діяльність своїх структур у першу чергу на уfhfyndfyuz своєї власної безпеки. Тут, напевно, нічого страшного немає, якщо це відбувається не за

рахунок серйозного зниження рівня безпеки особистості і суспільства. Влада і держава, що підпорядкували собі людину і суспільство в цілому за своєю природою нестабільні.

Держава в сучасному світі є засобом у руках суспільства, а не самоціллю. Безпека не може ототожнюватися лише з державою і тим більше з правлячим режимом або будь яким соціальним інститутом держави. Об'єктом патріотизму повинне бути суспільство, народ, а не держава чи окремі його інститути. Тому об'єктами забезпечення безпеки за пріоритетністю інтересів повинні виступати особистість, суспільство, держава. У правовому цивільному суспільстві найважливішу роль повинна грати саме суспільна безпека, у центр якої поставлені інтереси особистості й суспільства та їхній захист, у тому числі й від власної держави. У наш час у прагненні народів побудувати правову, демократичну державу і цивільне суспільство першочергового значення набуває особистість, а отже, і її безпека.

Людина має стати основною цінністю суспільства, досягнення цього можливе не тільки в результаті переорієнтації на людину всіх існуючих зв'язків і відносин, соціальних інститутів, але і при усвідомленні самою людиною відповідальності за якість і соціальний сенс життя. Забезпечення безпеки особистості (людини) виходить за межі власної підсистеми, підключаючи до цього процесу підсистеми забезпечення безпеки держави й особливо суспільства. Особливого значення це набуває в умовах трансформаційних процесів, які здійснюються у сучасних суспільствах.

Зростає роль суспільної безпеки, у центр якої поставлені інтереси суспільства, а не держави, тим більше, коли мова йде про побудову цивільного суспільства. З огляду на традиційні загрози безпеці суспільства ззовні, що приводять до воєн і військових конфліктів, немаловажне значення мають і соціальні процеси, що відбуваються в самому суспільстві. Досить часто на них звертають увагу тоді, коли суспільство підходить до передкризового стану.

Безпека суспільства являє собою гарантовану, у тому числі інституціонально, здатність його вчасно розпізнавати й оцінювати всі погрози і

вживати заходів по їх відображенню або оптимальному зниженню з урахуванням поточних можливостей країни .

Суспільство створює поряд з такими соціальними інститутами як родина, релігія, держава і т.п. систему своєї власної безпеки. Інакше воно просто буде соціально не життєздатне. З цього погляду система безпеки – є продукт конкретного суспільства, у якій відбивають його специфічні риси. При її розгляді важливо зрозуміти, що жодна соціальна система не виникає на порожньому місці. Вона використовує матеріал для свого становлення від попередніх систем або систем існуючих поруч з нею.

Взаємодія системи безпеки із соціальним середовищем являє собою процес обміну інформацією, що носить перемінний характер. Суперечності (боротьба) чергуються періодично зі співробітництвом (сприянням). Якщо зовнішні суперечності протікають між системою безпеки і середовищем, то внутрішні - між елементами самої системи. Часто підсилює ці суперечності факт створення дублюючих один одного соціальних інститутів, що призводить до небажаних фінансових витрат і "боротьбі" цих інститутів за своє виживання. Це викликає необхідність наявності такої важливої характеристики, як гнучкість системи. На практиці це виглядає наступним чином. Спочатку складається функціонуюча модель (умовно дослідний зразок) системи безпеки, що забезпечує мінімальний рівень захисту для існування якого-нібудь об'єкта (особистості, держави і т.д.). Потім відбувається процес удосконалювання елементів і системи в цілому. На визначеному етапі свого існування окремі елементи або навіть уся система безпеки реалізує свої можливості. У подібних випадках відбувається модернізація системи, у крайньому випадку, її зміна.

В сучасних умовах надзвичайно важливого значення набирають проблеми інформаційно-психологічної безпеки особистості і суспільства як складової інформаційної безпеки держави. Новітні інформаційні технології, сучасні інформаційні і психологічні форми і способи впливу на особистість і суспільство все більше і більше знаходять своє застосування не тільки в період підготовки і в ході бойових дій (операцій), а й стають невід'ємною частиною повсякденного

життя. Застосування сучасних технологій і способів маніпулювання масовою свідомістю сьогодні можна спостерігати в ході передвиборчих кампаній, у рекламній сфері, в діяльності різного роду екстрасенсів, магів, чаклунів тощо.

Культ жорстокості, насильства, порнографії, який сьогодні пропагується у засобах масової інформації, особливо на телебаченні і в комп'ютерних мережах, приводить до неусвідомленого бажання підлітків і молоді наслідувати цьому, сприяє закріпленню подібних стереотипів поведінки в їхніх власних звичках і способі життя, знижує рівень граничних обмежень і правових заборон, появи негативних норм поведінки у суспільстві, що, в свою чергу, відкриває шлях до втрати морально-ціннісних установок, веде до правопорушень.

Однією з характерних тенденцій, що склалася в сучасних умовах не тільки в Україні, а й у світі - це випереджальний розвиток форм, способів, технологій і методик впливу на свідомість (підсвідомість), психологію і психічний стан людини у порівнянні з організацією протидії негативним, деструктивним психологічним впливам, інформаційно-психологічним захистом особистості і суспільства в цілому.

Попередній аналіз розробленості цієї проблематики свідчить про те, що в сучасній науковій літературі значне місце знаходять публікації про сутність і зміст негативного інформаційно-психологічного впливу, його основні види, форми і способи, проблеми забезпечення інформаційної безпеки держави в контексті протидії інформаційним впливам і операціям. Науково-теоретичні проблеми інформаційних війн і сучасні методологічні проблеми інформаційної безпеки держави у контексті протидії інформаційним війнам стали предметом наукового пошуку і викладені у монографіях і наукових працях В.М.Богуша, В.Б. Толубка, Г.Г. Почепцова, О.В. Литвиненка, А.О. Рося, О.К.Юдіна і багатьох інших вчених.[1] Разом з тим, проблеми інформаційно-психологічної безпеки, захисту особистості і суспільства від негативного інформаційно-психологічного впливу до цього часу залишаються поза увагою провідних українських вчених і аналітиків.

З проголошенням Україною державної незалежності проблемам захисту національного інформаційного простору, протидії інформаційним загрозам належної уваги не надавалось. Ці питання на державному рівні почали розглядатись лише протягом останніх років.

31 жовтня 2001 року прийнято рішення Ради національної безпеки і оборони України "Про заходи щодо вдосконалення державної інформаційної політики та забезпечення інформаційної безпеки України", яке було уведено в дію Указом Президента України №1193/2001 6 грудня 2001 року.

Указом Президента України передбачалось у двомісячний термін подати на розгляд Верховної Ради України проект Концепції національної інформаційної політики та інформаційної безпеки України, розробити заходи щодо оптимізації системи державних органів, які реалізують інформаційну політику, забезпечивши чітке розмежування повноважень і налагодження їх взаємодії та координації, створення організаційної структури системи забезпечення інформаційної безпеки, проаналізувати виконання Національної програми інформатизації, переглянути проекти програм в інформаційній сфері, які фінансуються з Державного бюджету України, вжити заходів щодо першочергової реалізації та повноцінного фінансування найактуальніших із них. Крім того, поставлено низку інших важливих завдань відповідним міністерствам і відомствам у сфері забезпечення інформаційної безпеки України.

Разом з тим, проблема інформаційно-психологічної безпеки особистості і суспільства як складова інформаційної безпеки держави на сьогодні ще не знайшла відповідного рішення. Не визначені критерії виявлення деструктивної, негативної інформації, порядку і способів проведення експертизи з цих проблем. Сьогодні в Україні відсутня Концепція інформаційної безпеки, механізми реалізації інформаційно-психологічної безпеки особистості і суспільства.

Під інформаційно-психологічною безпекою особистості і суспільства розуміється стан захищеності психіки людини від негативного впливу, який

здійснюється шляхом упровадження деструктивної інформації у свідомість і (або) у підсвідомість людини, що приводить до неадекватного сприйняття нею дійсності. Мова йде про можливі деформації системи масового інформування і поширення дезінформації, які ведуть до потенційних порушень суспільної стабільності, про завдання шкоди здоров'ю і життю громадян у наслідок пропаганди чи агітації, що збуджують соціальну, расову, національну чи релігійну ненависть і ворожнечу, про діяльність тоталітарних сект, що пропагують насильство і жорстокість.[2]

Інформаційно-психологічна безпека особистості і суспільства є складовою частиною інформаційної безпеки держави і має займати особливе місце в державній політиці по її забезпеченню. Ця особливість визначається специфікою загроз і їхніх джерел, особливим характером принципів і задач державної політики у цій сфері.

Потенційними джерелами деструктивного інформаційно-психологічного впливу можуть бути:

джерела масового інформування;

релігійні й інші групи і організації деструктивної спрямованості;

програми для комп'ютерів;

генератори фізичних полів і випромінювань;

геопатогенні зони (території і місцевості, що мають природний деструктивний вплив на психічний стан людини);

антропогенні зони (території, де раніше проводились масові знищення і (або) поховання людей), що здійснюють негативний вплив на психофізіологічний стан людини.

Серед основних загроз інформаційно-психологічній безпеці особистості і суспільства можна було б визначити наступні:

заподіяння шкоди психофізіологічному здоров'ю людини;

блокування на неусвідомлюваному рівні волі, волевиявлення людини, штучне прищеплення їй синдрому залежності від зовнішніх впливів;

розробка, створення і застосування спеціальних технічних і програмних засобів для неусвідомленого деструктивного впливу на психіку людини;
маніпулювання суспільною свідомістю з використанням спеціальних засобів і технологій впливу;
негативний вплив на психофізіологічний стан людини геопатогенних і антропогенних зон;
руйнування інформаційного і духовного простору держави, традиційних підвалин суспільства і суспільної моральності.

В сучасних умовах спостерігається активна розробка і впровадження форм, способів і технологій інформаційно-психологічного впливу на індивідуальну, групову і масову свідомість. До таких джерел, каналів і технологій впливу на свідомість, психологію і поведінку людини можна було б віднести: засоби масової інформації і спеціальні засоби інформаційно-пропагандистської спрямованості; глобальні комп'ютерні мережі і програмні засоби швидкого поширення в мережах інформаційних і пропагандистських матеріалів; засоби і технології, що нелегально модифікують інформаційне середовище, на підставі якої людина приймає рішення; засоби створення віртуальної реальності; чутки, міфи і легенди; засоби підпорогового семантичного впливу; засоби генерування акустичних і електромагнітних полів.[3]

Найбільш важливими об'єктами інформаційно-психологічного впливу в сучасних умовах є індивідуальна і масова свідомість. Для особистості головними системотворними якостями є цілісність (тенденція до стійкості) і розвиток (тенденція до зміни). При руйнуванні або перекручуванні цих якостей особистість перестає існувати як соціальний суб'єкт. Це означає, що будь-які інформаційно-психологічні впливи на особистість повинні оцінюватись з позицій збереження чи руйнування її як цілого.

Інформаційно-психологічні впливи на індивідуальну свідомість можуть призвести до двох видів взаємозалежних змін.

По-перше, це зміни психіки, психічного здоров'я людини. Оскільки у разі інформаційних і психологічних впливів важко говорити про межі норм і патологій, то показником змін можуть бути втрата адекватності відображення у свідомості і своєму ставленні до об'єктивної дійсності. Можна говорити про деградацію особистості, якщо форми відображення дійсності спрощуються, реакції грубішають і здійснюється перехід від вищих потреб (у самоактуалізації, соціальному визнанні) до нижчих (фізіологічних, побутових).

По-друге, це зрушення у цінностях, життєвій позиції, світоглядних орієнтирах особистості. Такі зміни можуть спричинити антисоціальні вчинки і становлять небезпеку вже для всього суспільства і держави, особливо якщо подібні негативні зрушення відбуваються у лідерів впливу.

Масова (суспільна) свідомість формується насамперед в процесі історичного розвитку нації, народності, великої соціальної групи і потім уже внаслідок інформаційно-психологічних впливів. Проте інформаційно-психологічні впливи можуть істотно змінювати масову свідомість і поведінку великих соціальних груп.

Велика соціальна група - кількісно не обмежена соціальна спільнота, яка має стійкі цінності, норми поведінки і соціально-регулятивні механізми (партії, етнічні групи, виробничо-галузеві і громадські організації). Соціально-психологічними регуляторами життєдіяльності великих груп є: групова свідомість, менталітет, звичаї, традиції тощо. Велика група характеризується визначеним психічним складом, має групову психологію.

У кожній великій групі формується групова свідомість (етнічна, національна, релігійна), що є системою групових ідеалів, ціннісних орієнтацій, емоційних переваг. Групова свідомість буває класовою, національною, релігійною тощо. Окремі стереотипні елементи свідомості переходять у сферу групової підсвідомості ("класове чуття", національна ворожість). Ці групові фактори істотно впливають на формування відповідного типу особистості – типових представників класу, партії, нації і т.п. Ці особистості стають носіями групових

засад і стереотипів, зразків поведінки, які враховуються і використовуються при здійсненні інформаційно-психологічного впливу.

Форми і способи захисту від деструктивного інформаційно-психологічного впливу на великі маси людей мають бути темою окремого дослідження на конкретному історичному фоні, за умов глибокого аналізу інформаційної ситуації, врахування історичних, економічних, національно-етнічних, політичних особливостей розвитку великої соціальної групи.

Важливою особливістю інформаційно-психологічних впливів є те, що їх негативний характер може не помічатись і не усвідомлюватись самою людиною.

Система інформаційно-психологічної безпеки особистості і суспільства має забезпечити захист від внутрішніх негативних інформаційних і психологічних впливів, підривної закордонної пропаганди, нейтралізувати або значно послабити довготривалий вплив іноземних і внутрішніх деструктивних інформаційних дій та гарантувати психологічний і психічний стан людини. Ця система може здійснювати захист лише від тих загроз, проти яких вона спрямована. Вона принципово неспроможна забезпечити надійний захист від методів спеціальних інформаційних операцій. Саме через спеціальний, надзвичайний характер цих операцій для протидії їхнім наслідкам потрібний окремий підхід, спеціальні дії щодо їх нейтралізації.[4]

Поряд з традиційними методами управління суспільством, колективами і окремими особистостями (адміністративно-організаційними, економічними, соціально-психологічними і правовими) все більше розповсюдження знаходить метод централізованого впливу на широкі верстви населення – метод інформаційного управління. А одним із основних постулатів теорії управління є положення, згідно якому еволюції у масовій свідомості досягнути набагато простіше, ніж здійснити революційні зміни.[5]

Сьогодні існують різні підходи до визначення інформаційної безпеки держави. Таким чином пропонується під інформаційною безпекою держави розуміти стан захищеності національних інтересів (життєво важливих інтересів

особистості, суспільства і держави) в інформаційній сфері від внутрішніх і зовнішніх загроз.

Особливість негативних інформаційно-психологічних впливів на особистість і суспільство у контексті інформаційної безпеки держави полягає в тому, що вони можуть бути виявлені лише в результаті спеціальної експертизи, відповідних наукових досліджень, постійного моніторингу інформаційного простору. Для виявлення небезпеки і потенційних загроз, які мають, як правило латентний характер, повинні розроблятися і використовуватися спеціальні стандарти безпеки – затверджені у встановленому порядку параметри інформаційно-психологічного впливу, які не викликають негативних наслідків для психіки людини, сформованих у суспільстві стандартів моралі, духовних ідеалів і цінностей.

3. Інформаційна війна: сутність і зміст

На сьогодні у вітчизняній науці остаточно ще не визначені єдині концептуальні погляди на проблеми інформаційної боротьби, а також на інформаційно-психологічне протистояння в цілому. Справа в тому, що феномен інформаційно-психологічного забезпечення застосування воєнної сили в сучасних умовах є надзвичайно складним за своєю структурою і потребує постійного вивчення і узагальнення.

За поглядами американських фахівців, про що свідчить також і практика локальних війн і збройних конфліктів, складовими інформаційної боротьби, яка поступово приходить на заміну психологічних операцій, включає в себе наступні види діяльності: радіоелектронну боротьбу; психологічні операції; оперативне маскування; фізичне знищення елементів інформаційної інфраструктури; програмно-математичний вплив на комп'ютерні мережі (комп'ютерна атака); спеціальні інформаційні операції.¹ Крім того, американські фахівці інформаційної боротьби надають сьогодні велике значення постійному розвитку і вдосконаленню інформаційного ресурсу, моніторингу інформаційного простору, прогнозуванню і моделюванню розвитку подій.

Наприкінці ХХ століття серед американських вчених і практиків існувало декілька підходів до розуміння суті інформаційної війни та інформаційного

протиборства.ⁱⁱ Найбільш авторитетними фахівцями в цій галузі вважаються Джон Агуала і Девід Ронфельдт, які умовно поділили інформаційну війну на “мережну війну” і “кібер-війну”. J. Jarguilla and D. Ronfeldt, *Power and Grand Strategy in Athena’s Camp, Information Revolution and National Security*, Washington, Center for Strategic and International Studies, 1996.

ⁱⁱⁱ За їх поглядами, “кібер-війна” полягає в досягненні інформаційної переваги над противником, в той час як метою “мережної війни” є боротьба за свідомість людей, порушення чи зміна їх уявлення про себе і оточення.

Д. Агуала і Д. Ронфельдт відомі також своїм порівнянням інформаційної війни з тактичною “зміною небажаного керівництва”, яку використовували в XIII ст. монголи з метою контролю над переважаючим чисельно ворогом на величезній окупованій території. Це було можливо завдяки наявності розгалуженої мережі інформаторів, які швидко доводили інформацію до адресата. В цьому контексті теоретично можливий сценарій постіндустріального “бліцкрига”, коли через вплив на найважливіші “нервові центри” противника йому може бути нанесена рішуча і безкровна поразка. При цьому рівень технічного розвитку значення не має. J. Jarguilla and D. Ronfeldt, *Power and Grand Strategy in Athena’s Camp, Information Revolution and National Security*, Washington, Center for Strategic and International Studies, 1996.

Інша група американських теоретиків інформаційної війни – Джордж Штейн, Річард Шифранський, Оуен Йенсен, які асоціюються з університетом ВПС США, (військово-повітряна база Максвелл (штат Алабама), називає інформаційну війну новою сферою конфлікту, в якій інформація і знання самі по собі є зброєю і метою. За їх думкою нові інформаційні технології дозволять атакувати свідомість противника, перетворювати реальність в фікцію і навпаки. Szafranski, *A Theory of Information Warfare: Preparing for 2020*, *Airpower Journal*, 9 (1995), p.58.

На відміну від Д. Агуали і Д. Ронфельдта вони вважають, що інформаційна війна – це більш високо розвинута в технічному відношенні, більш складна форма психологічних операцій і пропаганди, яка спрямована на масову аудиторію.

Спільним в цих концепціях є необхідність стратегічного інформаційного домінування, видозміни інформації в своїх інтересах, контроль знань і розуміння ситуації серед військ і населення противника, в ідеалі без його відома.

Серед американських теоретиків інформаційної війни відомий також Мартін Лібіцкій, який обґрунтовує доцільність поєднати теорію і практику інформаційного протиборства. Він, зокрема, наголошує, що мережа супутникових, повітряних, наземних, морських датчиків буде слідкувати за всіма діями, що відбуваються на планеті. Датчики будуть зведені в єдину мережу користувачів, які будуть здійснювати глобальний контроль за всією військовою і іншою діяльністю. Таким чином, за його думкою, всілякі агресивні дії будуть відслідковуватись на самих ранніх стадіях.

^{iv} Martin Libicki. The Emerging Primacy of Information, Orbis, 40 (Spring 1996), -p.61-76.

Якщо така ідея цифрового театру воєнних дій стане реальністю, то командири різних рівнів далеко від зони реальних бойових дій зможуть отримувати на своїх моніторах повну картину бою. В цих умовах звичайний піхотинець перетвориться в зразок фантастичного термінатора. Він буде отримувати накази не через польовий телефон, а через супутник. За допомогою мініатюрного комп'ютера він буде постійно слідкувати за діями противника, володіти всією необхідною інформацією про нього. **Россия (СССР) в локальных войнах и вооруженных конфликтах второй половины XX века / Под ред. В.А.Золотарева. - М.: Кучково поле; Полиграфресурсы, 2000. – С.460.**

^v

Ці та деякі інші погляди американських вчених були покладені в основу концепції інформаційної війни і інформаційних операцій. Згідно директиви міністерства оборони США S-3600.1 від 9 грудня 1996 р., інформаційна війна визначається як інформаційна операція, яка здійснюється під час кризи чи конфлікту для досягнення відповідних цілей по відношенню до противника. Інформаційна операція – це заходи, які вживаються з метою здійснення впливу на

інформацію і інформаційні системи противника і захисту своєї інформації і своїх інформаційних систем [Department of Defense Directive S-3600.1 approved 9, Dec.1996.](#)

Існує і інше визначення міністерства оборони США, яке не передбачає наявність конфлікту. Інформаційна війна – це дії, які вживаються є метою досягнення інформаційної переваги для підтримання національної воєнної стратегії шляхом впливу на інформацію і інформаційні системи противника, захисту своєї інформації та власних інформаційних систем. В інформаційній війні основною зброєю є інформація, засоби інформації і інформаційні технології, які використовуються для широкомасштабного, цілеспрямованого і прихованого впливу на інформацію і військові (цивільні) інформаційні системи противника з метою підризу їх боєздатності і боєготовності. [Доктрина інформаційних операцій ЗС США, жовтень 1998р., офіційна відкрита публікація Комітету начальників штабів.](#)

Сьогодні під терміном “інформаційна війна” в США розуміється комплексний вплив на систему державного та воєнного управління супротивної сторони, її політичне та воєнне керівництво, який ще за мирних часів призводив би до прийняття сприятливих для США рішень, а під час ведення війни повністю паралізував би структуру управління противника. Одночасно з наступальним впливом інформаційна боротьба передбачає забезпечення надійного захисту національної інфраструктури США В. Гудим, Наука і оборона, 1-2 –2002, -С.14.

Інформаційна боротьба природно передбачає як наступальні дії, так і оборонні. Аналіз сучасних локальних війн і збройних конфліктів, (операцій військ НАТО проти Іраку “Буря в пустелі” 1991 р., “Союзницька сила” 1999 р. в Югославії, антитерористичної операції США в Афганістані) свідчить про те, що на сьогодні в практиці інформаційно-психологічного протиборства переважає наступальний компонент. Окремі елементи інформаційного протиборства, які можна було б, на наш погляд, розглядати як оборонні, це інформаційно-пропагандистська діяльність Дж. Дудаєва під час першої чеченської кампанії Російської Федерації

проти Чечні в 1994-1996 рр. Протидія воєнно-політичного керівництва Іраку інформаційно-психологічному забезпеченню застосування коаліційних військ

Стосовно правомірності існування терміну "інформаційна війна" існують різні погляди, у тому числі й протилежні. Можна сприйняти за робоче наступне визначення війни: складне суспільно-політичне явище, що включає сукупність різних форм боротьби (політичної, економічної, збройної, інформаційної, психологічної й ін.), що ведуть між собою держави або коаліції держав

Поряд з цим у пресі, зокрема військовій, сучасна війна часто трактується, як холодна, дипломатична, економічна, технічна, комп'ютерна, інформаційна, торговельна, психологічна війни. Очевидно, у повному розумінні слова їх не можна ототожнювати з власне війною. За своїм змістом і суттю ці явища являють собою вирішення суперечностей у стосунках між окремими державами, коаліціями держав, які всебічно підготовлені, здійснюються за узгодженим та раніше розробленим планом із застосуванням вискоелективних технічних, дипломатичних економічних та інших засобів. Використання збройних сил для досягнення визначених цілей військовим шляхом – явище історичне. За всіх часів воно було зв'язано з війнами, військовими або збройними конфліктами і їх специфічним змістом - збройною боротьбою. Для досягнення поставлених політичних цілей у війні застосовувалися різні засоби – економічні, дипломатичні, збройні сили, психологічні й інші – і відповідні їм форми боротьби. Військову силу застосовували здебільшого політики, коли вони допустили помилки й засоби не збройної боротьби вже не забезпечували бажаного результату. Багаторазово змінювалися методи збройної боротьби, їх зміст і значущість. Однак за всіх часів головною рушійною силою воєн була зброя. Таким чином, збройна боротьба і війна розглядалися як тотожне явище.

Сучасний етап науково-технічного розвитку, інформатизація всіх сторін громадського життя породили справжню революцію у військовій справі. Концепція тотальної війни, що збереглася в основі стратегічних настанов багатьох держав світу, історично себе вичерпала. Подальше широкомасштабне використання зброї проти армій і народів у сучасних війнах веде до глобальної

катастрофи, загибелі цивілізації і навколишнього середовища. Є серйозні підстави стверджувати, що світ вступає в смугу воєн нового покоління, спрямованих не стільки на безпосереднє знищення противника, скільки на досягнення політичних цілей війни без застосування масових армій. При цьому збройна боротьба перестала бути неодмінним атрибутом ведення війни.

У всесвітній історії відомо чимало прикладів, коли війни існували, але збройна боротьба не велася. І все-таки цілей війни одна з протиборчих сторін досягала. Ще в стародавні часи було з'ясовано, що будь-які цілі війни завжди досягаються простіше і з меншими затратами своїх сил, засобів і втрат, коли противник втрачає здатність до опору. Питання про здатність або нездатність до опору вирішується здебільшого в боротьбі на інформаційному полі. Але в більшості минулих воєн противники вели боротьбу із закритими інформаційними полями. І все-таки за всіх часів були війни, коли воля й бажання до опору в однієї зі сторін були втрачені ще до початку бойових дій. Як наслідок цього перемогу здобувала інша сторона за незначних бойових дій або ж зовсім без них. Але це були, так звані, дивні війни. Зазвичай, у них одній зі сторін удавалося зруйнувати або серйозно дезорганізувати інформаційне поле противника ще до початку збройної боротьби. У цьому випадку вирішальну роль відігравали інші форми ведення війни, зокрема й інформаційно-психологічні операції. Ще приблизно 500 років до нашої ери китайський полководець Сунь-Цзи у своєму “Трактаті про військове мистецтво” писав: “У всякій війні, як правило, найкраща політика зводиться до захоплення держави цілісною: зруйнувати її значно легше. Взяти в полон армію противника краще, ніж її знищити... Одержати сотню перемог у сотні боїв - це ще не межа мистецтва. Скорити противника без бою – от вінець мистецтва.” [Сунь Цзи. О войне // Конрад Н. Синология, -М.:1994, -С.318.](#)

Залежно від сукупності засобів, форм і методів, які використовують воюючі сторони для досягнення поставленої мети, розрізняють два способи ведення війни: летальний і нелетальний. За летального способу ведення війни як одна з

форм протиборства обов'язково наявна збройна боротьба, спрямована на фізичне знищення противника..

Надто важлива обставина, пов'язана з різними способами ведення війни, - обов'язково наявність їх інформаційно-психологічної складової, котра неодмінно є обов'язковим атрибутом поряд з давно відомими формами боротьби. Варто зазначити, що ця складова присутня в політичній, дипломатичній, економічній і власне збройній боротьбі. Причому масштаби інформаційно-психологічного впливу у всіх складових формах боротьби зростають безупинно.

Нова роль інформаційного поля й інформаційних засобів зумовила серію нетрадиційних воєн уже не як виняток. У сучасних умовах проведення інформаційно-психологічних операцій перед збройною боротьбою стало традиційним. Особливо “уважними” до збройної боротьби стали “цивілізовані” країни, що відпрацювали технології ведення нетрадиційних воєн. Вони застосовують збройну боротьбу лише за такого співвідношення сил, за якого не тільки ризик поразки цілком виключений, але й виключені великі втрати, тобто питання війни вирішуються на принципах ринкової ідеології: війна має бути прибутковою.

Про те, що настає епоха інформаційних воєн, у яких політичні цілі досягаються не за допомогою прямого збройного втручання, а через застосування інших форм насильства, підриг могутності противника зсередини, свідчить “холодна війна”. Саме в ній США здобули перемогу над СРСР без боїв і кровопролиття. Її підсумком став розвал світової системи соціалізму, розпад Організації Варшавського договору. Відбулися великомасштабні геополітичні зрушення, перегрупування сил, коаліцій і союзів, зміна політичних режимів, виникло близько 30 нових держав. За наслідками зміни вигляду світу “холодна війна” не тільки порівнянна з двома минулими світовими війнами, але і перевершує них.

Суть інформаційної війни яка в сучасну епоху становить надзвичайну загрозу національній безпеці будь-якої держави є у досягненні будь-якою державою (групою держав) переваги в інформаційній сфері

Така перевага дозволяє з досить високим ступенем точності моделювати с поведінку противника и впливати на нього в явній або скритій формі. Можна бути переконаними, що країни, які програли інформаційну війну, програли її «назавжди», оскільки усі їхні кроки щодо реваншу вимагають самі по собі колосальних матеріальних й інтелектуальних затрат та будуть контролюватись і нейтралізуватись переможцем.

Операції інформаційної війни не обов'язково здійснюють тільки збройні сили і вони не обов'язково спрямовані проти військових об'єктів. Інші урядові відомства, агентства, промислові й комерційні структури, також приймають у них участь і самостійно здійснюють інформаційні операції, які суттєво впливають на хід і результати конфлікту

Такі операції об'єднуються поняттям «інформаційна війна» або «інформаційна боротьба». Це означає, що кожна доросла військова чи цивільна людина приймає участь у інформаційній війні або боротьбі в тій або в тій формі., Це робить зрозумілим визначення західних спеціалістів визначення інформаційної війни як «війни кожного з кожним» Таким чином, інформаційну війну можна визначити як комплекс – заходів і операцій, що проводяться збройними силами та іншими організаціями в інтересах національної безпеки своєї держави і спрямованих на гарантування інформаційної переваги над супротивником.

Інформаційна війна розширює простір ведення війн, який раніше обмежувався великими висотами у стратосфері і значними глибинами у світовому океані. Початок інформаційної війни неможливо визначити точно: вона ведеться як під час бойових дій, так і в мирних умовах, і кризових ситуаціях без офіційного оголошення. Та чи інша країна отже стати об'єктом інформаційного впливу, навіть не підозрюючи про це.

В такій війні відсутня лінія фронту, здійснення багатьох операцій інформаційної війни практично неможливо виявити. Якщо такі факти і фіксуються, то вони з великою вірогідністю залишаються анонімними. Будь які міжнародні юридичні і моральні норми ведення інформаційної війни повністю відсутні

Невисока вартість технічних засобів, які використовуються в інформаційній війні, суттєво розширюють коло її учасників. Ними можуть бути коаліції держав, окремі держави їхні органи розвідки, спецслужби) кримінальні, терористичні, наркобізнесові угруповання, комерційні фірми і навіть безвідповідальні особи, що діють без злочинних намірів.

Усі форми інформаційної війни мають за мету вплив на інформаційну інфраструктуру супротивника, його інформаційні системи і ресурси для спотворення інформації, що передається, позбавлення його можливості отримання нової інформації або фізичного знищення його інформаційних засобів. Окрім цього до неї відносяться заходи щодо захисту інформації власних збройних сил (структур управління ними) від аналогічних дій супротивника..

У програмах Університету національної оборони США виділяються наступні форми інформаційної війни.

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

Радіоелектронна боротьба (РЕБ); у певному розумінні завжди була інформаційною війною. Так, створення завад радіолокаційними засобам супротивника позбавляло його інформації про бойові дії авіації і напрями ударів балістичних ракет Але останні досягнення в інформаційних технологіях ускладнюють створення завад радіоелектронним засобам та перехоплення його інформації.

Операціям РЕБ щодо порушення роботи систем і мереж супротивника шляхом створення активних завад або фізичного руйнування найбільш важливих їхніх компонентів повинні передувати розвідка й аналіз їх структури та призначення. Повинні бути виявлені, наприклад, найбільш важливі вузли мереж зв'язку, вплив на які порушить всю систему Замість фізичного руйнування таких

вузлів іноді виявляється більш доцільним тільки погіршення якості їхнього функціонування.

Наприклад, виведення з ладу найбільш захищених наземних ліній провідного зв'язку супротивника змусить його перейти на радіозв'язок, канали якого легко контролювати, або вести передачу зі зниженими швидкостями, що збільшить час, необхідний для прийняття рішення про відповідні дії. Так було в період воєнних дій проти Іраку в зоні Перської затоки. Збройні сили Іраку готувалися й навчалися веденню війни в стилі, близькому до бойових дій часів Другої світової війни, і не були готові до ведення інформаційної війни.

У якості заходу захисту від перехоплення й розкриття стратегічно важливої інформації супротивником в інформаційній війні буде широко застосовуватися криптографічний захист важливої інформації, хоча багато фахівців вважають, що постійна боротьба між розроблювачами криптосистем й криптоаналітиками ніколи не скінчиться.

Психологічна війна складається із проведення різних психологічних операцій, що мають за мету:

перекручування одержуваної політичним керівництвом, командуванням й особовим складом збройних сил супротивника інформації;

нав'язування їм помилкової або беззмістовної інформації, що позбавляє їх можливості правильно сприймати події, бойову обстановку й приймати вірні рішення

психологічну обробку військ і населення;

ідеологічні диверсії й дезінформацію;

підтримку сприятливої суспільної думки;

організацію масових демонстрацій під потрібними гаслами;

пропаганду й поширення неправдивих чуток.

Використання засобів розвідки в інформаційній війні означає широке застосування різних систем і датчиків для спостереження й контролю обстановки на полі бойових дій. Для керування бойовими діями й наведенням зброї на цілі

сучасні армії розробляють схеми використання інформації від датчиків у реальному (або близькому до реального) режимі часу.

Операції інформаційної війни спрямовані проти таких датчиків, можуть вивести з ладу вогневі засоби. Але велика розмаїтість типів датчиків (від класичних до тих, що встановлюються піхотою), і широкий діапазон частот їхніх сигналів (від звукових до частот інфрачервоного випромінювання), істотно утрудняють проведення таких операцій.

Нові розробки розширюють можливості одержання й використання інформації від датчиків. Одні системи датчиків будуть видавати інформацію : про все, що вони виявлять у зоні спостереження, а інші, з підвищеною чутливістю й гнучкістю, будуть діяти по конкретним цілям.

Об'єднання значної кількості таких датчиків у єдину мережу створить оптимальні можливості для взаємодії родів військ і навіть збройних сил різних країн.

Війна з хакерами. Масові дії хакерів розпочались біля 15 років тому. Але дії перших хакерів, які були в основному аматорами, можна вважати відносно нешкідливими, хоча у пресі їм приписувалися події, до яких вони не мали ніякого відношення.

. Пізніше з'явилися кваліфіковані й висококваліфіковані. хакери, що діяли зі злочинними намірами (пошук інформації, яку можна продати, отримання доступу до таємної військової інформації).

Для визначення уразливості військових комп'ютерних систем і мереж управління інформаційними системами міністерство оборони США провело протягом двох років перевірку 8932 військових систем із застосуванням методів і засобів проникнення в них, які використовуються хакерами-любителями. У результаті 88% військових комп'ютерних систем були незахищеними від зовнішнього проникнення. Збільшення кількості вторгнень у корпоративні, фінансові й військові інформаційні системи свідчать про те, що хакери становляться з часом все більш небезпечними. Приклади небезпечних дій хакерів відомі майже кожному.

Кібернетична війна – це війна в кібернетичному (віртуальному) просторі з використанням кібернетичних засобів. Це специфічна, вища форма інформаційної війни, що як би включає в себе всі інші її форми, але виключає звичайні воєнні дії. Тому неправильно називати кібернетичною війною звичайні воєнні дії з використанням операцій, методів і засобів інформаційної війни. Кібернетична війна це концепція ведення війни з використанням моделей й імітації. Тому що багато цілей, проти яких проводиться операція. інформаційної війни, не існують фізично, вони можуть бути представлені тільки моделями. Розробка таких високоточних моделей є однією з функцій кібернетичної війни. Ці моделі повинні відбивати всі аспекти фактичної війни в реальному часі.

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

Операції й засоби інформаційної війни будуть усе більш широко застосовуватися для імітаційного моделювання, від індивідуального навчання особового складу до проведення широкомасштабних навчань і планування воєнних операцій. Теоретично за допомогою моделювання й імітації бойових дій у кібернетичному просторі можна довести, що одна зі сторін, що беруть участь у конфлікті, зазнає неминучої поразки. Це означало б, що відпадає необхідність ведення фактичних бойових дій. Однак для цього необхідно згода конфронтуючої сторони з такими результатами моделювання, що нереально. Тому чиста кібернетична війна залишатиметься предметом наукової фантастики на декілька найближчих десятиліть.

З врахуванням зазначеного, в останні роки в міністерстві оборони й розвідувальному співтоваристві США активно ведуться роботи щодо створення *інформаційної зброї*. Експерти визначають цю зброю як сукупність засобів і методів, що дозволяють викрадати, спотворювати або знищувати інформацію; обмежувати або припиняти доступ до неї законних користувачів; порушувати роботу або виводити з ладу телекомунікаційні мережі й комп'ютерні системи, що

використовуються в забезпеченні життєдіяльності суспільства й держави. Паралельно з цим США вдосконалюють систему забезпечення безпеки своїх інформаційних ресурсів і всього національного інформаційного простору відповідно до умов інформаційної війни.

Крім військової області застосування, що часто згадується в публікаціях, інформаційна зброя (для порушення роботи систем командування й керування військами й бойовими засобами), фахівці також виділяють економічну, банківську, соціальну й іншу сфери її використання з метою: дезорганізації діяльності управлінських структур, транспортних потоків і засобів комунікації;

блокування діяльності окремих підприємств і банків, а також цілих галузей промисловості шляхом порушення багатоланцюгових технологічних зв'язків і системи взаєморозрахунків, проведення валютно-фінансових махінацій

ініціювання великих техногенних катастроф на території супротивника в результаті порушення штатного управління технологічними процесами та об'єктами, що мають справу з великими кількостями небезпечних речовин і високих концентрацій енергії;

масового поширення й впровадження у свідомість людей певних уявлень, звичок і стереотипів поведінки ;

викликання невдоволення або паніки серед населення, а також провокування деструктивних дій різних соціальних груп.

В інформаційній війні американські фахівці виділяють *наступальні й оборонні* інформаційні операції, які можуть проводитися окремими особами, диверсійними терористичними групами або спеціально підготовленими військовими формуваннями. Важливе місце при цьому приділяється інформаційно-психологічним операціям, що здійснюються з метою впливу на громадську думку або конкретних людей.

У якості основних об'єктів застосування інформаційної зброї як у мирний, так і у воєнний час обираються: комп'ютерні системи й системи зв'язку, що використовуються державними й урядовими організаціями; військова інформаційна інфраструктура управління військами й бойовими засобами, збору й

обробки інформації в інтересах збройних сил; інформаційні й управлінські структури банків, транспортних і промислових підприємств;

засоби масової інформації, при цьому в першу чергу, електронні

Можна стверджувати, що окремі елементи інформаційної боротьби в останні роки не раз використалися США в різних міжнародних конфліктах.. Поряд з цим, тільки після закінчення війни в Перській затоці («Буря в пустелі») США вперше відкрито заявили про широкомасштабне використання інформаційної зброї в ході бойових дій. Тоді масоване застосування американцями засобів радіоелектронної розвідки й боротьби, а також високоточної зброї проти іракських систем командування й управління привело до значного зниження ефективності роботи цих систем й істотно вплинуло на результат війни.

Крім того, у відношенні збройних сил і населення Іраку, а також населення США й інших країн застосовувалися методи психологічного впливу, спрямовані, з одного боку на моральне придушення супротивника й, з іншого боку на формування позитивного відношення у світі до дій американських військових.

Незважаючи на те, що фахівці відзначали ряд серйозних прорахунків у застосуванні інформаційної зброї в ході війни в Перській затоці, у США як під час бойових дій, так і після їхнього закінчення була розгорнута пропагандистська кампанія, не позбавлена елементів блефу, що переслідувала кілька цілей.

По-перше, сприяти зусиллям американського керівництва зі створення усередині країни й за її кордонами образу США як признаного світового лідера, демонструючи американську перевагу в області військових інформаційних технологій, яка має стати, поряд з ядерною зброєю, одним з основних стримуючих факторів.

По-друге, переконати американських платників податків і законодавців у необхідності й доцільності виділення бюджетних видатків на вдосконалювання інформаційної зброї, що, на думку її прихильників, дозволить США здобувати перемоги в любых військових конфліктах при мінімальних втратах серед американських військовослужбовців. Поряд із пропагандистською кампанією

військово-політичним керівництвом США вживаються конкретні кроки по створенню матеріальної бази інформаційної війни.

При цьому американське керівництво розглядає проблеми забезпечення інформаційної безпеки в якості одного із пріоритетних напрямків забезпечення національної безпеки. Комітетом начальників штабів США розроблена й затверджена Об'єднана доктрина щодо проведення інформаційних операцій.

У доктрині узагальнюється досвід створення концепції інформаційної війни й безпеки, закріплюються чіткі поняття й визначення з метою вироблення однакових підходів і координації зусиль командування збройних сил всіх рівнів. Доктрина містить наступальний й оборонний компоненти, які складаються з наступних розділів: операційна безпека; дезінформація; психологічні операції; електронна зброя; фізичне руйнування об'єктів; спеціальні інформаційні операції.

Особливе місце в доктрині приділяється проведенню *наступальної* інформаційної операції, що є невід'ємною частиною будь-якої військової кампанії й може бути застосована як при здійсненні акцій з підтримки миру, так й у період ескалації кризи.

Елементи наступальної інформаційної операції можуть реалізовуватися в різних умовах й обставинах самостійно або в сукупності із проведенням воєнної операції на стратегічному й тактичному рівнях. При організації комплексу заходів щодо нападу на комп'ютерні системи й мережі, велика увага приділяється людському фактору для здійснення психологічного впливу на процес прийняття рішення компетентними посадовими особами супротивника, позиції та думок політичних партій і поведінки окремих лідерів.

Експерти міністерства оборони США підкреслюють, що при розробленні плану проведення кожної наступальної інформаційної операції будуть враховуватися норми міжнародного права, міждержавних договорів й угод, однак реальні події в Іраку і Югославії свідчать про зворотне.

Оборонні аспекти доктрини передбачають розширене фінансування програм у сфері інформаційної безпеки, а також здійснення комплексу організаційних заходів. Зокрема, передбачається:

1. Розробити основні напрями політики в сфері забезпечення національної безпеки з урахуванням новітніх інформаційних технологій. Для цього намічено переглянути існуючу систему захисту від інформаційної зброї, конкретизувати з урахуванням політичної ситуації цілі й завдання використання наступальної інформаційної зброї, а також визначити процедуру контролю за його застосуванням..

2. Домогтися стратегічного інформаційного домінування яке визначено в якості одного із ключових напрямків державної політики в області національної безпеки й передбачає постійний розвиток і впровадження нових інформаційних технологій.

3. Забезпечити надійне й стійке функціонування мереж і систем федерального й місцевого урядів у випадку можливої інформаційної війни.

4 Підвищити ефективність взаємодії держструктур і приватного сектора в плані підготовки до можливих інформаційних атак. При цьому приватні компанії та фірми повинні взяти на себе частку відповідальності за забезпечення власної інформаційної безпеки.

На вирішення цього завдання спрямовані ресурси насамперед міністерства оборони й розвідувального співтовариства США.

У цей час у підрозділах зазначеного міністерства виробляється стратегія й тактика застосування інформаційної зброї.

Здійснюються відповідні організаційні заходи для підготовки до інформаційної війни, проводяться науково-дослідні й конструкторські роботи з вдосконалювання наступальних й оборонних систем інформаційної зброї. При цьому американські експерти виходять із можливого у США в найближчі роки доповнення національної доктрини ядерного стримування доктриною «спрямованої сили», одним з елементів якої буде інформаційна зброя.

В основу концепції інформаційної війни, що розроблюється міністерством оборони США покладені результати аналізу більше десятка командно-штабних навчань з відпрацювання завдань інформаційної війни, проведених в останні роки.

Відповідно до цієї концепції, у забезпеченні операцій із застосуванням інформаційної зброї будуть задіяні всі системи управління зв'язку й розвідки космічного, повітряного, морського й наземного базування всіх видів збройних сил.

Для координації їхніх дій створюється автоматизована система управління бойовими операціями інформаційної війни й розробляється стратегічний план її ведення, подібний до плану ведення ядерної війни SIOP (Strategic Integrated Operation Plan). При цьому, за словами директора ЦРУ, буде зроблене все, щоб військове командування США й американські збройні сили в цілому були краще, ніж їхній супротивник інформовані про все, що відбувається на землі, на воді й у повітрі.

У рамках підготовки до інформаційної війни проведена реорганізація ряду підрозділів міністерства оборони США. Зокрема, визначена провідна роль у цій області Управління інформаційних систем У видах збройних сил США створені спеціальні служби з інформаційної війни. Розширено сценарій досліджень міністерства оборони США. в області необхідних (для створення інформаційної зброї) технологій. Планується організувати широкомасштабну програму щодо розробки систем такої зброї, а ряд уже проведених військових програм, спрямованих на вдосконалення військово-морських систем управління, зв'язку й розвідки переорієнтувати в інтересах підготовки до інформаційних війн.

Розвідувальні служби видів збройних сил досліджують можливості створення принципово нових засобів їх впровадження в комп'ютерні системи супротивника. Центром безпеки інформаційних систем проводиться велика програма з відпрацювання інформаційне захисту бойових систем. Створення багаторівневої системи захисту військової інфраструктури в цілому координується Управлінням перспективних досліджень.

За оцінками Асоціації електронної промисловості США, тільки прямі витрати міністерства оборони на проведення робіт в області підготовки до інформаційної війни в найближче десятиліття будуть перебувати в межах 1,7-2,1 млрд. дол. у рік.

У контексті підготовки до інформаційної війни, очевидно, варто розглядати ініціативу Сполучених штатів Америки щодо створення національної інформаційної й глобальної інформаційної інфраструктури на базі міжнародної мережі Інтернет яка в значній мірі перебуває під контролем США.

Широке обговорення проблеми розробки інформаційної зброї в США може створити враження, що інші економічно розвинені країни стоять осторонь від цієї проблеми. Це не так. Наприклад, у Японії до 2015 року планується сформувати національну інформаційну інфраструктуру вищого технологічного рівня чим американська. У її рамках передбачається, зокрема, провести волоконнооптичні лінії зв'язку не тільки в основні центри управління й інформації, але і практично в кожен японський будинок. Ця інфраструктура буде інтегрована у світову інформаційну структуру й може скласти технологічну базу застосування Японією інформаційної зброї,

Викладене вище свідчить про прагнення ряду країн й, у першу чергу, США отримати перевагу в створенні систем і засобів ведення інформаційної війни; що представляло б серйозну погрозу інтересам національної безпеки інших держав.

4. Інформаційно-психологічні операції (ІпсО) – основна форма інформаційної війни.

У сучасній інформаційній війні традиційно виділяють два види інформаційного протиборства: інформаційно-технічне й інформаційно-психологічне. Головними об'єктами впливу і захисту інформаційно-технічного протиборства є системи телекомунікацій і зв'язки, радіоелектронні засоби й ін. Об'єктом інформаційно-психологічних операцій залишаються свідомість і психіка населення й особового складу збройних сил, спецслужб супротивника, а так само системи формування суспільної думки і прийняття концептуальних рішень. Оскільки людина завжди була й буде залишатись головною силою, яка здатна забезпечувати досягнення політичних цілей збройним і не збройним шляхом, то інформаційно-психологічний вплив на неї буде посідати головне місце у інформаційній війні.

З початком воєнних дій інформаційно-психологічний вплив різко активізується, на повну міць починає працювати машина інформації і дезінформації, починаються спроби за допомогою внутрішньої опозиції до межі загострити національно-етнічні, територіальні, економічні і релігійні протиріччя, розпалити вогнища збройних конфліктів. Переслідується мета створити постійно діючий фронт боротьби усередині ворожої країни, обстановку політичного й економічного хаосу, некерованості, приреченості, безвихідності. Розрахунок робиться на те, що психіка людини найбільш уразлива, впливаючи на неї, можна особисту боязкість перетворити в масове боягузтво, сумніви – у недовіру, роздратування – у лють. Таким чином, розвал держави зсередини стає неминучим.

Судити про ефективність інформаційно-психологічного впливу можна на основі досвіду війни в зоні Перської затоки. За визначенням аналітиків, Ірак програв війну до початку бойових дій. У результаті дипломатичної активності і ретельного політичного забезпечення військової акції США удалося домогтися міжнародної ізоляції Іраку, у тому числі навіть серед сусідніх арабських держав. Іракська армія піддалася масованому інформаційно-психологічному впливові. Вона була приголомшена, осліплена, деморалізована. За даними Пентагона, в операції “Буря в пустелі” психотропні втрати іракців значно перевершили фізичні. Так, у ході 38-денної повітряної кампанії збиток іракців склав у авіації 10, бронетехніці 18, артилерії 20 %, у результаті ж інформаційно-психологічного впливу морально-бойовий дух особового складу знизився на 40-60 %.

Застосовані в ході локальних воєн і збройних конфліктів деякі зразки інформаційної зброї (різні засоби РЕБ, надвисокочастотні-генератори, інформаційні віруси і “закладки”, програми-перевертні й ін.) виявилися досить ефективними. Великий інтерес у ряді країн виявляється до удосконалювання технічних засобів ведення психологічних операцій, таких, наприклад, як голографічне зображення в атмосфері, голосові синтезатори, що дозволяють складати провокаційні повідомлення, передавати їх голосами лідерів різних держав і поширювати через електронні засоби масової інформації. Учені

психологи вважають, що подібні засоби психічного впливу на людину при 10-процентній ефективності здатні викликати панічний стан навіть у добре організованому колективі.

Один з найбільших парадоксів всесвітньої історії полягає в тому, що люди протягом тисячоріч витрачали свої кращі інтелектуальні здібності, значні матеріальні і фінансові засоби, свою мускульну силу на винахід і ефективне застосування зброї винищування собі подібних. Тим часом природа створила людину для творення і безмежного самовдосконалення. Виявившись на війні в умовах погрози бути убитим будь-яка людина, будь-які великі маси людей – армії і все населення країни в цілому – у тім або тім ступені дотримуються інстинкту самозбереження, як неодмінної умови продовження життя.

Документальні й історико-публіцистичні матеріали, присвячені питанням морально-психологічного стану особового складу збройних сил, що знаходилися в безпосереднім збройному протиборстві, показали, що стосовно війни, як правило, всі учасники війни поділяються на наступні чотири категорії:

1) Особи, що бажають збройного протиборства й активно в ньому що беруть участь. До них відносяться: ідейні супротивники протиборчої сторони, щирі патріоти своєї держави, авантюристи і т.п. Вони складають близько 65 %.

2) Особи, що бажають збройного протиборства, але не прагнучі до активної участі в ньому. До них відносяться: аматори воювати чужими руками, псевдопатріоти, боягузи. Ці особи потрапляють на фронт не через внутрішнє спонукання, а в силу закону про військову повинність, закону про загальну мобілізацію і складають близько 20 %.

3) Особи не бажаючи брати участь у збройному протиборстві на стороні своєї держави, відкрито (потай) підтримуючі ідеологію, політику протиборчої сторони або співчуваючі їй, не згодні з існуючим у їхній країні політичним ладом, але прагнучі на фронт із метою переходу на сторону супротивника але не закону, які потрапили на фронт у силу, про загальну військову повинність (мобілізації). Дана категорія осіб нечисленна і складає не більш 5 %.

4) Особи не бажаючи брати участь у збройному протиборстві ні на тій, ні на тій стороні в силу свого світогляду (пацифісти, баптисти і т.п.), своєї аполітичності, космополітизму, байдужості до всього, що відбувається у світі, егоїстичного переслідування тільки особистих індивідуалістичних, корисливих цілей, а не закону, які потрапили на фронт у силу, про загальну військову повинність (мобілізації). Кількість таких осіб коливається біля 10 %.

Таким чином, близько 35 % особового складу збройних сил, що знаходяться в діючій армії, мають за мету збереження життя шляхом ухилення від участі в бойових діях. Вони й складають об'єкт у інформаційно-психологічній операції.

Історія психологічних операцій налічує тисячі років. Однією з перших робіт є класичний твір китайського вченого і полководця Сунь-Цзи «Про війну», де він визначив проблему психологічних аспектів впливу на масову та індивідуальну свідомість.

Сунь Цзи писав, що «найкраща політика зводиться до захоплення держави взагалі, зруйнувати її значно легше. Узяти у полон армію противника краще, ніж знищити її. Одержати сотню перемог у сотні боїв - це ще не межа мистецтва. Скорити противника без бою - ось вінець мистецтва. Найвигідніша з усіх воєнних стратегій - маніпулювання ворогом таким чином, щоб домогтися легкої перемоги над ним без бою. Краще атакувати свідомість противника, ніж його укріплені міста. Деморалізуйте все добре, що є в стані вашого противника; втягуйте його видатних представників у злочинні дії, підривайте їх престиж, виставляйте їх у потрібний момент на ганьбу громадськості; використовуйте співробітництво самих підлих і мерзенних людей; розпалюйте сварки і конфлікти серед громадян ворожої країни; перешкоджайте всіма способами оснащенню, забезпеченню і наведенню порядку в збройних силах ворога; будьте щедрі на пропозиції і подарунки для покупки інформації і спільників; взагалі не заощаджуйте ні на грошах, ні на обіцянках, тому що вони приносять багаті дивіденди. Війна - гра обману. Тому прикидайся немичним, коли сильний; прикидайся млявим, коли готовий завдати удару; здавайся далеким, коли насправді знаходишся поруч, і навпаки. Коли ворог жадає наживи, підмани його наживкою; коли він безладний,

напади і переможи його; коли він вихваляється значними силами, будь вдвічі готовим діяти проти нього; коли він страшний, обійди його. Якщо він піддатливий гніву - провокуй його. Якщо він боязливий і обережний, заохочуй його марнославство. Якщо сили його свіжі, виснаж їх. Якщо він зібраний - розладнай його волю. Атакуй його, коли він найменше до цього готовий. Дій, коли він найменше тебе очікує. У цьому полягає тонкість командування стратега, що неможливо заздалегідь передати чітко визначеними правилами, готовими для негайного застосування».()

Положення сформульовані декілька тисячоліть залишаються актуальними і базовими для організації й проведення інформаційно-психологічного протиборства в сучасних умовах. Розглянемо сутність і зміст інформаційно-психологічної операції (ІПсО)

Інформаційно-психологічна операція – це комплекс взаємопов'язаних, безперервних і послідовних, узгоджених за місцем, часом та способом дії, заходів інформаційно-психологічного впливу на війська та населення еventуального противника з метою послаблення його морально-бойового потенціалу, зменшення волі до опору, бойової здатності, припинення ним бойових дій та відмови від агресивних намірів, участі у воєнному конфлікті.(Нарис) ІПсО є складним соціальним явищем. Для повнішої характеристики якого пропонується на рисунку 4.1 наступна класифікація інформаційно-психологічних операцій.



Рис. 4.1. Класифікація інформаційно-психологічних операцій

Конверсивна операція – спрямована на докорінну зміну поглядів, настроїв і поведінки військовослужбовців противника.

Розмежувальна операція – розрахована на те, щоб внести розлад в ряди противника, підірвати його єдність.

Консолідаційна психологічна операція – здійснюється з метою встановлення дружніх або ненасильницьких стосунків з цивільним населенням окупованих районів.

Дезінформаційна операція (на союзників) – здійснюється з метою введення в оману військ і населення супротивника.

Інформаційно-психологічна протидія – здійснюється серед своїх військ та населення з метою нейтралізації психологічного впливу противника.

Відповідно до зазначеної класифікації ІПсО, необхідно зупинитися на основних із них, які організуються і впроваджуються в сучасних конфліктах, розкрити їх сутність та зміст.

Стратегічна ПпСО – це комплекс різнобічного психологічного впливу на війська і населення як своєї, так і чужої (ворожої) держави з метою формування у них системи певних поглядів і ціннісних орієнтирів, які спрямовані на зміцнення (у своїх військах і населення) або руйнування (у військах та населення противника) морально-психологічного стереотипу, що сприяє у першому випадку формуванню морально-психологічної стійкості, надійності і в цілому високого рівня морально-психологічного стану, а в другому – його пониженню .

В ході стратегічних ПпСО на війська противника вирішуються такі цілі:

вплинути на свідомість військовослужбовців і нав'язати поняття, протилежні вимогам командування збройних сил; нав'язати політичному керівництву держави ідеї, погляди, уявлення, поняття, які б згубно впливали на морально-психологічний стан, послаблювали віру у його спроможність вирішувати проблеми, породжували неприязнь і негативні почуття;

дезорієнтація військовослужбовців противника, підриєв єдності, переоцінка системи цінностей. Закладення стилю мислення і поведінки, спрямованих на замасковану (пасивну) і відкриту (активну) непокору командирам, ігнорування їх наказів, здачу в полон;

формування в особового складу ворожих військ негативних переконань, моралі, ідеалів, одним словом, таких цінностей, як індивідуалізм, егоїзм, націоналізм, вживання алкоголю і наркотиків, політичної індиферентності, скепсису і нігілізму.

Стратегічні ПпСО плануються і розробляються на рівні керівництва збройних сил та спеціальних державних органів (служба безпеки, розвідка і т. ін.). Загальні принципові настанови, завдання і цілі, які формує вище керівництво збройних сил, складають концептуальну схему стратегічних ПпСО, де закладаються довготривалі цілі і шляхи їх досягнення, сили і засоби, визначаються етапи і проміжні цілі, способи визначення ефективності психологічного впливу на перших етапах з метою його корекції і т. ін.

Завдання стратегічних ПпСО стосовно військ і населення противника:

дискредитувати керівництво держави і збройних сил, сіяти до них недовіру і зневагу;

послабити духовно населення, у нього віру в перемогу, активізувати антидержавні дії;

пробудити та відродити національні забобони і пережитки, ворожнечу, нав'язати людям ворожі ідеї і погляди;

провокувати невдоволення життям, роботою, забезпеченістю, соціальним становищем тощо;

викликати нездоровий інтерес до різних фактів, дат, неприємних подій;

нав'язувати здогади, чутки, передбачення стосовно майбутніх подій, змін, рішень, економічних, соціальних, воєнних дій керівництва тощо;

підірвати морально-психологічний стан особового складу збройних сил і населення противника та паралізувати в них волю до боротьби;

вводити противника в оману, дезінформувати суспільну свідомість з метою приховати справжні наміри і задуми;

організувати боротьбу з пропагандою противника, його психологічними впливами тощо.

Головними завданнями стратегічних ІПСО на свої війська і населення є:

забезпечення морально-психологічної готовності до ведення війни;

досягнення морально-психологічної переваги над противником;

консолідація всього народу на боротьбу з ворогом, єдність армії і народу;

втілення в життя стратегічних ідей, поглядів, понять, переконань;

забезпечення духовної підтримки дій своїх військ, попередження пацифістських настроїв і виступів;

організація протидії впливу противника на духовну сферу.

Відповідно до концептуальної схеми визначається і логіка стратегічної ІПСО. Для неї характерний високий ступінь вибіркості впливів, розмаїття способів і методів, швидка перебудова аргументації залежно від обставин, конкретизація зусиль на тому чи іншому об'єкті, особливість впливу на різні категорії населення та соціальні групи, зміна тональності, гостроти підходів тощо.

Оперативні ПсО здійснюються на свої війська і війська противника. Оперативна ПсО на особовий склад угруповань військ, які протистоять нашим військам, спрямована на підриг у них віри в можливість виконання поставлених бойових завдань, злам волі до опору, сковування ініціативи, зниження готовності і здатності мобілізувати свої духовні і фізичні сили в ході бойових дій та зробити спроби до збереження власного життя домінуючим мотивом в поведінці, а також орієнтувати військовослужбовців на навмисне ухилення від участі в бойових діях, відмову від продовження подальшого опору, здачу в полон тощо.

Головними завданнями оперативних ПсО на війська противника є:

- зниження морально-психологічного потенціалу і підриг бойового духу, зниження бойової ефективності, деморалізація особового складу;
- спонукання військовослужбовців до дезертирства, здачі в полон;
- обман противника стосовно намірів своїх військ;
- розповсюдження панічних і поразкових настроїв; протиріч між різними групами військовослужбовців;
- підриг довіри до воєнно-політичного керівництва та безпосередньо командирів;
- сприяння появі і розвитку негативних психічних станів у військовослужбовців.

Оперативні ПсО на свої війська – це комплекс різнобічного впливу на свідомість військовослужбовців з метою формування у них міцного й стійкого морально-психологічного стереотипу, який забезпечує здоровий морально-психологічний стан, високу бойову активність та готовність виконувати будь-які поставлені командуванням завдання.

Головними завданнями оперативної ПсО на свої війська є:

- підтримка здорового морально-психологічного стану;
- запобігання розвитку негативних ситуативних психічних станів в різних умовах бойових дій;
- забезпечення високої індивідуальної та групової дисциплінованості і ретельності виконання, згуртованості й організованості;

формування віри в силу й могутність нашої зброї і бойової техніки, а також у неминучу перемогу над будь-яким агресором;

забезпечення морально-психологічної переваги над противником в ході наступальних, контрнаступальних або оборонних бойових дій (операцій).

Тактичні ПСО на свої війська та противника здійснюються з метою вирішення ситуативних морально-психологічних завдань, які виникли в ході оборонних, наступальних або контрнаступальних дій в смузі дивізії та корпусу (армії), а в окремих випадках і фронту.

Завдання тактичної ПСО на війська противника:

викликати негативні ситуаційні психічні стани окремих військовослужбовців та груп;

створити нездоровий психоз, паралізувати психіку в період конкретних бойових дій;

забезпечити низьку ефективність застосування зброї і бойової техніки.

Тактичні ПСО на свої війська мають за мету підготовку особового складу до виконання конкретних завдань військової діяльності в мирний та воєнний час, ліквідацію будь-якого негативного соціально-психологічного явища або процесу, формування певних психологічних настанов.

Завдання тактичної ПСО на свої війська у воєнний час:

підготувати війська в морально-психологічному плані до виконання конкретного бойового завдання;

досягти психічного стану активності, піднесення, позитивного напруження;

попередити виникнення в особового складу негативних психічних станів та неврозів.

В ході оперативних і тактичних ПСО як на свої війська, так і на війська противника використовується значна частина тих методів, що й при проведенні стратегічних ПСО.

Крім розглянутих основних видів інформаційно-психологічних операцій, виділяють ще ряд специфічних видів цих операцій, обумовлених особливостями сфери застосування. До них відносяться інформаційно-психологічні операції із

забезпечення внутрішньої політичної стабільності в країні перебування, з підтримання дій військ спеціального призначення і комплекс заходів, проведених у рамках реалізації програми роботи з військовополоненими й інтернованим цивільним населенням.

Консолідуючі інформаційно-психологічні операції призначені для здійснення психологічного впливу на населення звільнених або окупованих районів з метою сприяння проведенню воєнним операціям і забезпечення лояльного ставлення населення до окупаційних військ і знову створюваної цивільної і військової адміністрації. Вони проводяться після завершення стратегічних і тактичних інформаційно-психологічних операцій.

До конкретних завдань, розв'язуваних зазначеними операціями, відносяться такі:

проведення заходів щодо ідеологічної і політичної перебудови ("політичної переорієнтації" і перевиховання) населення;

організація роботи із забезпечення психологічної основи для залучення лояльної робочої сили;

встановлення і підтримка законності, порядку і дисципліни;

протидія поширенню чуток і панічних настроїв у зоні бойових дій;

добування розвідувальних даних серед населення в інтересах розвідувальних і контррозвідувальних органів;

ізоляція населення від участі в бойових діях. Зазначені завдання зважуються у взаємодії зі спеціальними органами по зв'язку з військовою і цивільною адміністрацією.

Інформаційно-психологічні операції по забезпеченню внутрішньої політичної стабільності в країні перебування спрямовані, головним чином, на запобігання і придушення (нейтралізацію) антиурядових виступів і призначені для вирішення таких основних завдань:

надання допомоги уряду даної країни в "завоюванні" підтримки народу й внесення розколу в ряди "заколотників";

виправдання в очах населення країни тих осіб або груп, що підтримують дружній до суб'єкта впливу уряд;

формування сприятливого ставлення населення і збройних сил країни перебування до суб'єкта впливу.

Інформаційно-психологічні операції з підтримки дій військ спеціального призначення спрямовані на надання відповідної допомоги цим військам у проведенні ними спеціальних операцій. При цьому передбачається вирішення таких основних завдань:

підвищувати ефективність проти партизанських дій;

за допомогою різних способів і засобів пропаганди сприяти проведенню диверсійних актів;

здійснювати підтримку таємних операцій, зокрема з використання прихованих радіозасобів;

піднімати моральний дух антиурядових сил і залучати на їх сторону населення.

Інформаційно-психологічні операції в рамках реалізації програм роботи з військовополоненими й інтернованим цивільним населенням передбачають вирішення таких основних завдань:

забезпечення лояльної поведінки військовополонених і інтернованих цивільних осіб, недопущення поширення серед них ворожої пропаганди;

проведення їх ідеологічної обробки;

підготовка і проведення допитів військовополонених з метою отримання розвідувальних даних про противника.

Аналіз прийнятої в збройних силах класифікації інформаційно-психологічних операцій свідчить, що вона включає цілий комплекс різних видів операцій, які забезпечуються шляхом психологічного впливу на особовий склад збройних сил противника, підтримку як своїх збройних сил у цілому, так і їх окремих об'єднань, з'єднань, частин і підрозділів на театрі війни, а також на окремих операційних напрямках і ділянках фронту.

У перспективі основні види інформаційно-психологічних операцій: стратегічні, тактичні і консолідуючі – збережуться, однак, у завданнях, способах і формах їхнього вирішення можуть відбутися деякі зміни. Вони будуть обумовлені такими основними моментами, що існують на цей час і збережуться в майбутньому:

- посиленням боротьби з тероризмом;
- використанням ІПсО у конфліктах низької інтенсивності;
- розширенням масштабів і активізацією операцій військ спеціального призначення.

З посиленням ролі військ спеціального призначення, а також планованим збільшенням їх чисельності підвищиться значення і розширяться завдання такого виду ІПсО, як підтримка дій зазначених військ.

В перспективі підвищиться роль і розширяться завдання консолідуючих ІПсО, насамперед з підтримання внутрішньополітичної стабільності. Тому є підстави припускати, що надалі вони будуть частіше проводитися збройними силами.

У всіх видах ІПсО широко застосовується дезінформування.

У стратегічних операціях основними напрямками дезінформування є:

- введення в оману майбутнього противника щодо справжнього часу початку бойових дій і їхнього характеру;
- створення ілюзії підготовки великомасштабних операцій на другорядних напрямках;
- широке висвітлення "важкоздоланих" проблем у формуванні і бойовій підготовці штабів і підрозділів військ;
- "витік" свідомо завищених (занижених) даних про перекидання своїх військ на різні операційні напрямки;
- перебільшення негативного впливу кліматичних і побутових умов на морально-психологічний стан військ;
- критика "низької якості" озброєння і техніки своїх військ, їхньої боєздатності;

значне перебільшення бойових можливостей військ і озброєння противника (для формування невинуватого самовпевненості його командування й особового складу);

демонстрація за допомогою телебачення відеоматеріалів про хід бойового навчання на "необхідних" операційних напрямках.

Основним інструментом дезінформування в стратегічних психологічних операціях звичайно є засоби масової інформації - друк, радіо, телебачення.

В оперативно-тактичних і ІІСО основними напрямками дезінформування є: поширення хибної інформації про місця дислокації та характер дій своїх військ, їхню професійну виучку, морально-психологічний стан;

поширення хибної інформації про деморалізацію військових частин противника;

поширення хибних наказів, розпоряджень, команд тощо.

У цьому випадку інструментами дезінформування є переважно радіо та друкована преса.

5. Інформаційно-психологічний вплив основний спосіб ведення ІІСО-

5. Інформаційно-психологічний вплив основний спосіб ведення ІІСО-

Серед вчених на сьогодні існує два підходи до оцінки сутності та структури інформаційно-психологічного впливу. Перша група включає інформаційно-пропагандистський вплив до інформаційно-психологічного впливу. Інша виокремлює його. І перші й другі мають сенс. Тому що психологічна боротьба являє собою єдність пропагандистського і психологічного впливу. Ступінь переваги тих або інших елементів впливу в кожному конкретному випадку залежить від рівня морально-психологічного стану об'єктів, а також умов військово-політичної і психологічної обстановки. У наданні пропагандистського і

психологічного впливу на особовий склад військ і населення закордонних країн визначену роль грають як матеріальні, так і духовні фактори.

Під матеріальними факторами розуміють ту частину сприйманої людиною об'єктивної реальності, що впливає на формування свідомості. Їхня дія може бути різноманітною, у тому числі вони можуть впливати на морально-психологічний стан особового складу військ і населення закордонних країн. Вплив матеріальних факторів не підлягає сумніву. Матеріальні фактори впливають шляхом відображення у свідомості відповідних обставин і процесів і тим самим емпіричним шляхом сприяють змінам установок і поведінки. Наступні одна за одною поразки, зв'язані з великими втратами, можуть зруйнувати віру в перемогу і без якого-небудь додаткового пропагандистського або психологічного впливу. Психологічний вплив зброї, особливо високоточної, може на час витиснути політичні установки або ж зробити їх для людини не головними і спонтанно викликати турботу про власне життя і здоров'я, і тим самим виключити можливість виконання поставленої бойової задачі.

Матеріальні фактори впливають, у першу чергу, на (емпіричний) нижній рівень свідомості і через нього сприяють змінам відповідних установок, а також поведінки. Вплив матеріальних факторів припиняється тоді, коли починає відчуватися необхідність пояснення об'єктивної реальності, тобто необхідність підключення теоретичного рівня свідомості.

Матеріальні фактори, впливаючи мимоволі, викликають прагнення розібратися у взаємозв'язках що відбувається, їхніх глибинних причинах і тим самим обумовлюють ефективний вплив духовних факторів. Так, у роки другої світової війни пропорційно важким поразкам фашистського вермахту росла готовність гітлерівських солдатів ознайомитися з матеріалами радянської спецпропаганди і духовно їх засвоїти.

Під духовними факторами розуміють діяльність суспільних сил і установ, спрямовану на формування основних поглядів з питань війни і миру, про причини і характер воєн, закономірності поразок агресора, справедливість боротьби, а також воєнних і післявоєнних країни і її союзників. У якості одного

з духовних факторів поряд з діяльністю політичних сил і організацій, засобів масової інформації, зовнішньополітичних пропагандистських установ виступає й інформаційно - психологічний вплив.

Можливість впливати на війська і населення супротивника з метою зміни їхнього мислення і поведінки у визначеному напрямку базується на суспільній детермінації свідомості і поведінки. Процеси, що відбуваються у свідомості людини, виражаються в її поведінці. Разом з тим, причини певної поведінки знаходяться і в зовнішньому середовищі. Визнання факту, що людська сутність суспільно детермінована, припускає можливість зміни думок, почуттів і поведінки людей шляхом впливу на них з боку суспільних сил або установ. Поведінкою людини керує його мозок, її свідомість. Усе, що спонукує людину до діяльності, повинне проходити через його голову. Відповідно до цього ПСО для зміни поведінки населення і військ іноземних держав у бажаному напрямку мають домогтися відповідної зміни в їхній свідомості.

Які з елементів свідомості є вирішальними у визначенні поведінки людини, у тому числі й у бою, на чому повинні концентрувати свою увагу ПСО, щоб домогтися бажаної зміни поведінки об'єкта впливу?

5.1. Сутність та зміст інформаційно-пропагандистського впливу

У детермінації поведінки людини значну роль відіграє установка (орієнтація). *Установка* - це сформовані під впливом пропаганди, виховання й досвіду відносно стійкі знання, почуття і мотиви, що викликають відповідне відношення людини до ідейних, політичних і суспільних явищ реальної дійсності, що виражаються в дії (у широкому змісті слова).

Установка визначає напрямок дій і одночасно спосіб сприйняття і мислення. Але різні установки не є рівнозначними для детермінації поведінки. Орієнтація індивідуума залежить від безлічі соціальних установок, що співвідносяться з певними сторонами суспільного буття. Вони мають певну цінність з точки зору їхнього значення для індивідуума. В ієрархії установок політичні установки займають верхню сходинку. Вони мають високу стійкість

стосовно змін. Політичні установки утворюють загальну основу для всіх інших установок, обумовлюють внутрішню стійкість орієнтації. Звідси випливає, що поведінка людини за різних умов значною мірою визначається її політичною орієнтацією

При зміні змісту основних установок населення й особового складу армій закордонних держав за допомогою пропагандистського впливу варто враховувати їхню відносно високу стійкість стосовно зовнішнього впливу. Ця стійкість підсилюється також за рахунок соціальних зв'язків. Установки становляться стабільнішими, чим більше вони співпадають з нормами поведінки соціальної групи. Ідентифікація індивідуума з групою служить стабілізатором установки.

Сформовані установки мають тенденцію до самозакріплення. Людина сприймає, у першу чергу, той зміст, що співпадає з його установками, засвоєними раніше. Тому пропаганда набагато частіше виступає як фактор, що підсилює установки, ніж фактор, що міняє них. Разом з тим не можна ставити під сумнів можливість кардинальної зміни установок; слід лише враховувати труднощі, що виникають при цьому. Справа в тому, що пропагандистська діяльність найчастіше приведе до посилення або принаймні до стабілізації установок, рідше до незначної зміни установок, нарешті, дуже рідко до конверсії (повної їхньої зміни). Звідси видно, що можливі самі різні результати впливу пропаганди на установки реципієнтів, але при цьому варто брати до уваги труднощі такого впливу.

Для вироблення й одночасної стабілізації бажаних установок використовуються так звані малі військові групи – підрозділ в ланці «відділення - розрахунок - екіпаж» до роти включно. Вони повинні служити посиленню маніпуляції свідомістю, міцно закріплювати її результати, створювати імунітет проти впливу ззовні.

Домогтися довгострокової і стійкої зміни поведінки особового складу військ і населення іноземних держав за допомогою психологічного впливу можна тільки у випадку, коли вдасться порушити систему основних ціннісних установок і стабілізуючий вплив малих груп. Пропагандистський вплив

повинний приводити до ліквідації існуючої системи негативних політичних установок, подавлення стабілізуючого впливу на військовослужбовців первинних підрозділів, формування нових позитивних установок, посилення уже сформованих позитивних політичних установок.

Цей процес можна показати в такий спосіб:

Заперечення старої установки	Утворення нової установки	Закріплення нової установки
---------------------------------	------------------------------	--------------------------------

Рис. 5.1. Процес зміни установок

На зміну установок впливають певні умови:

1. Людині необхідно пояснити спрямованість і зміст цієї зміни. Причому висловлена думка повинна бути нею сприйнята і зрозуміла.

2. Зміна установок відбудеться тим успішніше, чим більше зміст і спрямованість інформації будуть відповідати наявним в даної людини потребам і мотивам.

3. Зміна буде більш ймовірною, якщо зміст сприйнятої інформації буде відповідати встановленим нормам групової поведінки, джерело інформації буде викликати довіру і бути досить компетентним, виклад матеріалу буде відповідати формальним вимогам до структури і способу аргументації.

4. Зміна установок буде більш стійкою, якщо навколишня дійсність підтверджує зміст сприйнятої інформації.

5. Зміна установок буде більш ефективною, якщо пропагандистський вплив підкріплюється іншими способами впливу на людину.

Рушійною силою зміни установок виступають негативні психічні переживання, викликані відсутністю рівноваги між окремими компонентами політичних установок об'єктів пропагандистського впливу, так називаний когнітивний дисонанс (тобто пізнавальна невідповідність). Дисонанс - психічно неприємний стан, що викликає в об'єктів пропагандистського впливу прагнення до його зм'якшення або усунення. Останнє веде до змін одного з компонентів установки, у результаті чого вся система установок прагне повернутися до

втраченої рівноваги. Таким чином, змінюється стійкість попередньої установки або виникає нова установка. Було б, однак, ілюзією розраховувати на можливість у короткий проміжок часу повного руйнування основних установок і заміну їх на протилежні, оскільки стабільність основних політичних установок відносно висока. Як указував французький психолог Ле Бон, «ідеї вимагають багато часу, щоб закріпитися у свідомості людей, але вони вимагають не менше часу, щоб знову відтіля зникнути».

Для зміни політичних установок, що міцно закріплені у свідомості військовослужбовців і населення іноземних держав, слід діяти методом поступового посилення когнітивного дисонансу, тобто повідомляти у певній послідовності інформацію, усе більш і більш суперечну поглядам об'єкта впливу. Зміст інформаційно-пропагандистських матеріалів повинний будуватися таким чином, щоб аргументація в них безупинно підсилювалася протягом деякого часу й у такий спосіб сприяла поступовій зміні політичних установок об'єктів впливу. Хто хоче чогось домогтися повинний бути терплячим завжди і в усьому, у тому числі і при веденні інформаційно-пропагандистського впливу. Різке нарощування інформації може привести до ефекту «бумеранга» - принциповому відкиданню джерела пропагандистського впливу і, головне, ще більшому зміцненню негативних поглядів значної частини військовослужбовців і населення закордонних країн.

Будучи залученими в процес комунікації люди дотримуються загальноприйнятих ідей, відмовитися від яких або змінити які сам індивід не може і не хоче. У цьому полягає сила соціального середовища. Тому пропагандистське повідомлення в інформаційно-психологічних операціях повинне відповідати міжособистісним відносинам і міжособистісній комунікації й у такий спосіб впливати в групі, захоплюючи усе більше і більше членів міжособистісної комунікації.

Пропагандистська акція є процесом поширення повідомлень на рівні формування, закріплення або зміни установок стосовно суб'єктів впливу. Відповідно до цього пропагандистське повідомлення повинне відповідати трьом

основним вимогам: по-перше, воно повинне дійти до аудиторії, залучити її увагу і бути сприйнятим нею; по-друге, воно повинно бути гранично простим і зрозумілим; і по-третє, воно повинно містити чітку аргументацію, змусити аудиторію задуматися над його змістом і потім уже діяти у відповідності з установками, що сформувалися.

Зміна поведінки, однак, не зв'язана безпосередньо зі зміною основних установок. Установки відіграють значну роль у детермінації поведінки, але не є єдиним, від чого вона залежить. Вони безпосередньо не керують поведінкою у конкретній обстановці тому що не існує прямого зв'язку між установкою і поведінкою. Поведінка людини в кожному конкретному випадку залежить від чисельних умов. Простіше говорячи, внутрішні запити: потреби, мотиви, установки - відділені від зовнішніх вимог до поведінки. Таким чином, поведінка завжди обумовлена конкретною обстановкою.

Установки і поведінка не обов'язково повинні збігатися, між ними можуть існувати великі розходження. Наприклад, висловлення однієї і тієї ж особи в різній обстановці можуть бути дещо протилежні. Відповідно до цього поведінка людини у певній обстановці протягом короткого часу може не збігатися з основними установками або навіть суперечити їм.

Вихідним у процесі взаємодії установок і поведінки є не розходження між ними, а їхня взаємна обумовленість: установки значною мірою детермінують поведінку, а також навпаки - поведінка створює значну основу для утворення установок. Установки виникають як абстракція змісту пережитого на основі реальної поведінки до того, як вони знову перейдуть у нову поведінку. Поведінка, що змінилася, повинна зрештою впливати на зміну установок. Отже, якщо в результаті пропагандистського впливу поведінка особового складу військ і населення іноземних країн зміниться, то відбудуться і визначені зміни в загальній структурі установок, у тому числі і політичній орієнтації.

Основним методом пропагандистського впливу є переконання. Переконання як метод пропагандистського впливу в ПсО розглядається як цілеспрямоване і свідомо організований вплив на конкретну масову аудиторію,

що апелює до раціональної сфери свідомості об'єктів інформаційно-психологічного впливу і здійснюване з метою формування визначених установок, закріплення, або зміни раніше засвоєних установок, а в кінцевому рахунку, зміни поведінки об'єкта впливу відповідно до цілей ПсО.

Переконанню, як методів пропагандистського впливу, властиві деякі риси. По-перше, спрямованість переконання на раціональний рівень свідомості об'єкта. При використанні даного методу вплив на аудиторію здійснюється з дотриманням обов'язкової чіткої логіки викладу матеріалу, переконливої аргументації і вірогідності фактів, тому що ведеться на світогляд, що носить стійкий, стабільний характер. Переконання спрямоване на посилення, формування і зміну установок аудиторії. По-друге, використання вербальних (мовних) засобів впливу.

Переконання адресується людям, які мають більш-менш стійку систему поглядів, що склалася в результаті попереднього досвіду, і має на меті створення нових точок зору, зміну або зміцнення вже наявних.

Не всі люди однаково піддаються переконанню. Важко піддаються переконанню люди, що вороже налаштовані стосовно інших, що прагнуть домінувати над іншими. Наочним прикладом може служити особовий склад гітлерівської армії, особливо в 1941-1942 р. Для успішного впливу переконанням необхідна довіра з боку об'єкта впливу стосовно суб'єкта пропагандистського повідомлення, його авторитетові і компетентності. Важко сумніватися в істинності інформації, що виходить від компетентного і джерела, що користується довірою. Якщо така інформація суперечить поглядам об'єкта впливу, то відбувається, як правило, зміна установок, але не зниження довіри до джерела.

У бойовій обстановці військовослужбовці, як правило, відносяться з великою недовірою до пропагандистського повідомлення противника. Однак, якщо в матеріалі сформовано конкретний заклик до конкретного об'єкта, то він може зацікавити солдата. Зацікавленість може бути також забезпечена на основі особистих потреб (подальша доля, виживання і т.п.). Для того, щоб переконати, комунікація повинна актуалізувати визначені ментальні структури індивіда, у які

втілені його потреби, переконання, відносини. Переконуюче повідомлення повинне бути цікавими, насиченими порівняннями, зіставленнями, аргументами, точками зору як тих, хто «за», так і тих, хто «проти».

Звідси випливає, що в загальній сукупності дій, спрямованих на зміну переконань, досить істотну роль грає інформативна функція інформаційно-психологічних операцій. Когнітивний дисонанс завжди починається з невідповідності інформації з колишніми установками людини. Подальша інформація може поглибити цей дисонанс і привести до зміни установки. Зрозуміло, інформація, подана у формі пропагандистського повідомлення, повинна бути правильно побудована і передана. Крім того, одним повідомленням, як правило, переконати неможливо. За даними американських учених, що досліджували питання ведення психологічних операцій у період війни у В'єтнаму, у середньому солдатом було прочитано близько 20 листівок, перш ніж він приймав рішення вийти з бойових дій.

Для того, щоб переконання було успішним, пропагандистське повідомлення повинне бути орієнтоване до соціального середовища, у якому знаходяться об'єкти. Для переконання необхідний вплив масової і міжособистісної комунікації. При цьому варто врахувати, що міжособистісна комунікація найбільше впливає на зміну точки зору суб'єкта.

Обмежувальні умови переконання. Практика показує, що здійснення переконання зв'язане з поруч обмежувальних умов:

1. Переконання доцільно використовувати лише тоді, коли аудиторія в стані проаналізувати отриману інформацію. Так, перед боєм, коли особовий склад супротивника вже зосередився на майбутніх бойових діях, переконання буде не ефективним. Те ж можна сказати про випадки, коли аудиторія занадто зворушена, занадто подавлена й ін.

2. Переконання можливе лише в тому випадку, якщо аудиторія прагне зрозуміти адресовану їй інформацію, зважити відповідність висновків системі аргументації і при достатній відповідності погодитися з точкою зору пропагандиста. Таким чином, аудиторія повинна бути готовою до сприйняття

пропагандистського матеріалу. У цьому зв'язку слід зазначити важливість правильного вибору аудиторії, об'єкта пропагандистського впливу. Це може бути особовий склад військ супротивника, населення окупованих територій, національні меншини, певні групи населення іноземних країн і т.д. Схильність певної аудиторії до сприйняття пропагандистського матеріалу виникає під впливом об'єктивних умов, таких як хід бойових дій, утиск національних або релігійних меншин, невдоволення населення непопулярними діями уряду, обмеження прав і свобод особи в умовах воєнного часу і т.п.

3. Переконавання буде можливим при наявності в аудиторії здатності до співставлення різних точок зору, аналізу системи аргументації. Іншими словами, вплив що переконує ефективний лише за умови наявності у об'єкта визначеного освітнього рівня, а, отже, здатності об'єктивно оцінити те або інше явище, подію або факт.

4. Переконавання здійсненне при повному розумінні аргументів і висновків пропагандиста аудиторією. У протилежному випадку важко прогнозувати результат пропагандистського впливу. Тому слід відзначити важливість вивчення національно-психологічних особливостей аудиторії, її способу мислення, усього комплексу факторів (соціальних, релігійних, культурних), що впливають на сприйняття пропагандистського повідомлення.

5. Переконавання повинні здійснюватись тривалий час. Досвід ведення інформаційно-психологічного впливу свідчить про те, що одноразові спроби в цьому випадку малоефективні. Зміни в сфері раціонального мислення відбуваються лише після зіставлення й обмірковування фактів. Крім цього, багато тез вимагають багаторазового підтвердження різними аргументами, що також «розтягує» процес переконання.

Дотримання даних обмежувальних умов сприяє ефективному використанню переконання в рамках проведення інформаційно-психологічних операцій.

Таким чином, інформаційно-пропагандистський вплив вимагає від офіцера ПсО великого досвіду, терпіння, досконалого знання об'єкта впливу, його соціального оточення. Ефективність інформаційно-пропагандистського впливу

зростає в тому випадку, коли використовується об'єктивна аргументована інформація, що враховує особисті якості об'єкта впливу.

5.2. Сутність інформаційно-психологічного впливу

Інформаційно-психологічний вплив є сутністю психологічних операцій, тому що є способом їх проведення. Інформаційно-психологічний вплив – це такий вплив на індивідуальну або суспільну свідомість військовими, який викликає трансформацію психіки, зміну поглядів, думок, відносин, ціннісних орієнтацій, мотивів, установок, стереотипів об'єкта з метою вплинути на його діяльність і поведінку.

Інформаційно - психологічний вплив може здійснюватися, головним чином, на емоційну сферу свідомості. Інформаційно-психологічний вплив на емоційну сферу здійснюється на основі некритичного сприйняття інформації об'єктом (при цьому установки об'єкта впливу не міняються). Зниження ступеня усвідомленості є однією з умов ефективності даного впливу. У процесі прийняття інформації функціонує тільки сприйняття і запам'ятовування, діяльність мислення «випадає» або сильно послабляється

Інформаційно - психологічний вплив, проведений в інтересах ІпСО, характеризується визначеністю ініційованої поведінки. Кінцевою його метою є досягнення визначеної реакції, певної поведінки (дії або бездіяльності) об'єкта, що відповідає цілям психологічного впливу. Так, у ході воєнної операції ізраїльських військ на ліванській території «Дін ве-хешбон» («Плата за рахунком») жителі південно-ліванських населених пунктів сповіщалися про майбутні бомбардування (їм також рекомендувалося терміново евакуюватися). Це робилося з метою викликати масовий відтік населення у внутрішні райони країни й у такий спосіб блокувати інфраструктуру, викликати хвилювання громадян, щоб, у решті решт, дестабілізувати обстановку в Лівану і схилити керівництво країни до переговорів.

Процес прийняття об'єктом інформаційно - психологічного впливу, спрямованого на емоційну сферу свідомості, специфічний. У цілому, він більш згорнутий, чим, наприклад, процес прийняття пропагандистського впливу: у

ньому функціонують тільки сприйняття і запам'ятовування, мислення майже не здійснюється. Об'єкт приймає готові установки або не приймає, приймає цілком або частково, але в їхньому формуванні практично не приймає участі. Таким чином, процес інформаційно - психологічного впливу на емоційну сферу свідомості включає нецілеспрямоване сприйняття і запам'ятовування і характеризується різко зниженим рівнем усвідомлення змісту впливу. Осмислення отриманої інформації відбувається пізніше, при більш високій пізнавальній активності об'єкта. Типовим прикладом даної моделі є апелювання до вагомого довіреного джерела, документа, посилання на авторитетного автора і т.д., коли слухачі, не звертаючи до складного механізму «аналіз-синтез» сприймають ту або іншу інформацію як саме собою що розуміється. У ході операції «Буря в пустелі» фахівці ПсО США при підготовці інформаційно-пропагандистських матеріалів на релігійну тематику використовували посилання на визнаних ісламських авторитетів з Єгипту, Саудівської Аравії й ін. країн. Була складена добірка передач про те, що війна є «несправедливою, що не має нічого загального з ісламським джихадом» і що відмовляння військовослужбовців від участі у війні є «богоугодною справою». Такого роду інформаційно-психологічний вплив було надзвичайно ефективним, оскільки ісламські богослови, відомі усьому мусульманському світові, мали великий авторитет в іракських солдатів, тому що мали високий соціальний статус в ісламських країнах. При сприйнятті думки авторитетної особи відбувається «автоматичне» включення свідомості в процес сприйняття як результат колишнього досвіду людини, що довіряє даному джерелу, покладаючись на його вірогідність і загальне визнання.

При впливі на емоційну сферу свідомості необхідно вплинути на об'єкт таким чином, щоб його поведінка змінилася (відповідно до цілей інформаційно - психологічного впливу), використовуючи наявні в нього установки. Для цього варто збільшити наскільки можливо ступінь автоматизму відповідної реакції. Як показує практика, ступінь автоматизму залежить:

1. Від змісту матеріалу: його складності, конкретності, соціальної значимості і т.п. Наприклад, за інших рівних умов, чим простіше інформація, тим більше шансів за те, що дії, на які вона спонукує, можуть виконуватися автоматично, особливо, якщо не суперечать переконанням об'єкта; чим більш конкретний заклик до дії, тим вище ступінь автоматизму відповідної реакції.

2. Від психічного стану, що характеризується наявністю високого ступеня автоматизму відповідної реакції. Страх, пригніченість, апатія сприяють некритичному і неусвідомленому сприйняттю впливу. Ступінь автоматизму відповіді об'єкта зв'язана зі ступенем усвідомленості і критичності прийняття інформації. Якщо вплив приймається підсвідомо і некритично, то відповідь аудиторії може бути автоматичною.

3. Від часового інтервалу між впливами і відповідною реакцією: із збільшенням часового інтервалу, автоматизм відповідних реакцій зменшується, унаслідок підвищення критичності і розумової активності об'єкта (це може бути пояснено включенням змісту отриманої інформації в систему знань об'єкта й усвідомленням його).

5.3. Зміст інформаційно-психологічного впливу в ході ШсО.

Сукупність методів, видів і способів складає зміст інформаційно - психологічного впливу.

Основним методом інформаційно - психологічного впливу є навіювання. *Навіювання* - це цілеспрямована і свідомо організована інформаційно - психологічного впливу на конкретну аудиторію, здійснюваного на основі некритичного сприйняття інформації з метою виклику певної поведінки об'єкта впливу, який використовує як вербальні, так і невербальні засоби.

Навіювання являє собою окремий випадок впливу на емоційну сферу свідомості. Можна виділити наступні риси навіювання як методу інформаційно - психологічного впливу:

По-перше, що вплив навіювання здійснюється на основі некритичного сприйняття інформації об'єктом. У процесі прийняття інформації функціонує

тільки сприйняття і запам'ятовування, діяльність мислення «випадає» або сильно послабляється.

По-друге, навіювання передбачає використання як вербальних, так і невербальних засобів. Основним засобом впливу, що навіює, визнається слово, мова. Однак, як свідчить практика, невербальні засоби (жести, міміка, дії) також використовуються одночасно з вербальними або окремо. Так, одним зі способів неспецифічного навіювання з використанням невербальних засобів є так називані « дії, що турбують,» покликані вивести супротивника з рівноваги і створити нестерпні умови для його перебування в тому або іншому районі (використання звукових, шумових ефектів і музики).

Фактори, від яких залежить навіювання.

1. Особистість і авторитет суб'єкта. Особистісні якості, такі як інтелект, воля, характер, розум, спритність, упевненість, наполегливість і ін., визначають сили і здібності до навіювання. Чим авторитетніше суб'єкт, особа, від імені якої здійснюється вплив, тим нижче опір аудиторії. Суб'єкт вибирає прийом впливу, що навіює, значною мірою з урахуванням своїх особливостей. Так, авторитетний, упевнений у собі суб'єкт, як правило, виступає від свого імені, у той час як менш авторитетний і менш упевнений у собі - від імені інших людей. Це підтверджується і досвідом ведення пропаганди під час війни. У 1915 році німцями поширювалася відозва до російських солдатів від імені Миколи II. Текст листівки: «Виникла ця нещаслива війна проти волі моєї: вона викликана інтригами Великого князя Миколи Миколайовича і його прихильників, що бажають злякати мене, щоб йому самому зайняти престол...Солдати! відмовляєтеся коритися вашим віроломним генералам, звертайте зброю на усіх, хто загрожує життю і волі Вашого Царя, безпеки дорогої батьківщини! Нещасливий Ваш цар Микола II.»

2. Доброзичливість суб'єкта до об'єкта. Доброзичливість і повага комунікатора до аудиторії знижує критичність сприйняття впливу, що навіює. Це знайшло своє підтвердження в практиці радянської спецпропаганди. Так, під час роботи в Афганістані було прийняте рішення про використання в листівках,

призначених для опозиційних формувань, звертання «обмануті співвітчизники», що демонструє поважне і доброзичливе відношення суб'єкта до об'єкта впливу.

3. Психологічна перевага суб'єкта над об'єктом. У ситуації, коли аудиторія виведена зі стану психічного спокою (наприклад, особовий склад супротивника оточений, сили його на результаті, стан украй подавлений) суб'єкт навіювання повинний звертатися до неї (наприклад, із пропозицією здатися в полон) твердим, рівним, спокійним голосом.

4. Упевненість суб'єкта в змісті навіювання, у досягненні цілей навіювання. При роботі з військовополоненими цей аспект здобуває особливо важливе значення. Поведінка аудиторії набагато легше піддається зміні, якщо очевидна впевненість суб'єкта впливу в тому, про що він говорить. Непевність же суб'єкта може бути сприйнята як його сумнів у змісті повідомлення, що, як правило, породжує сумнів і в об'єкта. Тут можна простежити «зараження» об'єкта від суб'єкта «упевненістю» або «непевненістю».

5. Емоційне відношення суб'єкта до змісту навіювання. Даний аспект досить важливий при організації вербальної комунікації між суб'єктом і об'єктом впливу. Так, емоційно офарблювати доцільно гасла і заклики, вірші, що використовуються, наприклад, при інформаційно-психологічному впливі за допомогою радіомовлення.

6. Матеріал навіювання. У першу чергу тут важливий характер інформації, що навіюється. Варто врахувати можливість перевірити інформацію, що має прямий зв'язок з опором навіюванню. Необхідно приділити увагу місцю повідомлення в інформаційному потоці (якщо інформація, що навіюється, розташована на початку інформаційного потоку, то сприйнятливість до навіювання умовно можна оцінити в 50%, у середині - у 30%, наприкінці - у 70%). Оточення матеріалу іншими фактами може підвищити або понизити ефект навіювання.

7. Сугестивність аудиторії. Вона визначається, насамперед, відношенням об'єкта до суб'єкта. Не тільки суб'єкт вивчає об'єкт, але й об'єкт вивчає суб'єкт, причому, у визначеній послідовності. Спочатку з'ясовуються здібності суб'єкта

до навіювання, потім вивчаються його гуманістичні якості, щоб установити міру «довіра-недовіра» до нього. Потім, об'єкт навіювання з'ясовує, наскільки суб'єкт має над ним психічну перевагу. У цьому зв'язку встановлено, що при загальному позитивному відношенні до суб'єкта об'єкт може приписувати йому навіть ті психічні якості, яких той у дійсності не має. А при загальному негативному відношенні об'єкт навіювання може «позбавляти» суб'єкта навіть тих якостей, якими той володіє.

Види психологічного впливу. Можна виділити наступні види психологічного впливу: психогенний, нейролінгвістичний, а також психоаналітичний (психокоррекційний), психотронний, психотропний.

Психогенний вплив являє собою психічний або фізичний вплив якихось явищ або подій на мозок, свідомість людини, при якому спостерігається порушення вищої нервової діяльності: людина одержує фізичні або психічні травми головного мозку, утрачає можливість раціонально мислити, утрачає пам'ять і т.п.; або шоківий вплив навколишніх умов, або якихось фізичних факторів на свідомість людини, коли він впадає в стан психічної неосудності, втрати орієнтування в навколишньому світі, відчуває почуття страху і паніки (вплив ядерної зброї). Це обумовлено неузгодженістю функціональних систем психофізіологічної організації, тобто ламанням стереотипів, при впливі різко зміненої афферентації з боку різних рецепторів. Чим різкіше в часі ця неузгодженість і чим менш підготовлена людина до впливу цього психогенного фактора, тим більше виражені психічні порушення.

Стан подібного роду може бути викликано використанням у ході ШСо голографічних малюнків. Росія домоглася в цій області досить великих успіхів. Якщо в інших країнах створені проекти лазерної графіки з поверхні землі, то російські учені вже розробили проект передачі зображень з космічної платформи і створення лазерно-орбітального світлового комплексу.

Нейролінгвістичний вплив - вид психологічного впливу, що припускає використання спеціальних прийомів, спрямованих на створення позитивної

мотивації, психологічної корекції внутрішніх джерел поведінки і світогляду особистості.

Нейролінгвістичний вплив орієнтований на ідентифікацію і зміну переконань особистості за рахунок впливу на її світоглядні й емоційно-почуттєві стани (характеристики, що дозволяють удосконалювати, програмувати стани і поведінку людини в умовах практичної діяльності). Основним об'єктом даного виду впливу на людину є його мозок і контрольована їм діяльність, а основним засобом впливу виступають соціально продумані програми вербального і невербального впливу, що дозволяють змінювати світогляд, цінності особистості. Суб'єктом нейролінгвістичного впливу виступає інструктор, об'єктом - особистість, що перебуває в стані когнітивного дисонансу. Ціль інструктора - позбавити особистість від цього стану.

Інструктор нейролінгвістичного впливу, як правило, працює над різними обмежуючими переконаннями тієї або іншої людини. Насамперед визначається стан, у який особистість бажала б перейти. Правильна ідентифікація цього стану - одна з ключових задач інструктора. Як тільки об'єкт впливу усвідомлює бажаний результат, процес змін у його свідомості починається. Після того, як під впливом інструктора людина ідентифікувала й усвідомила те, що йому потрібно, вона самостійно починає збирати інформацію про свою поточну діяльність, про свій дійсний стан. Шляхом протиставлення і порівняння свого дійсного стану з бажаним, він може визначити, які здібності і ресурси йому потрібні, щоб досягти бажаного стану. Освоївши техніку нейролінгвістичного впливу, можна використовувати ці знання й уміння в інтересах керування станами і поведінням об'єктів своєї діяльності.

Психоаналітичний (психокорекційний) вплив являє собою вивчення (аналіз) підсвідомості людини і вплив на нього шляхом, що виключає опір на рівні свідомості (здійснюється в стані гіпнотичного сну). Однак сучасні технологічні досягнення дозволяють виключити опір з боку свідомості й у нормальному стані. Це дозволяє зробити комп'ютерний психоаналіз і комп'ютерна психокорекція. При комп'ютерному психоаналізі виробляється математичний аналіз реакцій

організму, що виникають при дуже швидкому візуальному перегляді або звуковому прочитанні різних «стимулів» слів, образів, фраз. У такий спосіб можна абсолютно точно визначити наявність у підсвідомості людини певної інформації і виміряти її значимість для конкретної особистості, знайти сховану мотивацію. Після аналізу отриманої інформації, при необхідності проводиться психокорекція (психорегуляція), основним діючим фактором якої також служать ключові слова, образи, запахи (слова можуть перетворюватися за допомогою спектрального перетворення мовного сигналу).

Найбільш зручна звукова регуляція психіки, при якій словесні навіювання в закодованій формі виводяться на будь-який носій звукової інформації (у музику, мову або шум). Наприклад, людина може слухати музику, у якій утримується схована (не сприймана на свідомому рівні) команда, що постійно впливає на його підсвідомість. Стосовно до ІПсО даний вид психологічного впливу може знайти широке застосування при роботі з військовополоненими, політичними, релігійними лідерами і т.д. Використання методики психоаналізу з метою коректування поведінки досить широко вивчається і застосовується в США.

Психотронний вплив (парапсихологічний, екстрасенсорний) - вплив, що може здійснюватися за допомогою передачі енергії мислення через позачуттєве сприйняття і що охоплює опосередковане свідомістю і процесами сприйняття дистантної взаємодії між живими організмами і навколишнім середовищем.

Телевізійні й інші масові сеанси екстрасенсорного впливу показують реальну можливість впливу на особистість. Досить часто при цьому використовуються технічні засоби, що сприяють посиленню впливу, передачі і контакту з об'єктом. Даний вплив на об'єкт може бути пов'язаний з придушенням волі до опору, деморалізацією. Відомі факти роботи над створенням генератора частотного кодування мозку, високочастотних і низькочастотних генераторів, засобів впливу соціальною інформацією і т.п., здатних викликати необхідні процеси в психіці людини, а отже, впливати на його свідомість і поведінку.

Парапсихологія - це галузь науки, що вивчає псі-комунікації, тобто досліджує ті дистантні зв'язки живого організму з навколишнім середовищем, що

одержали назву екстрасенсомоторних. Поняття «псі» містить у собі екстрасенсорну перцепцію, тобто позачуттєве сприйняття і психокінез, під яким розуміється вплив на предмети і хід психічних процесів без мускульних зусиль або використання технічних засобів. У цілому ж варто сказати, що принципової різниці між предметами дослідження парапсихології і психотроніки немає. Різниця виступає лише при порівнянні методів, засобів і цілей дослідження. Психотроніці властиве прагнення переважно до технічних і технологічних підходів і рішень, до розробки технічних аналогів досліджуваних феноменів, наприклад, психотронних генераторів, і, отже, концентрації великих зусиль на роботах прикладного характеру. Процес екстрасенсорного впливу значно полегшується при використанні деякої системи комунікації: телефонний зв'язок, радіотрансляційна мережа і т.п.

З проблемою «психофізичної», психотронної або псі-зброї зв'язано кілька підходів і рішень:

1. Дистанційний вплив оператора (екстрасенса) на іншу людину з метою впливу на його поведінку і фізіологічні функції.
2. Проблема пошуку способів посилення псі-здібностей за допомогою різного роду психотехнічних і чисто технічних засобів.
3. Створення принципово нового покоління психофізичної зброї, заснованого на технічному моделюванні тих біофізичних феноменів, що лежать в основі прояву в людини його «зверхздібностей».

Психотронний вплив - це вплив на мозок і поведінку людини або груп людей шляхом введення в їхній організм різних препаратів, засвоєння яких відбиває на їх вищій нервовій діяльності (у тому числі фармацевтичні препарати, запахи і т.п.).

Вплив препаратів на психіку людини добре відомий і вивчається вже досить довгий час. З урахуванням останніх досягнень не тільки в психології, але і «суміжних» науках (біології, нейро- і психофізіології, кібернетиці, психофармакології і т.п.) розробляються і удосконалюються методи підпорогового впливу, методи психологічної індокринізації і конверсії, засобу

місцевого психічного контролю і психопрограмування і т.п. Доказом цьому може служити, зокрема, досить відомий ефект «зомбі». Так називали в африканських племенах людей, психіка яких за допомогою наркотичних речовин і спеціальних психічних впливів програмувалася: вони виконували з високою надійністю будь-яке доручення. «Зомбування» можна охарактеризувати як вплив на поведінку людини за допомогою різних психотропних речовин. Так, можна, наприклад, позбавити людини можливості керувати собою під час допиту («сироватка правди» - пентатол натрію). Вводячи в організм речовини, що викликають депресію або яскраві застрашливі галюцинації, можна чекати, що людина покінчить собою або зробить інший неадекватний учинок.

Двадцять років тому був винайдений препарат «би-зет», могутній психотропний засіб, що порушує соціальні зв'язки в групі-об'єкті застосування. Так, розпилення даного засобу над військовим підрозділом здатне порушити субординацію, зробити підрозділ практично некерованим. Наявні сьогодні препарати можуть «запрограмувати» людину на визначені дії. Ще більш реально «перетворення» людини в агресивно налаштовану особистість, або повне придушення агресивності в ній.

В даний час починають застосовуватися методики впливу запахів на людський мозок, розроблені А. Хіршем. Він стверджує, що певний сектор людського мозку обробляє і запам'ятовує ароматичну інформацію. Відповідно до його висновків, за допомогою різних запахів можна успішно впливати на людські емоції. Клінічні досвіди також показали, що деякі запахи послабляють активність головного мозку швидше, ніж сильні депресанти.

Використання впливу психотропними засобами в інтересах проведення ПсО досить перспективне.

Способи інформаційно-психологічного впливу. Інформаційно-психологічний вплив, здійснений у рамках ПсО, можна розділити на ряд способів: дезінформацію, поширення чуток, залякування, емоційне придушення, ініціювання агресивних емоційних станів, демонстрацію, маніпуляцію.

Дезінформація є спосіб психологічного впливу, що полягає в навмисному наданні суб'єктом свідомо помилкової інформації об'єктові з метою його дезорієнтації.

З метою дезінформації допускається використання свідомо помилкових даних. Помилкова інформація повинна носити правдоподібний характер. Дезінформація повинна характеризуватися відсутністю шаблону у формах і змісті; умілим проведенням заходів щодо введення супротивника в оману за єдиним задумом, їхнім ретельним узгодженням і максимальним використанням правдоподібної інформації; умілим прихованням щирих намірів, цілей і задач, розв'язуваних власними військами.

Як ілюстрацію даного способу психологічного впливу можна привести кампанію стратегічного дезінформації, що здійснювалася США проти Іраку в 1990-1991 роках. У таких масштабах стратегічне дезінформації було застосовано вперше за післявоєнний час. Воно проводилося спільно спеціальними службами військових відомств США і союзних країн з метою введення в оману не тільки особового складу збройних сил Іраку, але і народів своїх держав, світової громадськості.

Основними інструментами стратегічного дезінформації були засоби масової інформації: друк, радіо і телебачення. При цьому США зуміли досить ефективно використовувати високий ступінь дієвості своєї пропаганди, нав'язати міжнародним агентствам, а значить світовій громадськості, свою точку зору на хід розвитку подій, спираючись головним чином, на домінуюче положення американських ЗМІ, що поставляють світові до 70% міжнародної інформації.

Для нагнітання антиіракських настроїв у США, забезпечення підтримки курсу адміністрації на конфронтацію з Іраком у листопаді 1990 г. президент Дж. Буш заявив, що Ірак спроможний виготовити ядерний заряд у найближчі місяці (тим часом, за оцінками американських експертів, технологічна база Іраку не могла дозволити зробити це раніше чим через 5-10 років). Значно завишались можливості Іраку щодо застосування хімічної і біологічної зброї. Неодноразово

підкреслювалося, що на дані види зброї масової поразки режим С. Хусейна зробить основну ставку для втягування в можливий збройний конфлікт Ізраїлю.

Заходи щодо дезінформації проводилися комплексно в політичній, економічній і військовій областях з активним використанням засобів масової інформації шляхом організації регулярних «витоків» таємних зведень і поширення «особистих думок» високопоставлених представників американської адміністрації і військово-політичного керівництва США.

Ще одним способом психологічного впливу є *поширення чуток*. Під *чутками* розуміється специфічний вид міжособистісної комунікації, який виникає внаслідок утворення інформаційного вакууму, що заповнюється спонтанно або зусиллями пропаганди супротивника. Поширення чуток - один з найбільш ефективних способів поширення інформації при інформаційно-психологічному впливі, заснований на збільшенні групової сугестивності під час впливу.

Чутки можна класифікувати за трьома параметрами: експресивному (емоційні стани, виражені в змісті чуток і відповідні типи емоційних реакцій), інформаційному (ступінь вірогідності сюжету чуток) і за ступенем впливу на психіку людей.

По експресивній характеристиці виділяються чуток-бажання, чуток-пугала й агресивні чуток:

1. Чуток бажання. Розповсюджувана інформація має на меті викликати розчарування з приводу нездійснених очікувань і деморалізацію об'єкта впливу. Так, під час першої світової війни у Франції і Німеччині навмисно поширювалися чуток про швидке закінчення війни, що, природно, не виправдалися, що викликало масові прояви невдоволення в цих країнах. Подібні чуток-бажання поширювалися під час облоги Ленінграда у Великій Вітчизняній війні. Наприклад, чуток про швидку висадку десанту союзників.

2. Чуток-заякування. При їхньому поширенні інформація має на меті ініціювати стан тривоги, непевності в об'єкта впливу. Це можуть бути чуток про смертельну зверхзброю, якою володіє супротивник (тобто сторона, що поширює чуток), чуток про недостачу продовольства, зараження місцевості і т.і.

3. Роз'єднувальні агресивні_чутки. Розповсюджувана інформація має на меті внести розлад у рядах супротивника, порушити соціальні зв'язки. Так, Г. Ласвель описував циркулюючі перед першою світовою війною серед німецьких селян чутки про жовті автомобілі, що перевозять із Франції в Росію через Німеччину золото для ведення війни. Ці чутки настільки широко поширилися, що на багатьох дорогах неможливо було проїхати через натягнутий поперек ланцюг. Люди з недовірою відносилися один до другого, побоюючись посібників Антанти.

За інформаційною характеристикою виділяються абсолютно недостовірні, недостовірні, недостовірні з елементами правдоподібності, правдоподібні чутки.

У залежності від цілей, переслідуваних суб'єктом впливу, поширюється той або інший тип чуток. Так, під час воєнних дій у Північній Африці (друга світова війна) німці поширювали серед арабського населення абсолютно недостовірні чутки про прийняття Гітлером ісламу з метою спонукати мусульман до співробітництва. Під час збройного конфлікту в Чечні (1994 - 1996 р.) у ряді випадків досить ефективними виявлялися чутки про поранення одного з ватажків бандформувань, захопленні бази бойовиків, «Звертанні» адміністрації і старійшин до російського командування в Чечні (недостовірні чутки з елементами правдоподібності), про зомбування бойовиків (абсолютно недостовірні), розбіжностях у складі їхнього керівництва (правдоподібні) і інші. Про їхню ефективність свідчили такі факти: бойовики були подавлені згаданими повідомленнями, витрачали час і моральні сили на перевірку їхньої інформації, що стривожила, були дезорієнтовані або схилені до роздумів про свої дії і долю.

За ступенем впливу на психіку людей чутки поділяються на:

1. Хвилюючі суспільну думку в цілому або у визначених групах людей, але не зухвалі.
2. Зухвалу антигромадську поведінку деякої частини певних соціальних груп.
3. Порушення організаційно-управлінських відносин між людьми і зухвалі масові безладдя паніка і т.ін.. (Наприклад, чутка про можливий голод може привести до погромів магазинів.).

Слід зазначити, що поширення чуток має ряд негативних моментів. Використання чуток шляхом поширення силами місцевих партизанських загонів вимагає великого мистецтва й обережності, тому що зміст чуток після початку їхнього поширення може виходити з-під контролю. У ході поширення зміст чуток найчастіше піддається змінам, аж до придбання протилежного змісту тому, що передбачалося відповідними програмами і психологічною операцією в цілому.

Щоб інформація перетворилася в чутки, як показує досвід, необхідно, щоб вона мала наступні характеристики: інформація повинна торкатися актуальних інтересів соціальної групи або суспільства в цілому; повинна бути зрозуміла як передаючому, так і приймаючому; повинна мати певну цінність для приймаючих; повинна сприяти підвищенню соціального престижу передаючого.

Таким чином, поширення чуток являє собою досить ефективний спосіб поширення інформації при наданні психологічного впливу.

Залякування (ініціювання страху) - спосіб психологічного впливу, призначений для формування в об'єкта стану страху перед реальною або вигаданою небезпекою, страху перед невідомим або перед усвідомленою загрозою, виклику стану занепокоєння, депресії або апатії. Кінцева мета залякування - максимальне зниження морально-психологічного стану супротивника, паралізація його волі і здатності до опору, виклик визначених дій (або бездіяльності), що відповідають цілям ІПсО.

Таким чином, виходячи з визначення залякування як способу психологічного впливу, можна сформулювати його основні завдання:

1. Паралізація здатності до опору супротивника, що боїться за своє життя і благополуччя, максимальне зниження його морально-психологічного стану.
2. Примус супротивника до припинення опору (бездіяльності), і здачі в полон.

Зупинимося на деяких видах страху докладніше. За ступенем реальності загрози розрізняється страх перед реальною і вигаданою небезпекою. Слід зазначити, що страх перед реальною небезпекою (допустимо, перед загрозою смерті або каліцтва) глибше, тому що базується на певному бойовому або

життєвому досвіді. Страх перед вигаданою небезпекою також може істотно знизити морально-психологічний стан супротивника.

За ступенем усвідомлення загрози розрізняють страх перед усвідомленою, невизначеною небезпекою і перед невідомим. У ході спостереження за поведінкою військовослужбовців у період бойових дій було відзначено, що чим глибше вони усвідомлюють небезпеку, що насувається, тим більше можливостей для локалізації почуття страху і психологічної підготовки до усунення загрози. Солдатові страшні снаряди супротивника. Він йде в безпечне місце, веде вогонь, не біжить через страх, а мистецьки ховається від небезпеки.

Найбільший страх відчувається перед невизначеною або невідомою небезпекою (тривога), з якою об'єкт впливу раніше не зустрічався або не має уявлення, яка небезпека йому загрожує. Страх перед невідомим значно знижує бойові можливості військ. Солдати можуть переконатися, що вони, в допусках, піддалися зараженню, якщо зброя масового ураження не застосовувалася. На основі перших потрясінь можуть з'явитися ознаки, що нагадують реальні симптоми ураження (слабкість, сліпота, нудота), а також острах уживати «заражену» їжу і воду.

У ході вторгнення в Тибет (осінь 1950 р.) китайська армія ефективно використовувала прийом «залякування невідомою загрозою»: «18 жовтня 1950 г. передові загони Народно-визвольної армії Китаю досягли фортеці Чамдо (гарнізон 3000 воїнів). Що обороняються очікували штурму, але штурму не було. Уночі тибетці були розбуджені вибухами петард і тріскачок і побачили траси ракет. Це привело до виникнення паніки, що доповнилася домислами і чутками. Начальник гарнізону залишив фортецю, війська пішли за генералом. У ту ніч не було зроблено жодного пострілу»¹. Показати супротивникові що-небудь

¹ Киктенко О.В. О деятельности аппарата по разложению войск противника. ВС Китая // Информационный сборник ГУ ГШ РФ. - М., 1993. - №2. - С. 16.

невідоме, здивувати його - це нерідко шлях до його залякування. «Подив.., - писав М. И. Сеченов, - рідня страху. Їм часто починається ... страх.»²

У залежності від характеру загрози міняється інтенсивність страху. На першій стадії інтенсивності страху небезпека викликає почуття обережності (побоювання) і прагнення до дій, що забезпечили б безпеку (цей стан викликається інстинктом самозбереження). На цій стадії об'єкт не втрачає контроль за своєю поведінкою. Стадії більш сильного страху, нерідко, спричиняють астенічні реакції організму. Проведене дослідження, однак, показало, що якщо загроза виростає до величезних розмірів і не супроводжується умовами її ослаблення, то аудиторія її ігнорує або погано сприймає.

Прикладом використання страху в ІПСО може служити листівка, що апелює до цього почуття перед реальною й усвідомленою небезпекою, розрахована на військовослужбовців, недавно зазнали бомбардування і що продовжують відчувати страх високої інтенсивності перед можливістю його повторення, що мають низький морально-психологічний потенціал (використовувалася багатонаціональними силами проти іракців під час війни в зоні Перської затоки). Текст листівки: «Учора ми представили вам доказ сили і переваги багатонаціональних сил. Другий раз ми даємо вам можливість зберегти життя.» Текст на зворотному боці: «Два дні ми попереджали вас про намір бомбити 10-ю піхотну дивізію. Ми стримали свою обіцянку і бомбили її вчора. Ми повторимо це бомбардування завтра. Отже, у вас є вибір: або зустріч віч-на-віч зі смертю, або прийняття запрошення об'єднаних збройних сил і збереження ваших життів»³. Подібні листівки поширювалися з метою ініціювання в об'єкта впливу паніки і спонукування до здачі в полон.

Як показує практика, при використанні залякування необхідно враховувати умови впливу, тому що реальна обстановка дуже впливає на ефективність залякування.

² Сеченов М. И. Избранные произведения. - М., 1953. - С. 104.

³ Харченко Н. И. Психологические операции иностранных армий. - Вюнсдорф, 1993. - С.38.

Залякування доцільне при веденні впливу на супротивника, що має великі бойові втрати; знаходиться в оточенні; перейшов до оборони; відступаючого; зазнає недостачі продовольства, засобів матеріально-технічного забезпечення; зазнає ураження від засобів високоточної зброї і зброї масового ураження; потерпає від втрат у ході бойових дій (у конкретному районі або на театрі воєнних дій).

Так, наприклад, у ході операції «Буря в пустелі» від імені командування багатонаціональних сил поширювалася наступна листівка, розрахована на оточені іракські частини. Текст листівки:

«ВИ ВІДРІЗАНІ ! Садам Хусейн повернувся до вас спиною. Він кинув Вас умирати. Не буде ні поповнення, ні підкріплення. Кидай свою зброю і приєднуйся до твоїх арабських братів в інтересах миру»⁴.

Необхідність правильного вибору часу впливу також має велике значення. Залякування як спосіб впливу в ПсО доцільно використовувати безпосередньо перед бойовими діями після вогневої підготовки або в ході бою, коли ступінь психічної напруженості й інтенсивності реакції страху в об'єкта максимальна. У ході англо-аргентинського конфлікту за Фолклендські острови англійські війська застосовували так званий метод «двоступінчастого наступу на моральний дух супротивника», що мав на увазі попередній могутній артобстріл переднього краю аргентинських військ, а потім надання психологічного впливу. У ході бойових операцій США в Панамі застосовувався аналогічний метод «обмеженого застосування бойової сили», коли заклики здаватися в полон повторювалися після атак із брючного польоту вертольотів вогневої підтримки або вогню танків «Шеридан».

Необхідність вибору правильної форми психологічного впливу є ще одним фактором ефективного використання залякування. У залежності від умов впливу, наявності засобів і особливостей об'єкта здійснюється вибір тієї або іншої форми психологічного впливу з використанням радіозасобів (наприклад, входження в бойові мережі супротивника), друкованих засобів, аудіо-, відео- образотворчих

⁴ Харченко Н. И. Психологические операции иностранных армий. -

засобів і т.д. Так, у 1942 р. органами радянської спецпропаганди поширювалися друковані матеріали залякувального характеру, розраховані на формування у фашистських солдатів страху перед діями партизанів. Таким чином, залякування є одним з ефективних способів психологічного впливу в ПСО.

Ще одним способом психологічного впливу є емоційне придушення. *Емоційне придушення* - спосіб психологічного впливу, що використовується з метою формування в об'єкта астенічних станів: тривоги, депресії, апатії. Кінцева мета емоційного придушення - максимальне зниження морально-психологічного стану супротивника, паралізація його волі і здатності до опору, виклик визначених дій (або бездіяльності), що відповідають цілям ПСО.

Як показує досвід здійснення інформаційно - психологічного впливу, необхідно розділяти такі способи впливу як залякування й емоційне придушення, хоча в практиці ПСО вони часто застосовуються комплексно. Залякування спрямоване насамперед на ініціювання реакції страху, паніки в групі з метою виклику певної поведінки індивіда (відхилення і т.д.). Емоційне придушення спрямоване на виклик астенічних станів тривоги, депресії, апатії і, у кінцевому рахунку, зниження морально-психологічного стану супротивника.

На відміну від залякування, емоційне придушення як спосіб психологічного впливу в ПСО, доцільно використовувати не тільки безпосередньо перед боєм, але й у період між бойовими діями. Так, у 1982 р. у ході операції ВР Ізраїлю «Світ Галілео» на території Лівану здійснювалося емоційне придушення жителів за допомогою « дій, що турбують,»: безупинне ревіння двигунів, реактивних винищувачів, що переборюють звуковий бар'єр на гранично малих висотах над містом, тримав людей у постійній напрузі. При цьому безпосереднього бомбардування міст не проводилося.

Найбільш ефективним буде емоційне придушення супротивника, морально-психологічний потенціал якого низький, із-за оточення або відступу. Так під час боїв на Ленінградському фронті в 1941-1944 роках найнижчий морально-психологічний потенціал мали війська країн-сателітів Німеччини: фінські частини, «норвезький легіон», голландський легіон СС «Нідерланди», 250-я

іспанська «блакитна дивізія», бойові якості якої були настільки низькі, що німці презирливо називали солдатів цієї дивізії drei «Sch» (три «Ш» - три свині)⁵. Відповідно, основну увагу радянська спецпропаганда спрямовувала на цю слабку ланку в німецькому угрупованні.

Прийоми емоційного придушення. Прийоми емоційного придушення, в практиці ПСО, надзвичайно різноманітні. Вибір того або іншого прийому обумовлюється умовами впливу, характером бойових дій, специфікою об'єкта впливу і т.д. Ось деякі з них:

1. Емоційне придушення засобами невербального звукового впливу – використання з метою зниження морально-психологічного стану супротивника звукових записів: дитячого плачу, поховальної музики, симфонічної музики, важкої рок-музики, різних дратівних звуків (лементи, виття сирени, звуки вибухів, звуки падаючих бомб) і т.п. У залежності від особливостей сприйняття об'єкта впливу міняється зміст звукової інформації. У В'єтнамі американські вертольоти обладналися підсилювачами, через які передавалася під час атаки музика Вагнера. Трансляція рок-музики на оточені угруповання супротивника використовувалася в Іраку підрозділами ПСО США. Тут враховувалися національно психологічні особливості іракців, що не приймають такого роду музику (heavy metal rock).

2. Показ безперспективності війни. При використанні даного прийому головний акцент доцільно робити на те, що війна сполучена з величезними жертвами і позбавленнями; навіть якщо супротивник переможе, конкретно об'єкт буде або убитий, або скалічений, або залишений без засобів до існування після війни. Як приклад можна привести американську листівку такого типу, розраховану на іракських солдатів. Текст листівки (слова солдата на плечах якого сидить Садам Хусейн): «Я переправився через Шатт Аль-Араб (прикордонна ріка між Іраком і Іраном ред.), як ти наказав, і я підкорявся твоїм наказам. Я почуваю, як смерть стукається в двері щораз, коли ми йдемо в атаку... я на останньому подиху.»

⁵ «Schmutzige Spanische Schweine» («грязные испанские свиньи»).

3. Показ реальності загибелі або каліцтва в ході бою. Цей прийом тісно стикується з другим прийомом і його головною метою - показати неминучість загибелі або каліцтва об'єкта. Нижче приведений текст листівки періоду Другої світової війни. Об'єкт - німецькі війська. Листівка була оформлена у виді листка і містила вірш пораженьського характеру («Осінь»):

Осінь, листи падають і ми падаємо як вони.

Листи вмирають тому, що цього хоче Бог,

А ми падаємо тому, що цього хочуть англійці.

Навесні більше ніхто не згадає

Ні про загиблі листи,

Ні про загиблих фронтовиків.

А життя потече далі

Через наші могили⁶.

Подібну листівку на особовий склад гарнізонів островів Атту і Киска поширили також американці. У ній говорився: «Гарнізон буде скинутий з островів також неминуче, як восени скидає листя дерево кірі» (символ смерті в Японії).⁷

4. Використання реальних труднощів (недостача продовольства, технічного забезпечення і т.д.), що зазнає супротивник, в інтересах впливу. Доцільно показати, що ці труднощі придбали постійний характер, надалі очікується погіршення положення і т.д. У ході агресії на території СРСР німці поширювали ілюстративні листівки подібного змісту, розраховані на жителів тилових районів. Цей прийом використовували також американці, що розкидали листівки з зображенням японських делікатесів, розраховані на емоційне придушення оточених японських частин у Північній Бірмі, що зазнавали гостру нестачу продовольства.

⁶ См.: Kircher K. Flugblattpropaganda. - Erlangen, 1989. - V. 2. - S. 7.

⁷ См.: Лайнбарджер П. Психологическая война. - М., 1962. - С. 268-271

5. Використання сексуальних потреб об'єктів, що не можуть бути задоволені під час бойових дій, з метою зниження морально-психологічного стану супротивника.

Під час другої світової війни на Філіппінах поширювалися листівки, що використовували сексуальну тематику. Японці виготовили листівку, де зображувалася красива жінка в переддень Різдва. Унизу був текст: «Моя дорога, як чудово вимовляли твої уста ці слова «З новим роком, з новим щастям»! Ця листівка-листівка, що використовує захоплення американських солдатів фотографіями подібного роду, була розрахована на виклик туги за жінкою, почуття пригніченості і т.п.

Існували листівки і трохи іншого роду. Приблизно в цей же період часу німці видали листівку, що поширювалася від імені американського командування на Філіппінах і спрямовану на зниження морально-психологічного стану американських солдатів за допомогою твердження про те, що в ході негласної перевірки крові у філіппінських жінок багато з яких мали відносини з американськими солдатами, виявлено понад 80% хворих венеричними захворюваннями.

6. Емоційне придушення супротивника за допомогою тверджень про те, що поки солдат бореться на фронті, його родина зазнає у тилу утиску, його близькі залишилися без засобів до існування, дружина змушена змінювати йому і т.д. Розглянемо конкретні приклади. У 1941 році німці поширювали листівки-листи (аудиторія - радянські військовослужбовці), спрямовані на виклик занепокоєння радянських військовослужбовців за долю своїх близьких. Радянські спецпропагандисти поширювали серед німців газету «Front-illustrierte», в одному з номерів якої, зокрема, малося твердження про те, що іноземні робітники мають у Німеччині повну волю, у той час як німці змушені гинути на фронті. Під час другої світової війни німці поширювали також листівки серед французьких військовослужбовців, розраховані на виклик тривоги за майбутнє своєї родини. У подібних листівках використовуються також такі почуття як туга за домівкою, почуття самотності і т.д.

Різноманіття способів емоційного придушення використовується разом з іншими способами психологічного впливу.

Ініціювання агресивних емоційних станів. Цей спосіб психологічного впливу призначений для формування в об'єкта впливу наступних агресивних емоційних станів (стосовно визначеного об'єкта): гніву, ворожості, ненависті, підозрливості і застосовується для внесення розбіжностей у середовище супротивника, ініціювання взаємної ворожості і т.д.

Агресія - це індивідуальна або колективна поведінка, дія, спрямована на нанесення фізичної або психологічної шкоди, збитку, або на знищення іншої людини або групи людей.

Агресивні емоційні стани виникають стосовно визначеного об'єкта, для них типові процеси зараження, стереотипізації уявлень у створюваному «образі ворога». Таким чином, при застосуванні цього способу психологічного впливу основною метою ставиться внесення розколу в середовище супротивника, ініціювання взаємної ворожості на соціальному, етнічному, релігійному або ідеологічному ґрунті.

Ініціювання агресивних емоційних станів варто застосовувати дуже обережно. Необхідно ретельно вивчати об'єкт впливу, особливості його сприйняття, фактичні дані (матеріали компрометуючого характеру), які використовуються в інтересах впливу. У іншому випадку реакція об'єкта може бути зворотною поставленим цілям.

Способом інформаційно-психологічного впливу, в ІПсО, є демонстрація. *Демонстрація* є показ потенційних можливостей суб'єкта до вирішення ситуації силовим шляхом з метою схилити об'єкт до капітуляції без застосування реальних санкцій.

Так, США неодноразово досягали своєї політичної мети за допомогою простої демонстрації військової сили (тобто або проведенням навчань у кордонів держави-об'єкта, або посилкою Військово-морських сил до його берегів, або проведенням інших військових демаршів). Один з останніх прикладів

психологічного впливу за допомогою військових демаршів посилка до берегів Гаїті 2-х бойових кораблів Військово-морських сил США, у тому числі авіаносців «Америка» і «Ейзенхауер» під час операції США «Підтримка демократії» на Гаїті (1994 р.). Слід підкреслити, що хунта генерала Седраса погодилася передати владу президентові Аристиду тільки після підйому в повітря 6-ти бойових літаків США з бази Форт-Брег.

Маніпуляція - спосіб психологічного впливу, що використовується для досягнення одностороннього виграшу за допомогою схованого спонукання когось до здійснення певних дій. Можна також визначити поняття «маніпуляція» як вид застосування влади, при якій той хто володіє нею впливає на поведінку інших, не розкриваючи характер поведінки, яку від них очікує.

Для маніпуляції важливо створити ілюзію незалежності об'єкта від стороннього впливу, самостійності прийнятих рішень і дій. Тому тут особливе значення має мистецтво маніпулювання, рівень володіння навичками і прийомами. Одна з найбільш важливих особливостей маніпулювання - скритність впливу. Спроба маніпуляції лише тоді має шанси на успіх, коли факт впливу не усвідомлюється об'єктом і кінцева мета йому не відома. Можна маніпулювати, граючи і на певних недоліках людини, але вона не повинна знати про це.

Даний спосіб психологічного впливу стоїть трохи осторонь від перерахованих вище. Він розрахований не стільки на груповий об'єкт, скільки на індивідуальну роботу з конкретною людиною. Використання маніпуляції не обмежується воєнним часом, періодами загострення міждержавних відносин і т.п.

Таким чином, психологічний вплив містить у собі сукупність методів, видів і способів, уміле використання яких дозволяє ефективно впливати на поведінку об'єкта. Вплив на емоційну сферу свідомості об'єкта є важливою складовою інформаційно-психологічного впливу.

6. Основні форми інформаційно-психологічного впливу.

Інформаційно-психологічний вплив може здійснюватися в різних формах: друкованими засобами, з використанням електронних засобів, через безпосереднє або опосередковане спілкування, за допомогою образотворчих засобів. Крім того,

вплив на морально-психологічний стан може виявлятися й іншими способами, наприклад, посилкою населенню країни гуманітарної допомоги, поширенням сувенірів, наданням медичної допомоги, демонстрацією кінофільмів, зворотною відпусткою військовополонених і т.п. Вибір тієї або іншої форми залежить від умов, у яких ведеться психологічна боротьба, особливостей об'єкта впливу, наявності відповідних технічних засобів.

6.1 Інформаційно-психологічний вплив друкованими засобами

Зрослий рівень грамотності населення у світі дає можливість ширше використовувати друковану продукцію як засіб пропагандистського і психологічного впливу. Інформаційно-психологічний вплив на об'єкти психологічної боротьби друкованими засобами (друкована пропаганда) вважається найбільш важливою, випробуваною і розповсюдженою формою психологічної боротьби. Він здійснюється шляхом підготовки і видання друкованої продукції на іноземних мовах, а також підготовки матеріалів для публікації в державних і закордонних засобах масової інформації. Інформаційно-психологічний вплив друкованими засобами має такі важливі властивості і якості, як, наочність, різноманіття видів, здатність впливати на різні масові аудиторії. Ефективний вплив за допомогою друкованих засобів вимагає достатньої кількості відповідним чином підготовлених творчих працівників і технічних фахівців, поліграфічної бази і видаткових матеріалів, а також технічних засобів доставки і поширення друкованої продукції.

Оперативність і ефективність підготовки друкованих інформаційно-пропагандистських матеріалів досягається:

чіткою взаємодією органів управління, частин і підрозділів психологічних операцій, а також командирів і штабів;

уміло спланованою роботою усього творчого і технічного складу; постійною турботою про матеріальне забезпечення і технічний стан поліграфічних засобів;

завчасною підготовкою проектів матеріалів інформаційно-психологічного впливу з урахуванням передбачуваного розвитку обстановки, ходу бойових дій;

залученням цивільних осіб, військовополонених до участі в літературній обробці матеріалів інформаційно-психологічного впливу, їхньому наборові, коректорському виправленню художньому оформленню;

своєчасним і чітко організованим поширенням матеріалів інформаційно-психологічного впливу.

Основними видами друкованих матеріалів інформаційно-психологічного впливу є: листівки, газети, журнали, брошури, книги. Коротко розглянемо їх.

Листівка основний вид інформаційно-психологічного впливу друкованими засобами.

При інформаційно-психологічному впливі друкованими засобами найбільш розповсюдженим інформаційно-пропагандистським матеріалом є листівка. *Це підготовлене в короткий термін неперіодичне друковане видання, що відрізняється відносно невеликою кількістю тексту, стислим популярним викладом, а також помітним типографським оформленням.* Листівка має цілий ряд переваг у порівнянні з іншими видами друкованої пропагандистської продукції. Будучи найбільш масовим видом друкованих інформаційно-пропагандистських матеріалів, листівка більш оперативна, ніж брошура або книга, відгукується на швидкоплинну політичну і військову обстановку. Її можна швидше, ніж газету або журнал, підготувати до друку, видати масовим тиражем як на стаціонарній, так і на похідній поліграфічній базі, та у короткий термін розповсюдити.

Листівка може обійти велике коло читачів. У листівках можна освітити питання з різних боків і в такий спосіб врахувати особливості різних верств і груп населення й особового складу армій зарубіжних держав. Використання специфічних елементів поліграфічного оформлення листівки дозволяє відповідно емоційно впливати на аудиторію. Уже своєю появою листівка здійснює певний психологічний вплив на населення й особовий склад військ, вона є речовим доказом діяльності системи ПСО.

Оскільки зміст листівки викладається стисло, концентровано, об'єкту

впливу легше сприйняти його навіть при швидкому читанні. Листівку через її малий формат легко сховати, передати будь-кому, зберегти як перепустку при здачі в полон. Ту саму листівку можна багаторазово перевидавати, поширювати у необхідних районах у великій кількості.

Листівки (за винятком маскувальних) містять офіційну інформацію, а також певні гарантії і, отже, являють собою своєрідний документ (наприклад, перепустка при здачі в полон). Можливість друку у листівці фотографії, копії матеріалів підвищує її переконливість.

Листівка як вид друкованої пропагандистської продукції має і ряд *недоліків*. Підготовка листівок пов'язана з великою втратою часу, що знижує їхню актуальність. Час, необхідний для підготовки листівок, визначається цілим рядом чинників, основними з яких є: постановка конкретних завдань щодо підготовки матеріалу (визначення об'єкта, теми, призначення й виду листівок і т.п.); ступінь професійної підготовленості автора листівки (або групи авторів); якість і повнота змісту довідкового матеріалу, наявність професійних поліграфістів і необхідної поліграфічної бази для видання листівок.

Виготовлення листівок передбачає значні матеріально-технічні витрати, наявність спеціальних технічних засобів для їхнього поширення. Застосування листівок залежить, крім того, від метеорологічних умов, бойової обстановки.

Однак наявність вищезгаданих недоліків не знижує значення листівки як засобу інформаційно-психологічного впливу.

У залежності від змісту листівки підрозділяються на інформаційні, аналітичні і спеціальні.

Інформаційні листівки мають донести до адресата відповідне повідомлення, інформацію про подію, обстановку у певному районі, стан або дії конкретного об'єкта. Інформаційні листівки – здійснюють вплив не стільки за допомогою логічних аргументів, скільки на основі фактів. Відповідним набором інформаційного матеріалу читач підводиться до необхідних висновків.

За формою, періодичності видання, розмаїтості тем інформаційні листівки близькі до газети. Оформлення інформаційних листівок найчастіше включає

елементи оформлення газетної продукції: заголовок, набір у трьох колонках, розмаїтість шрифтів, тип верстки і т.п. У більшості інформаційних листівок матеріали групуються навколо однієї головної теми. Це наближає інформаційну листівку до аналітичної.

Аналітичні листівки – найбільш розповсюджений вид листівок. Основний тип подання у них матеріалу - викладення, обговорення, роз'яснення. Вони обов'язково включають тезу, підтверджену відповідною аргументацією.

У залежності від поліграфічного оформлення листівки підрозділяються на текстові й ілюстративні.

У текстових листівках основне змістовне навантаження несе на собі сам текст. Аналітичні текстові листівки бувають двох видів: публіцистичні і художні.

Зміст публіцистичних листівок має, як правило, загальний характер і відрізняється гострим, публіцистичним стилем. Вони являють собою найбільш розповсюджений вид аналітичних листівок.

У художніх листівках застосовуються різні літературні жанри: вірші, проза, пародії, драматургія і т.п. Художні листівки впливають у першу чергу на почуття, настрої людей. Такі листівки найчастіше відрізняються сентиментальністю й розраховані на те, щоб викликати в адресата тугу за домівкою, родиною або почуття страху за своє життя.

Ілюстративною листівкою прийнято називати таку листівку, у якій використовуються переважно наочні засоби. Текст у такій листівці звичайно відіграє допоміжну роль, дозволяючи глибше зрозуміти ідею художнього задуму, сприяючи створенню певного враження про ілюстрації. Відмінна риса таких листівок – їхня помітність, наочність, виразність.

Аналітичні ілюстративні листівки за характером ілюстрацій підрозділяються на наступні види: фото і фотомонтаж, малюнок, комікс, карикатура, колаж, образотворча статистика (карти, схеми, діаграми, графіки і т.п.).

Особливим видом листівок є спеціальні листівки, що включають:

листівки-документи, маскувальні листівки, звернення і листи військовополонених (цивільних осіб), листівки-перепустки, листівки гасла й ін.

Листівки-документи містять тексти урядових документів, офіційних заяв, розпоряджень, звертань командування до населення і військ зарубіжних країн, ультиматумів. Вони відрізняються стабільністю змісту, можуть являти собою факсиміле оригіналів різних документів.

У маскувальних листівках зміст і поліграфічне оформлення маскується під відповідне видання (різні періодичні друковані видання, накази, таємну переписку, іншу службову документацію т.п.). Написання й оформлення такого роду листівок вимагає дуже високої професійної майстерності.

Звертання і листи військовополонених або цивільних осіб. Особливість тексту таких листівок у їх довірчому тоні, дохідливості. Їхніми авторами найчастіше є особи, що мають авторитет у населення. Такого роду листівки можуть видаватися не тільки у виді звернень, але також у виді заяв, листів, інтерв'ю з військовополоненими, демократично налаштованими політичними діячами, письменниками, представниками духовенства й інших осіб. Досить важливим елементом цих листівок є фотографії і факсиміле підписів їхніх авторів, їхні біографічні й службові дані (місце народження, рід діяльності, ступінь популярності в країні, для військовослужбовців - звання, особистий номер, військова частина і т.п.

Листівки - перепустки являють собою своєрідний документ для здачі в полон. Крім заклику до здачі в полон вони містять конкретні гарантії безпеки для осіб, що добровільно здалися в полон, указівки своїм військовослужбовцям щодо порядку поведінки з військовополоненими.

Листівки - гасла містять лаконічні тексти у формі закликів з метою спонукати читачів до бажаних конкретних дій, вчинків і т.п. Листівки-гасла мають, як правило, невеликий формат (1/32, 1/64 др. арк.). Їхній текст - гасла, прислів'я, цитати і т.п., - набирається великими шрифтами, друкується в кілька кольорів. Листівки-гасла можуть також виготовлятися у виді плакатів і розклеюватися в доступних для огляду місцях, на задніх бамперах легкових

автомобілів, на бойовій техніці й ін.

Газета для зарубіжної аудиторії. Газета для зарубіжної аудиторії – один з ефективних і поширених видів друкованої пропагандистської продукції. Газети видаються переважно для населення країн (районів), звільнених або зайнятих нашими військами, а також для військовополонених.

Так, у роки Великої Вітчизняної війни одним з розповсюджених видань була ілюстрована газета "Фронт ілюстрірте", що виходила на німецькій, румунській, італійській і фінській мовах. Популярна була газета "Фройес Дойчланд", що видавалася Національним комітетом "Вільна Німеччина". Досвід Великої Вітчизняної війни показав, що в перший період після звільнення зарубіжної країни, коли місцевий демократичний друк ще не сформувався, газети, видавані органами спецпропаганди, були для місцевого населення єдиним джерелом інформації про міжнародне і внутрішнє життя. За допомогою газети радянське командування мало можливість проводити необхідну політичну й організаторську роботу в народних масах. Наочним прикладом у цьому відношенні служать видання ними газет "Дойче цайтунг", "Теглихе рундшау", що виходили після війни в східній Німеччині.

Газета для закордонної аудиторії має цілий ряд специфічних особливостей: передача змісту іноземною мовою, своєрідна добірка і розташування газетних матеріалів, характерні тільки для неї форми і способи подачі інформації, наявність своєрідних структурно-композиційних і графічних елементів, що відповідають прийнятим у даній країні нормам і правилам; оригінальність мовного і стилістичного оформлення матеріалів, наявність особливих газетних жанрів і рубрик і т.п. Крім того, закордонний читач сприймає газетну інформацію у відповідності з виробленими в нього стереотипами - певними моделями, за якими засвоюється і включається в систему поведінки отримана інформація. Так, стереотип сприйняття, властивий більшості населення країн Заходу, вимагає, щоб матеріали газети були динамічні, несподівані і цікаві, щоб містилася коментована інформація, були різноманітні ілюстрації, рекламний і

довідковий матеріал.

При підготовці газети для зарубіжної аудиторії потрібно насамперед добре знати і враховувати світогляд і рівень свідомості читачів, їхній соціальний, національний, професійний, релігійний склад, інформаційні запити, відношення до нашої пропаганди.

Журнали, брошури, книги на іноземних мовах як види друкованих інформаційно-пропагандистських матеріалів призначаються насамперед для населення, а також військовополонених. Поряд з цим можуть видаватися і для особового складу військ зарубіжних країн. Найбільш сприятливими для їхнього поширення є мирний час і загрозовий період.

До характерних рис журналів, брошур і книг можна віднести можливість висвітлення в них тематичних багатопланових матеріалів, широке використання різних засобів наочності, можливість багаторазового прочитання і тривалого збереження.

6.2. Інформаційно-психологічний вплив за допомогою усного мовлення

Інформаційно-психологічний вплив на об'єкти психологічної боротьби через безпосереднє або опосередковане спілкування (усна пропаганда) є однією з основних форм ПсО. У рамках *безпосереднього спілкування* проводяться мітинги, читаються лекції, організуються виступи з доповідями, проводяться бесіди з військовослужбовцями і місцевим населенням. *Опосередковане спілкування здійснюється за допомогою переносних гучноомовних станцій або змонтованих на всюдиходах (БРДМ, БТР), вертольотах, і називається усним мовленням.* Усне мовлення відрізняється цілим поруч переваг у порівнянні з іншими формами ведення ПсО. Для прийому передачі усного мовлення слухачі не мають потреби в яких-небудь технічних засобах, з їх боку не потрібно починати яких-небудь дій, за які командування могло б їх покарати, тому що в зоні прослуховування програми усного мовлення змушені слухати всі особи незалежно від їхнього бажання.

Програми усного мовлення характеризуються високою оперативністю,

можливістю використання в них самої свіжої військово-політичної інформації. Для створення програм усного мовлення не потрібно великих матеріальних витрат, вони можуть бути підготовлені за невеликий проміжок часу. Передача і прийом інформації в усному мовленні здійснюються одночасно, що дозволяє організувати пряму передачу, вносити корективи в заздалегідь підготовлені зведення відповідно до обстановки, безпосередньо реагувати на поведження об'єктів впливу. Рухливість гучномовних станцій дає можливість оперативно організувати передачі на відповідну аудиторію.

Усному мовленню властивий високий ступінь конкретності, тому що воно спрямовано на порівняно невелику, строго визначену аудиторію. Використання в програмах конкретних фактів і прикладів з життя конфронтуючих частин і підрозділів, подій, відомих об'єктам впливу, різко підвищує їхню актуальність, доказовість і переконливість.

Коллективне прослуховування передач усного мовлення робить певний психологічний вплив на особовий склад військ і населення зарубіжних країн, дозволяє безбоязно обговорювати інформацію поширену протилежною стороною.

Усне мовлення, використовуючи музику, шуми й інші засоби, може робити відповідний емоційний вплив. У сприятливій обстановці можна сполучити ведення усного мовлення з вогневим впливом, щоб зробити психологічний тиск на об'єкт впливу, змусити його швидше піти назустріч нашим закликам.

Разом з тим усне мовлення має недоліки, що можуть знижувати ефективність його пропагандистського і психологічного впливу, а саме:

- на якість ведення програм усного мовлення істотний вплив можуть робити бойові й інші шуми, погодні і кліматичні умови, інші перешкоди;
- дія передач усного мовлення обмежено визначеним простором;
- у супротивника є можливість виявляти і придушувати гучномовні засоби.

Об'єктами усного мовлення в загрозований період можуть бути службовці військ прикордонної охорони, підрозділи військ прикриття державного кордону; підрозділи розвідувальних, інженерних і інших частин, висунутих до кордону;

жителі розташованих біля кордону населених пунктів; організовані супротивником на кордоні скупчення людей, демонстрації, мітинги і т.п.

У воєнний час об'єктами впливу усного мовлення можуть бути: зупинені війська чисельністю до батальйону, оточені угруповання супротивника; групи, що відбилися від своїх військ, підрозділи, дезертирів; військовополонені в пунктах збору, таборах; населення зайнятих (звільнених) районів, колони біженців.

Програми усного мовлення містять коротку, цікаву інформацію. Ефективність програм усного мовлення багато в чому залежить від того, наскільки вдало сполучиться зміст передачі з її музичним (шумовим) оформленням.

По стильовому викладі матеріалу програми усного мовлення підрозділяються на *інформаційні, аналітичні та ультимативні*. *Інформаційні* програми усного мовлення - це ділові, без коментування повідомлення про факти, що мають істотне значення для правильного розуміння слухачами сформованої обстановки.

Ці програми можуть містити інформацію як загального, так і місцевого значення, що характеризує положення у світі, в окремих країнах, на фронті в цілому і на його окремих ділянках. Така інформація є особливо цінною в тих випадках, коли вона ще не відома слухачам, і ми можемо першими прокоментувати її.

Інформаційні програми не призивають слухачів прийняти негайні рішення. Їх мета - оперативно довести до аудиторії конкретну інформацію, змусити осмислити її і тим самим підготувати підґрунтя для наступного ухвалення рішення.

Аналітичні програми роз'яснюють об'єктивні причини реально сформованої політичної і військової обстановки і спонукують слухачів робити висновки, у тому числі визначаючи їх подальшу поведінку

Аналітичним програмам властиво широка жанрова розмаїтість матеріалів: повідомлення на різні теми, бесіди з військовополоненими, їхні виступи і

звертання, огляди листів військовослужбовців, коментарі службової документації і т.п. Такого роду програми можуть бути тематичними, тобто містити інформацію з однієї теми.

Ультимативні програми усного віщання містять звертання, заклики, ультиматуми, пов'язані з гаслами практичної дії, а також роз'яснюють наслідки їхнього виконання і невиконання. Такі програми доцільні в тих випадках, коли обстановка дозволяє нам диктувати свої умови. Ультимативними програмами можуть бути накази командування військам або населенню зарубіжних країн, звертання командирів супротивника, що здалися або захоплених у полон, до особового складу своїх частин і підрозділів і т.п.

Різновидом програм усного мовлення є так називані *тексти-рамки*. Вони являють собою готові програми, написані заздалегідь, і призначені для типової бойової обстановки. У тексті цих програм маються пропуски для подальшої підстановки дат, географічних назв, прізвищ, найменувань частин і т.п. Цим досягається оперативність передач і можливість надати кваліфіковану допомогу працівникам нижчої ланки, що недостатньо володіє іноземною мовою. У текстах-рамках звичайно передаються звертання до супротивника після успішного бою наших військ на даній ділянці фронту, артилерійського ураження його позицій, звертання ультимативного характеру до оточеного або блокованого супротивника.

Висока оперативність при використанні гучномовних станцій, особливості тактики їхнього застосування й одночасно уразливість від вогневих засобів супротивника вимагають враховувати різні технічні умови підготовки програм усного мовлення.

За способами підготовки програми усного мовлення розділяються на:

- програми в записі. Підготовлена програма цілком записується на магнітну стрічку. Це, як правило, виступи військовополонених, перебіжчиків, представників громадськості супротивника. Передача попередньо записаних програм не вимагає присутності диктора-перекладача;

- прямі передачі. Можуть здійснюватися на основі заздалегідь

підготовленого і затвердженого тексту, окремих елементів тексту, викладених у виді тез, і, у виняткових випадках, у формі діалогу диктора зі слухачами, за умови, що заздалегідь підібрані факти, аргументи, слова і вислови. Прямі передачі мають високу ефективність, їх ведуть диктори-перекладачі, які не тільки відмінно володіють відповідною іноземною мовою, мають дикторську підготовку, але і добре знають об'єкти впливу, їхній морально-психологічний стан, а також володіють здатністю швидко орієнтуватися в обстановці, вчасно і вірно реагувати на її зміни;

- змішані передачі. Вони включають як програми в записі, так і пряму передачу. У змішаних передачах заздалегідь підготовлені, високоякісні програми усного мовлення доповнюються актуальними повідомленнями, що враховують зміни обстановки й особливості об'єктів впливу, що значною мірою підвищує їхню ефективність.

Програма усного мовлення повинна мати тематичний стрижень. Це вимога, однак, не відноситься до інформаційного блоку програми, оскільки далеко не у всіх випадках можливо (хоча бажано) відібрати для програми інформаційні повідомлення з нейтральних джерел, що і відносилися б до одного питання, і були б актуальні.

6.3. Інформаційно-психологічний вплив образотворчими засобами.

Інформаційно-психологічний вплив образотворчими засобами - це *вплив за допомогою виразних художніх або плакатних засобів, що несуть пропагандистський емоційний заряд і реалізуються винятково через зорові сприйняття з метою формування в об'єктів ППО соціально-політичних установок.* Він здійснюється шляхом оформлення і використання спеціальних плакатів, транспарантів, фотостендів, продукції з відповідною символікою і текстами на іноземних мовах, створення голографічних зображень і т.п.

Основними матеріалами інформаційно-психологічного впливу образотворчими засобами можуть бути: плакат, транспарант, гасло, фотомонтаж, фотогазета, фотовиставка, стінна газета, карикатура, виставка, мальовані серії (комікси), карти, схеми і т.п.

Інформаційно-психологічний вплив образотворчими засобами застосовується в основному для надання впливу на населення зарубіжних країн, а також на війська в мирний час, загрозливий період і в умовах бойової обстановки, якщо для цього мають відповідні можливості. Такі можливості можуть створюватися, наприклад, при перебуванні наших військ в обороні, при веденні бойових дій у населених пунктах, при розгромі оточених або блокованих угруповань супротивника. Сприятливі умови для здійснення інформаційно-психологічного впливу образотворчими засобами є також у таборах військовополонених. Інформаційно-психологічний вплив образотворчими засобами має ряд переваг у порівнянні з іншими формами ведення ІПСО.

По-перше, це можливість здійснення багаторазового впливу. Матеріали інформаційно-психологічного впливу образотворчими засобами здійснюють масовий вплив. Експоновані у певному місці окремі екземпляри можуть сприйматися багатьма людьми, впливати багаторазово протягом якогось проміжку часу. Багаторазовий вплив плакатів і гасел полегшує запам'ятовування і засвоєння матеріалу, сприяє виникненню або зміцненню деяких установок. Разом з тим період експонування визначеного зразка обмежений часовими рамками, тому що той самий стимул, що діє досить тривалий час, стає звичним, перестає викликати відповідну реакцію.

По-друге, матеріали інформаційно-психологічного впливу образотворчими засобами розраховані на зорові рецептори, тобто на найбільш ємний, найбільш спеціалізований канал передачі інформації в кору головного мозку. Психологи вважають, що майже 40 відсотків усієї почуттєвої інформації людина одержує за допомогою зору. Будучи багатомірним стимулом, зображення може бути насичено значною за обсягом інформацією. Воно дозволяє передати людині досить повний опис подій більш ощадливим способом з погляду законів сприйняття. Крім того, те, що ми бачимо, швидше і легше приймається як істина, викликає менше сумнівів. Це особливо відноситься до фотографії.

По-третє, матеріали інформаційно-психологічного впливу образотворчими засобами впливають "підсвідомо". Під їхнім впливом у глядача без свідомих

зусиль з його боку можуть виникати деякі інтелектуально-емоційні явища (переконання, судження). Це відбувається при закріпленні в пам'яті, крім свідомості людини, результатів багаторазового впливу тих самих зорових стимулів.

В роки Великої Вітчизняної війни різні види наочної агітації розташовувалися на передньому краї на відстані, що дозволяє супротивникові прочитати них. Іноді гасла і транспаранти переправлялися за допомогою повітряних куль при наявності побіжного вітру убік або уздовж переднього краю супротивника.

Різні матеріали інформаційно-психологічного впливу образотворчими засобами можуть знайти своє застосування й у сучасних умовах. Підтвердження цьому - досвід спец пропаганди в Афганістану, де наочна агітація, особливо малюнки і карикатури, були досить дохідливою і діючою формою політичної пропаганди. Для ведення політичної роботи серед населення Республіки Афганістан були випущені спеціальні упакування для розподілу соціальної допомоги - паперові пакети під продовольство, полістиролові стаканчики, сірникові коробки з багатоколірними малюнками, налагоджений випуск вимпелів, настінних календарів, різного роду наклейок, тощо.

Кодування інформації при інформаційно-психологічному впливі образотворчими засобами. Зміст візуально сприйманого повідомлення повинний бути переданий за допомогою зрозумілих для аудиторії знаків.

У ході інформаційно-психологічного впливу образотворчими засобами найчастіше користуються наступними кодовими засобами: графічно представленим словом, знаком, символом, кольором. На практиці для посилення впливу часто застосовують одночасно всі кодові засоби. мета кодування полягає в тому, щоб інформація була зрозумілою, досить легко й адекватно сприймалася людьми.

Графічно представлене слово є основним конструктивним елементом таких матеріалів інформаційно-психологічного впливу образотворчими засобами, як гасло, транспарант, цитата. Крім того, воно може виступати як сполучний

елемент, що пояснює або підсилює зміст.

Посилення значимості слів може бути досягнуто відповідним способом їхнього представлення. Це насамперед відноситься до концентрації великого змісту в малій кількості слів. Як свідчить досвід, ефективність довгих гасел надзвичайно низька. Експерименти показують, що для дорослих людей середня кількість предметів, що залучають увагу, не перевищує 8. Це значить, що людина може одночасно правильно визначити 8 експонованих предметів. Якщо віднести ці дані до інформаційно-психологічного впливу образотворчими засобами, то можна сказати, що пропагандистський текст, що читається, повинний містити близько 8 слів.

Але головне не в точних межах словесного обсягу експонованих текстів, а в дотриманні загального принципу "максимум змісту - мінімум слів". Прагнення до стислості є однією з умов ефективності гасел. Слова повинні не тільки передавати зміст, але і викликати певні думки й почуття. Слова для гасел підбираються дуже ретельно і містять щось значиме. Гасла запам'ятовуються легше, якщо слова в них римовані.

Знаки. Стислість змісту матеріалів інформаційно-психологічного впливу образотворчими засобами вимагає особливих, помітних форм передачі. Такою формою може бути відповідно зображений знак. Функція знака в меншому ступені полягає в передачі інформації, а в більшому – у стимулюванні певних емоцій.

За допомогою знаків можуть кодуватися конкретні дані, що мають матеріальні аналоги, або деякі загальні конкретні поняття. Тому можна розрізняти дві групи знаків: *іконічні* – натуральні предмети, що заміщають, за принципом подібності, і *ідеограми* – передавальні поняття, а не подібність.

Знак, що акумулює зміст матеріалу інформаційно-психологічного впливу образотворчими засобами і передаючий його в помітній, привабливій формі, дуже ефективний засіб надання впливу.

Знаком може бути відповідний малюнок на плакаті, знімок, картина і т.п.

Знак дуже швидко сприймається нашою свідомістю. Особливо це

відноситься до простого і знаків , що легко читаються, без зайвих прикрас, ускладнених форм. Основне завдання, що стоїть перед творцем плаката, полягає в тому, щоб весь зміст плаката став зрозуміле протягом однієї секунди або найбільших 5-6 секунд. Знак повинний бути оригінальним, щоб його помітили, і звичним, щоб його зрозуміли.

Символ. Якщо графічно представлене слово або знак виконує крім психологічної ще й інформативну функцію, то символ виконує насамперед психологічну функцію. Символом може бути предмет, знак, колір, які викликають сильні емоційні асоціації, пов'язані з певними подіями, діями або почуттями.

Символи спрощують і конкретизують складні історичні і суспільні події, збуджують визначені емоції і впливають на спосіб мислення.

Особливу групу складають політичні символи.

Колір. Колір - один з найдужчих засобів впливу на психіку людини. Психологи запевняють, що колір здатний навіть народжувати звукові асоціації. У деяких людей колір міцно пов'язаний з яким-небудь словом або групою слів. Правильне використання кольору в матеріалах інформаційно-психологічного впливу образотворчими засобами вимагає дотримання певних норм. До них відноситься, у першу чергу, сполучення (комбінація) кольорів. Воно полягає у відповідності вибору і розміщення кольорів тим цілям, які ми хочемо досягти. Правильне сполучення кольорів створює гармонію, з'єднує кольори в такі групи, що викликають певні враження і почуття. Так, жовтий колір - колір тепла, радості; зелений - спокою; блакитний теж заспокоює; чорний і червоний - кольори смерті і тривоги; білий - нейтральний, і тому його охоче використовують як фон. Варто враховувати також, що в різних народів різне відношення до гамм кольорів.

Задача кольору - доповнювати зміст і емоційно збагачувати його. Неправильно підібрані стосовно змісту кольору викликають дисонанс, що негативно позначається на сприйнятті.

Символи повинні бути постійно того самого кольору. Як показує досвід,

при зміні кольору символи втрачають емоційні якості, що пояснюється суспільно встановленими нормами сприйняття, у яких символ і його колір утворюють постійний зв'язок.

7. Інформаційно-психологічна протидія негативному інформаційно-психологічному впливу

У світовій літературі теоретичні проблеми інформаційно-психологічної протидії розглядаються в рамках теорії “психологічної війни” як заходи, які спрямовані на протидію інформаційному і психологічному впливу противника. *Інформаційно-психологічна протидія* – це психологічний вплив на власну аудиторію, яка одночасно є мішенню для пропаганди (психологічних операцій) противника (опозиції), з метою нейтралізації або зведення до мінімуму ефекту від ворожої пропаганди. Вона включає комплекс заходів, спрямованих на захист певної системи світоглядних орієнтирів, настанов, стереотипів, на основі яких ґрунтується високий морально-психологічний стан військ та здатність народу до опору агресору. За американською класифікацією такий вид діяльності відноситься до “консолідувальної пропаганди”.

Вирішення проблеми інформаційно-психологічної протидії в сучасних умовах – завдання надзвичайно складне, особливо якщо брати до уваги складну суспільно-політичну і соціально-економічну обстановку в державі, а також негативні тенденції, які мають місце у якісній характеристиці призовників.

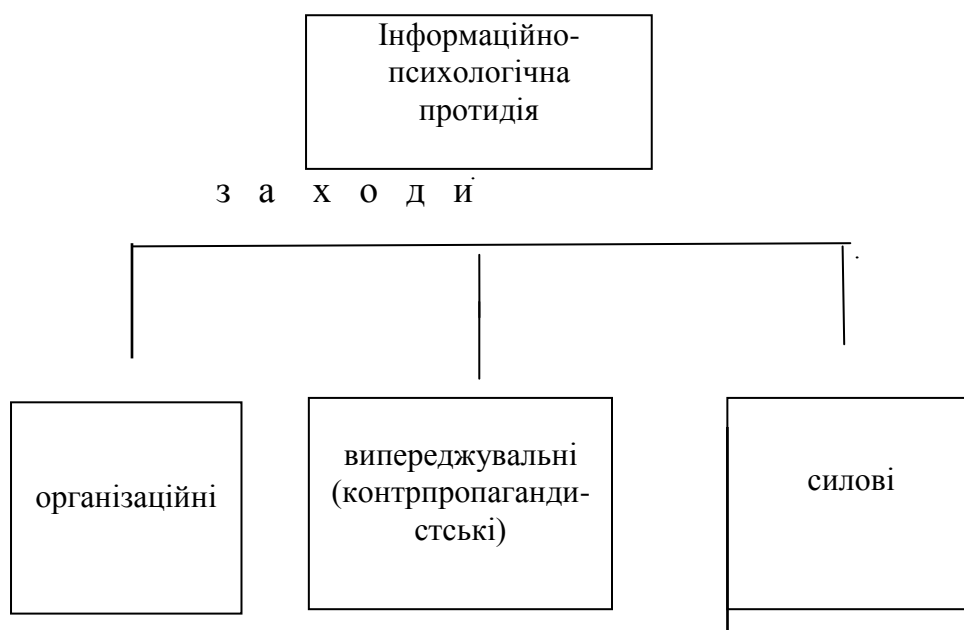
На сьогодні у вітчизняній науковій літературі остаточно ще не визначені єдині методологічні основи організації протидії інформаційно-психологічному впливу противника. Одні вчені поділяють усі методи протидії за їх спрямованістю на методи, які спрямовані на зміну психіки військовослужбовців, і на такі, що спрямовані на зміну об'єктивної реальності, умов діяльності військовослужбовців. Інші вчені умовно поділяють всі заходи протидії на профілактичні (випереджувальні) заходи і заходи з нейтралізації негативного інформаційно-психологічного впливу противника та умов бойової обстановки.

Концепція морально-психологічного забезпечення підготовки та ведення операцій (бойових дій) Збройних Сил України визначає, що інформаційно-психологічна протидія – це комплекс заходів стосовно прогнозування,

профілактики та зриву інформаційно-психологічного впливу противника, нейтралізації його намагань дезінформувати та деморалізувати особовий склад наших військ (сил), дезорганізувати його бойову діяльність. **Концепція морально-психологічного забезпечення підготовки та ведення операцій (бойових дій) Збройних Сил України. Наказ Міністра оборони України № 142 від 05.05.1999.**

Досягнення ефективності при організації протидії інформаційно-психологічному впливу противника вимагає врахування багатьох факторів, здійснення активних організаційних заходів, проведення випереджувальної контрпропагандистської роботи, вогневе ураження та електронне придушення сил та засобів психологічної боротьби.

Інформаційно-психологічна протидія являє собою надзвичайно складний, багаторівневий процес, який передбачає участь в ній командувачів (командирів), штабів та органів з гуманітарних питань всіх рівнів. Вона включає в себе організаційні, випереджувальні (контрпропагандистські) і силові заходи (див. мал.. 7.1).



Мал.. 7.1. Структура інформаційно-психологічної протидії

До основних організаційних заходів інформаційно-психологічної протидії належать:

організація діяльності кореспондентів вітчизняних та зарубіжних інформантств кореспондентськими центрами видів Збройних Сил та оперативних командувань;

аналіз, узагальнення змісту та технологій діяльності державних засобів масової інформації, а також підрозділів психологічних операцій противника при проведенні інформаційно-психологічних акцій;

перегляд, аналіз та висновки із змісту та характеру інформації, що розповсюджується на сторінках Інтернет;

відновлення системи інформації в умовах знищення противником державних телекомунікацій та виведення з ладу військових засобів інформування особового складу.

Випереджувальні (контрпропагандистські) заходи:

надання вітчизняним та іноземним кореспондентам інформації про застосування військ (сил);

розповсюдження через Інформбюро Ставки ВГК, засоби масової інформації, мережу Інтернет фактів і подій застосування військ (сил);

створення сайтів в мережі Інтернет про застосування військ (сил), викриття та упередження психологічних акцій противника;

здійснення безперервного, об'єктивного, психологічно доцільного інформування особового складу та органів управління;

своєчасне виявлення, попередження розповсюдження негативної інформації, чуток, міфів, а також збір та знищення листівок та інших інформаційно-пропагандистських матеріалів в районах застосування військ.

До *силових* способів інформаційно-психологічної протидії слід віднести розвідку, знаходження та ураження об'єктів інформаційно-психологічного впливу супротивника авіацією, ракетним та артилерійським вогнем, придушення його засобами радіоелектронної боротьби та інше. До силових також доцільно віднести прийоми:

- деблокування;

- ототожнення;
- постановку завдань підрозділам протиповітряної оборони на ураження засобів поширення агітаційно-пропагандистських матеріалів (повітряних лантух, літальних апаратів тощо);
- призначення в підрозділах спостерігачів для виявлення місць викиду листівок та інших пропагандистських матеріалів та засобів;
- призначення спеціальних команд для збору та знищення пропагандистських матеріалів та засобів, що розповсюджує супротивник.

Основними функціями протидії інформаційно-психологічному впливу противника є:

Інформаційно–роз’яснювальна, яка передбачає викриття політичної та ідеологічної спрямованості інформаційно-психологічного впливу супротивника.

Політико–орієнтуюча – виявлення намірів, мети та завдань що переслідуються супротивником та їх доведення до об’єктів можливого впливу.

Технічно-захисна – розвінчання способів і прийомів що використовує супротивник при здійсненні інформаційно-психологічного впливу, показ його соціально-психологічних механізмів.

Нейтралізуюча – пояснення ефекту який очікує отримати супротивник у наслідок свого інформаційно-психологічного впливу, форм, методів та засобів за допомогою яких він здійснює поширення інформації та способів протидії цьому.

Об’єднувальна - об’єднання суспільства, певних соціальних груп, військових колективів перед загрозою інформаційної, а можливо й військової експансії.

Виховна – виховання в суспільстві у військових колективах почуття єдності, здібності протистояти інформаційно-психологічному впливу супротивника.

Інформаційно-психологічна протидія має бути оперативною, надійною, безперервною. Оперативність передбачає на основі аналізу та узагальнення відповідними органами державного та військового управління характеру, змісту, цілей, форм та методів психологічних акцій противника оперативно реагувати на

них, доводити до особового складу та населення дійсний стан речей. Надійність передбачає створення ефективного бар'єру проникнення психоакцій противника у свідомість військовослужбовців та населення в регіоні застосування військ. Безперервність – це постійне відслідковування цих процесів як під час бойових дій, так і поза ними.

Головні зусилля системи заходів протидії інформаційно-психологічному впливу противника зосереджуються на попереджувальній контрпропагандистській роботі. Ця система передбачає:

визначення факторів бойової, суспільно-політичної та морально-психологічної обстановки, які можуть бути використані противником для інформаційно-психологічного впливу на наші війська;

вивчення, аналіз та узагальнення змісту, форм, методів, способів та прийомів інформаційно-психологічного впливу противника, прогнозування його можливих наслідків, роз'яснення військовослужбовцям мети, завдань та технологій психологічних операцій противника, можливостей їх технічних засобів;

виявлення сил і засобів психологічних операцій противника, встановлення їх бойових можливостей та порядку застосування, вживання заходів щодо припинення їх діяльності (вогневе ураження, електронне придушення) телевізійних і радіозасобів, систем супутникового зв'язку, мереж Інтернет, підрозділів психологічних операцій противника скоординованими діями розвідки, радіоелектронної боротьби, ракетних військ і артилерії, авіації;

нейтралізацію діяльності інформаційних агенцій, органів психологічних операцій противника через випереджене розповсюдження у засобах масової інформації країни, комп'ютерних мережах Інтернет, органах військового управління фактів і подій застосування військ (сил);

попередження (припинення) розповсюдження негативної інформації (чуток) через безперервне, об'єктивне, психологічно доцільне інформування військовослужбовців, своєчасне знищення листівок та інших дезінформаційних матеріалів противника, обмеження індивідуального використання особовим

складом радіоприймачів, організація контролю за використанням радіозасобів в підрозділах зв'язку;

організацію взаємодії (співробітництва) з питань проведення заходів протидії інформаційно-психологічному впливу противника (антидержавницьких сил) з органами державної влади та органами місцевого самоврядування, з відповідними органами Прикордонних військ, внутрішніх військ Міністерства України з питань надзвичайних ситуацій та у справах захисту населення від наслідків Чорнобильської катастрофи, з органами Служби безпеки України^{vi}.

Таким чином, *основними напрямками* в організації протидії негативному інформаційно-психологічному впливу противника можуть бути:

1. Організація розповсюдження через зведення Інформбюро Ставки ВГК, кореспондентські центри, засоби масової інформації, мережу Інтернет фактів і подій застосування військ (сил). Створення керованої системи надання інформації. Допуск кореспондентів інформаційних агенцій в райони бойового застосування військ (сил) здійснювати виключно через кореспондентські центри видів Збройних Сил України, оперативних командувань.

2. Забезпечення цілодобового перегляду (прослуховування) телевізійних та радіопередач противника, сторінок мережі Інтернет (державних та сил ПсО, що використовуються в інтересах інформаційно-психологічних акцій) з метою визначення об'єктів, характеру та спрямованості інформаційно-психологічного впливу, його мети і можливих наслідків. Створення в мережі Інтернет сайтів з випереджувальною контрпропагандистською проблематикою, налагодження системи інформаційно-пропагандистського забезпечення на оперативно-тактичному рівні.

3. Спільно з органами управління розвідки, радіоелектронної боротьби, авіації, ракетних військ і артилерії виявлення сил і засобів психологічних операцій противника, визначення їх бойових можливостей, вживання заходи щодо припинення їх діяльності (вогневе ураження, електронне придушення).

4. Через безперервне, об'єктивне, психологічно доцільне інформування військовослужбовців попередження (припинення) розповсюдження негативних

чуток, своєчасне знищення листівок та інших дезінформаційних матеріалів противника, обмеження індивідуального використання воїнами радіоприймачів, організація суворого контролю за використанням радіозасобів в підрозділах зв'язку.

5. Для проведення консолідаційних заходів, відновлення духовних та фізичних сил особового складу в районах зосередження військ (сил), військових лікувальних закладах, пунктах психологічної реабілітації забезпечення діяльності мобільних агітаційно-пропагандистських груп (від будинків офіцерів усіх рівнів), концертних бригад від ансамблів пісні і танцю, колективів художньої самодіяльності будинків офіцерів та пересувних експозиційних виставок Центрального музею Збройних Сил України.

6. У разі знищення державної трансляційної радіо- телемережі для прийняття сигналу супутникової станції центрального телебачення розгортання на командних пунктах об'єднань та з'єднань мобільних ретрансляційних установок супутникового телебачення обласних телерадіокомпаній. Залучати для цього місцеві органи державної влади.

7. Для формування стійкого інформаційного поля військ (сил) в умовах знищення противником державної телерадіокомунікаційної мережі у прикордонних районах застосування в кожному об'єднанні принаймні однієї середньохвильової радіостанції як ретранслятора радіопередач центрального радіо.

8. Організація безперервного бойового та політичного інформування військовослужбовців, роз'яснення мети, завдань, форм і методів психологічних операцій противника, можливостей їх технічних засобів. Забезпечення особового складу військ (сил) психологічно доцільною інформацією, друкованими виданнями.

9. Надання допомоги загонам психологічної боротьби у підготовці та виготовленні агітаційно-пропагандистських матеріалів, спільно визначати об'єкти інформаційно-психологічного впливу, найбільш доцільні форми і методи розповсюдження агітаційно-пропагандистських матеріалів.

10. Забезпечення взаємної узгодженості заходів інформаційно-психологічної протидії та психологічної боротьби. Організація співробітництва з питань проведення заходів протидії інформаційно-психологічному впливу противника з органами державної влади та органами місцевого самоврядування, а також взаємодії з відповідними органами Прикордонних військ, Внутрішніх військ Міністерства внутрішніх справ, Сил цивільної оборони Міністерства з питань надзвичайних ситуацій та у справах захисту населення від наслідків Чорнобильської катастрофи, органами Служби безпеки.

Для здійснення заходів інформаційно-психологічної протидії можуть бути задіяні наступні сили та засоби морально-психологічного забезпечення: органи виховної роботи видів Збройних Сил України, об'єднань, з'єднань і частин; групи цілодобового перегляду і прослуховування телевізійних та радіопередач, мережі Інтернет; інформаційне бюро при Ставці верховного головного командувача; кореспондентські центри Збройних Сил України, , оперативних командувань); кореспондентські групи друкованих видань Центру (журналу “Військо”, газети “Народна армія”), видів Збройних Сил України (газети “Вартові неба”, “Крила”, “Флот”), оперативних командувань (газети “Армія”, “Слава і честь”, “Північні військові відомості”); газети об'єднань та з'єднань; центральна теле- радіостудія Міністерства оборони, теле- радіостудія Військово-морських сил “Бриз”; мобільні ретрансляційні установки супутникового телебачення від обласних державних телерадіокомпаній; мобільні агітаційно-пропагандистські групи (від будинків офіцерів Збройних Сил, видів Збройних Сил, Оперативних командувань, гарнізонів, пересувні виставки Центрального музею Збройних Сил; концертні бригади ансамблів пісні і танцю (Збройних Сил, видів Збройних Сил, Оперативних командувань); концертні бригади Драматичного театру Західного Оперативного командування; похідні ремонтні майстерні технічних засобів виховання (Центральної бази технічних засобів пропаганди, баз та складів технічних засобів виховання видів Збройних Сил, Оперативних командувань, бригад матеріального забезпечення армійських корпусів); система психологічної

реабілітації військовослужбовців (на базі медичних закладів об'єднань, з'єднань та частин).

В інтересах інформаційно-психологічної протидії використовується державна поліграфічна база, державні телерадіоцентри, їх пересувні комплекси.

Порядок діяльності з організації протидії негативному інформаційно-психологічному впливу противника в загальному вигляді може бути наступним:

виявлення основних джерел негативного інформаційно-психологічного впливу;
визначення основного змісту, тез та аргументів офіційної пропаганди, технологій, форм і способів діяльності органів психологічних операцій, державних засобів масової інформації противника;

оцінка морально-психологічного стану своїх військ і населення в районі застосування військ (сил), можливості і ступінь негативного впливу;

уточнення та усунення факторів бойової, морально-психологічної обстановки, які активно використовуються противником для дезінформації та деморалізації військ (сил) і населення;

прогнозування можливого розвитку бойових дій, сценарію інформаційної (психологічної) операції противника;

постійне здійснення організаційних, випереджувальних (контрпропагандистських) та силових заходів протидії інформаційно-психологічному впливу противника.

Порядок організаційної діяльності, форми, методи, способи, технології протидії інформаційно-психологічному впливу противника залежать від воєнно-політичної, морально-психологічної обстановки, суспільно-політичних умов в районі застосування військ (сил), морально-психологічного стану своїх військ і населення, військ і населення противника, наявних сил і засобів, які залучаються та багатьох інших факторів.

Інформаційно-психологічна протидія є різновидом психологічного впливу. Саме тому, всі здобутки з питань психологічного впливу на людину, групи людей, які розроблені сучасною наукою можуть бути застосовані для проведення заходів протидії негативному інформаційно-психологічному впливу.

Є різні підходи до класифікації методів психологічного впливу. Метод (від лат. *metod* - шлях) – це внутрішня упорядкованість, узгодженість прийомів та способів для досягнення визначної мети. Так, київські політтехнологи В. Іванов, Є.Матвієнко, В. Патрушев [

<i>Безбах В.Г., Онищук М.І.</i>	<i>Протидія інформаційно-психологічному впливу противника: Навч.-методичний посібник. – К.: НАОУ, 2002. – 40 с.</i>
---------------------------------	---

] умовно поділяють їх на формуючі, стимулюючі, стримуючі та руйнівні.

Протидія негативному інформаційно-психологічному впливу, головним чином, визнається як руйнівна технологія інформаційно-психологічному впливу супротивника та негативному впливу навколишнього середовища, але використовує також і формуючі та стимулюючі психотехнології.

Інші спеціалісти, наприклад, Е. Л. Доценко [

<i>Доценко Е.Л.</i>	<i>Психология манипуляций. – М: Черо, 1997.- 343 с.</i>
---------------------	---

с. 153], поділяють усі методи психологічного захисту на специфічні та неспецифічні.

Неспецифічні методи протидії застосовують проти інформаційно-психологічного впливу супротивника будь-якого змісту. Тобто ці методи є універсальними, наприклад, інформаційна блокада.

Специфічні методи протидії є релевантними (відповідним) змісту інформаційно-психологічного впливу супротивника, У залежності від обраної супротивником цільової аудиторії, набору аргументів пропаганди розробляються відповідні заходи протидії та набір контраргументів. Таких специфічних методів може бути досить багато.

Існує й інший підхід до структуризації методів інформаційно-психологічного впливу, який був висунутий Д.Волкогоновим [

<i>Волкогонов Д.А., Даниленко И.С., Кимов И.А.,</i>	Контрпропаганда и практика. М: Воениздат, 1988. – 238 с.
---	---

с.162]. На його думку усі методи умовно поділяються на:

- метод прогнозування;
- метод профілактики;
- метод нейтралізації;
- метод дискредитації.

Враховуючи вітчизняний та світовий досвід, до вказаних методів доцільно додати метод зриву інформаційно-психологічного впливу супротивника

Метод *прогнозування* означає передбачення очікуваного розвитку тих або тих подій, явищ та процесів. Тобто, при організації протидії інформаційно-психологічному впливу командирам, штабам, органам з гуманітарних питань необхідно здійснити вірну оцінку й прогноз можливих дій сил і засобів інформаційно-психологічного впливу супротивника на наші війська.

Як показує досвід сучасних локальних війн та збройних конфліктів райони зосередження, шляхи висування військ, райони оборони будуть щільно залистовуватися, піддаватися потужному радіо- телевізійному та гучномовному впливу.

Знаючи державу, що здійснює ІІсО, цілком можливо передбачити тематику, символіку, сили, засоби та спрямованість її впливу.

Наприклад, за поглядами військових психологів США, найбільшої шкоди морально-психологічному стану військ завдають такі фактори, як небезпека, дискомфорт, недостача їжі, відсутність бойового досвіду, негативне відношення до цілей і дій керівництва, незадоволеність командуванням й інше. Відповідно, саме ці явища будуть об'єктом інформаційно-психологічного впливу на особовий склад наших військ та цивільне населення. У зв'язку з цим постає необхідність спрогнозувати можливий рівень ураження наших військ пропагандою й психологічним впливом супротивника, виявити групи та окремих військовослужбовців, які будуть об'єктами психологічного впливу та більше усього піддаватися деморалізації. До них можна віднести людей з помітною нервово-психологічною нестійкістю, з високою психодіагностичною провідністю та тривожністю.

Метод *профілактики*. У ході передачі пропагандистського повідомлення між комунікатором і реципієнтом (об'єктом впливу) можуть виникнути перешкоди різного характеру. Однією з серйозних перешкод для пропаганди є сформовані у свідомості людини психологічної установки. Різність установок може призвести до відторгнення пропагандистських матеріалів протилежної сторони. Завданням профілактики буде формування таких установок, які зробили б пропаганду супротивника неефективною. Випереджувальне формування установок важливе ще й тому, що змінювати їх набагато складніше аніж формувати. Особливого значення сьогодні набуває необхідність формування в населення України, в особового складу Збройних Сил національної самосвідомості та патріотизму. Цей довготривалий процес повинний здійснюватись постійно й систематично. В Указі Президента України від 15.03.2002 № 258/2002 “Про невідкладні додаткові заходи щодо зміцнення моральності в суспільстві та утвердження здорового способу життя” вказується, що захист моральності, утвердження в суспільстві загальнолюдських цінностей, здорового способу життя, докорінне вдосконалення системи духовного, морально-етичного, патріотичного, правового, естетичного та екологічного виховання є на сучасному етапі одним із найбільш пріоритетних напрямів діяльності Кабінету Міністрів України, всіх центральних та місцевих органів виконавчої влади, інших державних органів, навчальних закладів, засобів масової інформації та правоохоронних органів. **[Указ Президента України від 15 березня 2002 року, № 258/2002 “Про невідкладні додаткові заходи щодо зміцнення моральності у суспільстві та утвердження здорового способу життя” // Армія України. – 2002. – 18 травня.]**

Якщо характеризувати метод профілактики відносно полеміки з ворожою пропагандою, то можна сказати, що профілактика (попередження) – це розробка аргументів на користь тих положень і політичних установок держави, які у світі явищ і тенденцій, що відбуваються, можуть стати об'єктами фальсифікацій.

Важливого значення отут набуває випереджувальна інформація. Вона передуює інформації, що іде з ворожих державі джерел, створює установки через які не проникають у свідомість людини ворожі ідеї, подивися, настанови.

Словник-довідник з проблем морально-психологічного забезпечення життєдіяльності та застосування військ (сил) ВГІ НАОУ визначає, що заходи інформаційно-психологічної протидії повинні випереджувати й викривати ідеологічних диверсантів. “Це означає, що всією системою виховного й морально-психологічного забезпечення необхідно формувати національно-патріотичну переконаність військовослужбовців, яка є гарантом відторгнення ворожої пропаганди, її намагань дискредитувати зовнішню та внутрішню політику нашої держави, а також систематично показувати брехливу сутність його тверджень, принципів та прийомів психологічної війни. Випереджувальний й викривний аспекти взаємопов'язані, виступають у нерозривній єдності”[

Ротань М.П., Стасюк В.В.	Словник-довідник з проблем морально-психологічного забезпечення життєдіяльності та застосування військ (сил): Навч. посібник. ч I. – К.: ВГІ НАОУ, 2002. – 204с.
--------------------------	---

с.148].

Існують два основних види випереджувальної профілактики.

а). Випередження інтерпретацій подій запобігає використанню супротивником подій у цілях “маніпуляції” суспільною думкою і настроями суспільства та військовослужбовців з метою підриву престижу держави й Збройних Сил. Основне питання це – оперативність у висвітленні подій та їх інтерпретації.

б). Проблемне випередження – попередження використання супротивником певних груп питань, які можуть виникнути в ході розвитку подій. Для цього необхідна завчасна розробка стереотипів з цих питань, попереднє висвітлення певної проблеми в засобах масової інформації, обговорення у військових, трудових колективах, проведення відповідних інформаційно-пропагандистських заходів з метою своєчасного формування психологічних установок на випадок кризової ситуації.

У радянській системі контрпропаганди виділяли:

- стратегічне випередження, яку передбачало формування комуністичного світогляду починаючи з дитячого садка. У літературі ці заходи ще називають конструюванням дійсності.

- тактичне випередження. Воно полягало в оперативному й щоденному цільовому інформуванні населення, нав'язуванні ідеологічному супротивникові тем, напрямків боротьби, які змушували б його займати оборонні позиції. Наприклад, питання зайнятості населення, безробіття, расизму, соціальної нерівності, аморалізму, злочинності та ін.

Власне, такий підхід є прийнятним і для заходів інформаційно-психологічної протидії в Україні та її Збройних Силах.

Пам'ятаючи про специфіку дій психологічних механізмів сприйняття людиною інформації, необхідно випереджувати супротивника в інформуванні особового складу про зміни обстановки, активно використовуючи в цій роботі фахівців (психологів, офіцерів інформаційно-пропагандистського забезпечення, інформаційно-пропагандистський актив підрозділів), свідків подій, біженців, військовополонених, учасників бойових дій, своєчасно роз'яснювати причини невдач та прорахунків.

Випереджувальна інформаційно-пропагандистська робота повинна мати проблемний характер, який базується на результатах прогнозу. Знаючи джерело інформаційно-психологічного впливу, цілком можливо передбачити тематику його пропагандистських акцій у майбутньому. Так, наприклад, для США – це традиційні теми “прав людини”, пропаганда американського способу життя, розпалювання міжнаціональних протиріч; для Росії – найбільш вірогідною темою пропаганди може бути тема “слов'янського братерства”, утиск прав російськомовного населення та ін; для мусульманських держав – положення кримсько-татарського населення та дотримання прав та свобод прихильників мусульманського віросповідання.

Дослідженнями в США ще в 50-х роках встановлено, що подання двосторонньої аргументації стосовно якоїсь проблеми (аргументи “за” разом з аргументами “проти”) підвищує стійкість людини до стороннього інформаційно-

пропагандистського впливу. Однобічна ж подача інформації (тільки “за”) призводить до того, що під впливом пропаганди супротивної сторони багато людей може змінити свою думку на користь супротивника тобто стає більш схильною до сприйняття його пропаганди. Саме одностороннє інформування населення та військовослужбовців у СРСР було однією з причин краху радянської контрпропаганди.[

<i>Безбах В.Г., Онищук М.І.</i>	<i>Протидія інформаційно-психологічному впливу противника: Навч.-методичний посібник. – К.: НАОУ, 2002. – 40 с.</i>
---------------------------------	---

с.35]

Попередження інформаційно-психологічного впливу також зумовлює надійне перекриття його каналів. Тому тут важливо тримати під постійним контролем людей, діяльність яких пов'язана з прийомом і передачею інформації (зв'язківців, посильних та ін.). Вони можуть стати спочатку об'єктами, а потім, при відсутності відповідного контролю, і суб'єктами впливу.

Метод нейтралізації. Нейтралізація негативного інформаційно-психологічного впливу на війська і цивільне населення пов'язана, як правило, з роз'ясненням сутності закладених у пропагандистському матеріалі чи повідомленні ідей, політичних передумов появи того чи іншого матеріалу, психологічного ефекту, який розраховує отримати організатор впливу. Вона являє собою, по суті, руйнування міфів і стереотипів, що створюються й нав'язуються ворожою пропагандою. Даний метод має на меті корегування установок, уявлень, що можуть виникнути під впливом інформаційно-психологічних акцій протилежної сторони в частини військовослужбовців і населення нашої держави. Завдання організаторів інформаційно-психологічної протидії полягає в тому, щоб порівняти сумнівні цінності, що подаються, з безсумнівними цінностями свого суспільства, своїх ідеалів. Повідомлення більш авторитетного внутрішнього джерела інформації встановлює втрачену рівновагу ідеологічної та соціально-політичної орієнтації людини; у підсумку вона займає впевнену позицію в оцінці явищ, що відбуваються.

Соціально-психологічний механізм цього методу полягає в тому, щоб на основі чітких позицій й уявлень, що існують у державній ідеології, сформувавши об'єктивний образ недружньої пропаганди й разом з цим установити на негативне відношення до неї.

Створення такого образу вимагає, щоб кожний коментар з приводу інформаційно-психологічних акцій, спрямованих проти нашої держави та її Збройних Сил був пов'язаний з більш широким тлом контрпропагандистських заходів, що проводяться.

Коментуючи інформаційно-психологічні акції, завдаючи їм критики, ми тим самим приводимо створені в суспільстві установки та уявлення у відповідність з загальнодержавною ідеологією.

Значення нейтралізації полягає також й у тому, щоб зняти вплив дезінформації та змінити емоційний стан військовослужбовців, що виник під її впливом і використовується нею.

Слід зазначити, що нейтралізація буде більш ефективною тоді, коли критика хибних, ворожих позицій супроводжується чітким, впевненим поясненням нашої позиції не залишаючи сумнівів, доказом істинності й правди.

Заходи з нейтралізації інформаційно-психологічних акцій супротивника повинні здійснюватися на основі координації діяльності органів державного й військового управління, а також шляхом усунення несприятливих факторів бойової та морально-психологічної обстановки, які використовуються супротивником.

Таким чином, метод нейтралізації передбачає наступну систему дій командирів, штабів, органів виховної роботи, інформаційно-пропагандистського активу з'єднань, частин та підрозділів:

- виявлення джерела негативного інформаційно-психологічного впливу;
- визначення цілей, які переслідує джерело впливу;
- з'ясування способів і прийомів впливу;
- уточнення соціально-психологічних механізмів, що застосовуються при здійсненні впливу;

- розвінчання ефекту, який очікує від своїх дій джерело впливу.

Метод *дискредитації*. З погляду соціальної психології дискредитація полягає в побудові багаточисельних установок на відповідне сприйняття інформації, яку надає протилежна сторона. У своїй сукупності вони створюють і підтримують в активній свідомості образ-стереотип інформації, що надає супротивник – як брехливої, агресивної, лицемірної, неперемінливої в засобах. Цей стереотип влітається в загальну уяву про супротивника. За змістом метод дискредитації зводиться до створення багаточисельних установок на заходи органів ІПСО, що мають на меті підрив всієї системи поглядів та цінностей нашого суспільства. У своїй сукупності ці установки створюють стереотип, образ антидержавної пропаганди, як пропаганди ворожої нашому способу життя і нашим поглядам. Тобто метод дискредитації спрямований на формування у військовослужбовців і населення свідомого негативного ставлення до ворожих нашої країні і нашому сприйняттю джерел пропаганди і інформації. Установка свідомої недовіри до ворожих джерел інформаційно-психологічного впливу в умовах бойової обстановки – найважливіша умова ефективності інформаційно-психологічної протидії.

Можливості дискредитації досить великі, що визначається значною кількістю напрямів за якими можна критикувати інформаційно-пропагандистські та інші акції, що спрямовані на наші війська та цивільне населення.

До числа таких прийомів, що знайшли значне поширення відносяться:

- викриття антидержавної спрямованості інформаційно-психологічного впливу в засобах масової інформації;
- викриття дійсних, антидержавницьких цілей, які очікує отримати недружня сторона в результаті інформаційно-психологічного впливу;
- розвінчання брехливості цілей, офіційно проголошених недружньою державою (коаліцією держав), наведення прикладів дезінформації, які застосовувалися раніше;

- викриття політичних сил на замовлення яких проводиться інформаційно-психологічний вплив недружніми державами;
- викриття прийомів створення так званої “об’єктивності” у пропагандистських матеріалах недружньої сторони;
- пояснення на прикладах (із матеріалів спрямованих на нашу державу та її Збройні Сили) спроб крадіжок гасел, підтримки своєї діяльності міжнародним гуманітарним правом;
- виявлення конкретних фальсифікаторів та на їхньому прикладі демонстрація неперемінливості заходів інформаційно-психологічного впливу недружньої сторони;
- створення яскравих образів організаторів ІПСО, які не зупиняються перед використанням всіх можливих і неможливих засобів і заходів;
- викриття механізму недружньої пропаганди в цілому, як інструмента маніпулювання свідомістю й поведінкою людей;
- викриття інтересів соціальних груп та класів, які захищає недружня пропаганда.

Перераховані прийоми не вичерпують весь арсенал можливостей методу дискредитації, він може використовуватись й як засіб для наступального ведення інформаційно-пропагандистської роботи.

Дискредитація створює той перший бар’єр, який не допускає розповсюдження негативного інформаційно-психологічного впливу на наші війська і цивільне населення. Отже дискредитація є ефективним методом інформаційно-психологічної протидії, спрямованим на саме джерело інформації з метою викликати недовіру до нього.

Метод *зриву інформаційно-психологічного впливу* супротивника. Зрив інформаційно-психологічного впливу недружньої сторони (супротивника) на особовий склад наших військ та цивільне населення досягається різноманітними прийомами.

Підчас ведення бойових дій, проведення спеціальних операцій радикально вирішує це завдання розвідка й знищення засобів ІІсО. Однак це не завжди можливо. Саме тому, необхідно не допускати втрати пильності, неприпустима розсіяність, бездіяльність, безконтрольність контактів військовослужбовців з цивільним населенням. Всі агітаційно-пропагандистські матеріали, що спрямовані на нашу аудиторію повинні збиратися, вилучатися в особового складу й після вивчення знищуватися. Все це повинно супроводжуватись індивідуальною та груповою роз'яснювальною роботою з військовослужбовцями. Слід мати на увазі, що сьогодні багато видів інформації, наприклад, заяви про “звіряче обличчя”, “кровожерливість” протилежної сторони емоційно й пізнавально є малодієвим. Кожне таке формулювання повинно обов'язково підкріплюватись конкретними аргументами й фактами.

Метод зриву інформаційно-психологічного впливу вимагає рішучої локалізації негативних психологічних явищ. Саме тому необхідно передбачати постійне та систематичне проведення аналізу морально-психологічного стану особового складу, прогнозування його розвитку, здійснення контролю за настроями військовослужбовців їхніми індивідуальними та груповими думками.

Окрім розглянутих методів існують і більш вузькі конкретні способи, які реалізують дані методи на практиці. Основними з їх є спосіб “мозкової атаки”, спосіб “психологічного зараження”, спосіб демонстрації, спосіб психологічного контрасту, спосіб психологічних ефектів, спосіб чуйний.

Спосіб “мозкової атаки” спрямований на масований психологічний тиск на свідомість військовослужбовців, введення необхідних психологічних ситуацій з метою формування ненависті до ворога через цілеспрямовану систему подачі інформації спеціального змісту при відповідному емоційному супроводі.

Для формування стійкості особового складу використовується спосіб “психологічного зараження”, який є продуктом психічної діяльності на рівні підсвідомості. Він застосовується для створення бойової напруги, впевненості в перемозі та ін. Для зараження можна використовувати створення образів, що

полягає в психічному впливі на свідомість військовослужбовців через формування в них образів поведінки в бої, прояву своєї ненависті по відношенню до ворога.

Певні позитивні результати на формування сильного стану психіки військовослужбовців дає використання способу демонстрації. Він полягає у відтворенні “психологічної” панорами бою, або його конкретних елементів.

Спосіб психологічного контрасту полягає в різкій зміні енергетичного (емоційного) рівня подачі інформації. При його використанні чергується спокійний тон з сильними емоційними сплесками. Амплітуда емоційного тону постійно повинна змінюватися, що активізує й змістовну й динамічну сторони мотивації військовослужбовців.

Спосіб психологічних ефектів спрямований на внесення часткових, дозованих змін у психіку воїна.

Ефективним засобом підтримки морально-психологічної рівноваги, подолання стресів та інших нервово-психологічних розладів, які можуть викликати інформаційно-психологічні акції супротивника є використання релігії. Духовні канони, при вірному їх використанні, можуть допомогти в критичній ситуації заспокоїти віруючих військовослужбовців (а в багатьох випадках навіть не віруючих), нагадати їм про обов'язок захищати Батьківщину, частково відволікти їх, чим значно знизити ефективність дії негативних факторів інформаційно-психологічного впливу супротивника.

Успіх виконання завдань інформаційно-психологічної протидії в значній мірі залежить від використання найбільш доцільних форм роботи в залежності від обстановки, наявних сил та засобів.

Організаційні форми роботи передбачають:

1. Призначення на самому високому державному рівні відповідальних осіб для організації й координації зусиль з інформаційно-психологічної протидії.

В останніх локальних війнах поряд з проведенням наступальних ПСо здійснювались заходи щодо протидії інформаційно-психологічному впливу з боку

протилежащих сторін. Ця діяльність проводилася в комплексі та під єдиним керівництвом. Додатково буде доцільним привести приклад із досвіду російсько-чеченських воєн. Враховуючи досвід першої російсько-чеченської війни (1994-1996р.), коли інформаційно-психологічна протидія не була належним чином організована ні на стратегічному, ні оперативному та тактовному рівнях і Росія, фактично прогнала інформаційно-психологічне протиборство, під час другої російської-чеченської війни було уведено посаду помічника Президента Росії з інформаційної політики на яку був призначений Сергій Ястржембський. Він координував зусилля, державних і військових органів у питаннях організації інформаційного впливу на світову громадську думку, населення держави та війська.

2. Організацію роботи з журналістами для висвітлення в засобах масової інформації дій армії, створення для цього спеціальних прес-центрів.

Брехлива, неперевірена інформація, що претендує на сенсаційність, може призвести до подій з непередбаченими наслідками, загибеллю військовослужбовців, працівників правоохоронних органів, мирних жителів. Тому на прес-центри, що створюються при штабах об'єднань (угруповань військ) та оперативних командуваннях в особливий період доцільно покладати наступні завдання:

- постійне інформування старшого інформаційного органа про хід операції (бойових дій), подіях і фактах, які можуть викликати увагу громадськості;
- підготовка для командувача угруповання військ оглядів засобів масової інформації;
- висвітлення дій з'єднань і частин;
- надання допомоги журналістам в об'єктивному й своєчасному висвітленні діяльності військ, ходу бойових дій;
- інформування військовослужбовців про події на Батьківщині;
- координацію діяльності журналістських бригад, що прибувають для висвітлення діяльності військ.

США й Великобританія під час контртерористичної операції в Афганістані розмістили в Ісламабаді коаліційний інформаційний прес - центр (медіа-центр швидкого реагування). Під час ліквідації режиму С.Хусейна в Іраку інформаційний прес-центр збройних сил США був розміщений у Катарі. До їх складу увійшли, як офіційні військові представники так і цивільні співробітники засобів масової інформації. В Афганістані це в цілому дозволило зробити діяльність західних засобів масової інформації в регіоні оперативною та перехопити ініціативу у висвітленні афганських подій у близькосхідних засобів масової інформації, діючи за принципом упередження. Центр вів також каталізацію того, що мало назву “брехня Талібану”. Дії працівників прес-центру під час бойових дій в Іраку в певній мірі дозволили нейтралізувати негативну інформацію про невдалі дії американських та британських військ під час військової операції, що передавалися катарським телеканалом “Аль-Джазіра”.

Для висвітлення подій у другій російсько - чеченській війні були створені прес-центри при Міністерстві оборони Російської Федерації, Північнокавказькому військовому окрузі та угрупованнях військ, що діяли в Чечні. Це дало змогу подачі матеріалів у засобах масової інформації тільки з боку росіян, і добитися підтримки переважної більшості населення країни в цій компанії.

3. Обмеження інформації, що подається в засобах масової інформації з військ і театру воєнних дій.

У країнах НАТО діяльність журналістів, які працюють на території розташування військових частин (особливо в умовах бойової обстановки), знаходиться під жорстким контролем командування та спецслужб. Для контролю над діяльністю представників засобів масової інформації в районах бойових дій, як правило, вводяться спеціальні прес-картки. Для представників засобів масової інформації вводиться дозоване надання інформації, а іноді практично військова цензура. В окремих випадках журналістам забороняється використання особистих засобів зв'язку. За узгодженням з військовими органами може здійснюватись тимчасова затримка публікації матеріалів, якщо вони здатні вплинути на успіх

військової операції, яка планується або проводиться. Також існує встановлений перелік даних, які засоби масової інформації не мають права розголошувати.

Під час війни з Югославією цивільні журналісти взагалі не були допущені до військ. Вони перебували в готелях, і на брифінгах їм подавалися готові інформаційні матеріали, підготовлені військовими журналістами. Майже за такою схемою здійснювалась в Росії подача матеріалів у засобах масової інформації відносно обстановки в Чечні. Будь-які спроби журналістів діяти самостійно жорстоко припинялися.

Під час війни в Іраку 2003 долі, уже перші дні повітряно-наземної операції показали, що у висвітленні бойових дій не все так однозначно. Це було пов'язано, у першу чергу, з інформаційним протиборством, у ході якого кожна зі сторін прагнула перебільшити свої успіхи й зменшити успіхи супротивника. З цієї причини офіцери зі зв'язків із громадськістю та засобів масової інформації збройних сил США із самого початку активної фази конфлікту стали давати пресі строго дозовану інформацію, особливо ту, що стосувалася бойових втрат коаліційних сил або інцидентів, пов'язаних з загибеллю мирних жителів. Журналістам заборонили спілкуватися з родичами поранених солдатів антиіракської коаліції в госпіталі на американській військовій базі Рамштейн. Крім того, військове командування США рекомендувало американським телекомпаніям не ретранслювати репортажі арабських телеканалів про полонених військовослужбовців США для того, щоб «не доставляти занепокоєння рідним та близьким і не будоражити громадськість». [NATO military glossary AAP-15 (English, French, Russian and Ukrainian). – Kyiv-2002]

4. Спростування пропагандистських випадів супротивника з застосуванням всіх наявних сил і засобів, що має конкретні технології :

Пряме спростування. Воно повинно бути достовірним та швидко досягати аудиторії, щоб не дати можливості проявитися руйнівному ефекту повідомлень супротивника.

Непряме спростування. Спрямоване не на повтор повідомлення, а на інші його характеристики, наприклад на боротьбу з достовірністю опонента.

Відволікання уваги. Введення нових, цікавих для аудиторії, тем, що відводять масову свідомість в інший бік.

Мовчання. Іноді краще промовчати, щоб не розповсюджувати чуже повідомлення.

Мінімізація. Робиться акцент на моментах, котрі позитивні у відношенні до себе.

Попередження. Ведення розмови на теми, які можуть бути підняті супротивником.

Спростування широко використовувалося в останніх збройних конфліктах. Для спростування невігідної коаліційним силам інформації застосовувалися усі засоби інформаційно-психологічного впливу: радіо та телестанції, гучномовні станції, друкована продукція, засоби масової інформації та ін.

5. Захист інформаційного простору та забезпечення військ необхідними технічними засобами налаштованими на власні джерела інформації.

На першій фазі під час бойових дій в Іраку Вашингтон почав застосовувати репресивні заходи до засобів масової інформації, що поставляли із зони бойових дій інформацію невігідну США. Більше всього дісталось катарському каналу «Аль-Джазіра». Спочатку атаці хакерів був підданий англійський сайт даного телеканалу в мережі Інтернет. Далі Нью-Йоркська біржа фондова біржа відмовила в акредитації двом журналістам даного каналу. Який на думку прес-служби біржі, «неадекватно висвітлює бізнес-події». Керівник телеканалу Умм-Касре в інтерв'ю західним журналістам покаржився, що його кореспондентам дозволили знімати лише протягом десяти хвилин. [**Американцы запретили «Аль-Джазиру»**. // **Lenta. Ru. Ирак., 10.04.20037**]

Сайт, відкритий чеченськими бойовиками в ході другої російсько-чеченської війни в міжнародній комп'ютерній мережі Інтернет був зламаний російськими хакерами через два тижні.

6. Інструктивно – методичні заняття з офіцерським складом з питань організації інформаційно-психологічної протидії в підрозділах, частинах, та з'єднаннях.

7. Забезпечення особового складу всім необхідним для бою, організація його відпочинку, недопущення фізичного та психологічного виснаження.

Одним із суттєвих факторів, який має великий вплив на результативність та ефективність заходів інформаційно-психологічної протидії можна визначити особисті та професійні якості фахівців, які організують, здійснюють та керують цим процесом, їхню професійну культуру. Головною ознакою високої професійної культури, у загальному розумінні, є досягнутий офіцером (фахівцем) відповідний рівень культури управління, комплекс вмінь, які дозволяють, виходячи з державних інтересів, відповідально, грамотно, з урахуванням індивідуальних особливостей військовослужбовців успішно керувати ними та спрямовувати їхню діяльність на вирішення різних службових, навчально-бойових (а в залежності від обстановки й бойових), а також інформаційно-виховних завдань. Стосовно інформаційно-психологічної протидії слід виділити інформаційну культуру офіцера одну із складових професійної культури, зміст якої було розглянуто в першому розділі посібника.

Шляхи вдосконалення інформаційної культури багатогранні й часто залежать від умов розвитку особистості офіцера в процесі службової діяльності. Один із основних шляхів передбачає розвиток основних навичок інформаційної роботи. Вони обумовлюють диференційований підхід при передачі інформації, переконливість та доказовість міркувань, вміння використовувати першоджерело інформації для вірного сприйняття інформаційного матеріалу різними категоріями військовослужбовців, забезпечення зворотного зв'язку в процесі передачі інформації, тощо.

Постійного вдосконалення в інтересах підвищення ефективності заходів інформаційно-психологічної протидії потребує й рівень володіння офіцером прийомами та способами інформаційного впливу на аудиторію в основі якої лежить знання механізмів інформаційного впливу на свідомість та поведінку військовослужбовців, особливості існування інформаційних бар'єрів та шляхів їх подолання, механізмів психологічного захисту під час сприйняття людиною

інформації, вміння спонукати до роздумів у ході сприйняття інформації, яка подається та інші.

Саме тому, діяльність щодо підвищення професійної майстерності офіцерів, їхньої інформаційної культури повинно бути одним із основних напрямів у діяльності командувачів (командирів) штабів, органів з гуманітарних питань в інтересах забезпечення ефективної протидії інформаційно-психологічному впливу супротивника.

Ослаблення психологічного впливу противника на особовий склад наших військ і населення досягається комплексом заходів органів державного і воєнного управління на оперативно-стратегічному рівні, які спрямовані на мобілізацію населення країни і військовослужбовців Збройних Сил України здійснити відсіч агресору, з використанням воєнного потенціалу держави, її інформаційного ресурсу. Найбільш ефективно це завдання вирішується успішними демонстративними діями військ (сил), а також шляхом знищення сил і засобів психологічних операцій противника з початком бойових дій.

Протидія інформаційно-психологічному впливу противника на оперативно-тактичному рівні у загрозливий період та в бойовій обстановці здійснюється спільними зусиллями органів військового і державного управління, на основі координації діяльності видів Збройних Сил України, штабів, органів з гуманітарних питань, родів військ і служб.

Таким чином, ефективне вирішення питань протидії інформаційно-психологічному впливу противника – це надзвичайно складний, багаторівневий, творчий процес, який вимагає проведення активних організаційних заходів, концентрації попереджувальних контрпропагандистських зусиль, силових методів. Виконання цих завдань можливо лише скоординованими діями командувачів (командирів), штабів, органів з гуманітарних питань у взаємодії (співробітництві) з органами державного управління.

Нейтралізація психологічного впливу противника на оперативно-тактичному рівні неможлива без знання сил та засобів, форм та методів діяльності органів психологічних операцій противника, викриття замислу, змісту та цілей

інформаційного впливу противника. Тільки на цій основі можливо забезпечити несприйняття особовим складом тез та аргументів пропаганди противника. Кінцевою метою інформаційно-психологічної протидії є визначення та усунення факторів бойової, суспільно-політичної, соціально-економічної та морально-психологічної обстановки, які використовуються противником для здійснення впливу на війська та населення в регіоні застосування військ (сил).

Протидія інформаційно-психологічному впливу противника здійснюється на основі координації діяльності органів державного і військового управління всіх рівнів, взаємодії видів збройних сил, штабів, органів виховної роботи у загальній системі забезпечення національної та інформаційної безпеки держави.

До протидії інформаційно-психологічному впливу противника висуваються певні вимоги. Вона винна бути випереджувальною, мобільною, гнучкою й активною.

Протидія інформаційно-психологічному впливу противника повинна організуватися та проводитися командувачами командирами, штабами, органами з гуманітарних питань за єдиним замислом і планом з метою формування позитивної громадської думки про дії військ, нейтралізації (послаблення) наслідків негативного інформаційно-психологічного впливу, підтримання високого морально-психологічного стану військовослужбовців та зміцнення моральної стійкості цивільного населення, створення сприятливих розумів для успішного виконання поставлених перед військами завдань.

Досвід сучасних локальних війн та збройних конфліктів свідчить, що інформаційно-психологічну протидію слід проводити у відповідності з класифікацією психологічних операцій на відповідних рівнях:

- державному (стратегічному);
- оперативному;
- тактичному;

Саме тому, головні завдання протидії інформаційно-психологічному впливу противника, що визначені методичними рекомендаціях ГУВР МО України **[Збірник методичних рекомендацій з питань організації виховної роботи у**

Збройних Силах України. вип.І. - К.: ГУВР МОУ, 2000 -76с. с.17] можна класифікувати як:

а). стратегічного рівня:

- визначення факторів бойової, суспільно-політичної та морально-психологічної обстановки, які можуть бути використані супротивником для інформаційно-психологічного впливу на наші війська (сили);

- організацію цілодобового перегляду й прослуховування телевізійних та радіопередач протилежної сторони (супротивника), сторінок міжнародної комп'ютерної мережі Інтернет з метою визначення об'єктів, характеру та спрямованості інформаційно-психологічного впливу, його мети та можливих наслідків;

- виявлення сил і засобів психологічних операцій супротивника, встановлення їх бойових можливостей та порядку застосування;

- нейтралізацію діяльності інформаційних агенцій, органів ІІсО протилежної сторони (супротивника) через випереджене розповсюдження в засобах масової інформації країни, комп'ютерних мережах Інтернету, органах військового управління фактів і подій застосування військ (сил);

- організація попередження (припинення) розповсюдження негативної інформації ;

- організація постійної розвідки сил і засобів ІІсО супротивника, вживання заходів щодо припинення діяльності (вогневе ураження, електронне подавлення) його телевізійних і радіозасобів, гучномовних станцій, систем супутникового зв'язку, мереж Інтернет, підрозділів ІІсО, залучення для цього засобів розвідки, радіоелектронної боротьби, авіації, ракетних військ та артилерії, ;

- участь в підготовці агітаційно-пропагандистських матеріалів для наших сил ІІсО, визначення об'єктів для здійснення ними інформаційно-психологічного впливу, форм і методів розповсюдження агітаційно-пропагандистських матеріалів;

- організацію взаємодії (співробітництва) із питань проведення заходів протидії інформаційно-психологічному впливу супротивника

(антидержавницьких сил) з органами державної влади та органами місцевого самоврядування, з відповідними органами Прикордонних військ, внутрішніх військ Міністерства внутрішніх справ України, Міністерства України з питань надзвичайних ситуацій та в справах захисту населення від наслідків Чорнобильської катастрофи, органами Служби безпеки України.

б). оперативного та тактичного рівнів:

- визначення морально-ціннісних установок військовослужбовців та факторів бойової, соціально-політичної та психологічної обстановки, що можуть бути використані супротивником для ефективного інформаційно-психологічного впливу на наші війська, організація роботи щодо усунення несприятливих факторів;

- виявлення сил і засобів ПсО супротивника оперативного та тактичного рівнів, встановлення їх бойових можливостей, порядку застосування, характеру та спрямованості інформаційно-психологічного впливу, прогнозування можливих наслідків, здійснення заходів щодо їх знищення або придушення;

- попередження розповсюдження матеріалів антидержавницького змісту, чуйний, дезінформацій: своєчасний збір, аналіз та знищення листівок, інших агітаційно-пропагандистських матеріалів та пристроїв (радіоприймачів, аудіо, відео касет та ін.); припинення безконтрольного використання військовослужбовцями телевізійної та радіотехніки; вживання негайних ефективних заходів, щодо запобігання розповсюдження агітаційних матеріалів шляхом спілкування з військовослужбовцями;

- ознайомлення воїнів із методами дій сил та засобів ПсО супротивника, своєчасне інформування особового складу про можливі інформаційно-психологічні акції;

- організація індивідуально-виховної роботи з воїнами, схильними до панічних настроїв, навіювання, з нестійкою психікою, забезпечення високої пильності та контролю в підрозділах зв'язку, радіоелектронної боротьби та інших, діяльність яких пов'язана з прийомом та передачею інформації;

- організація співпраці в питаннях протидії негативному інформаційно-психологічному впливу з органами місцевої державної влади, МВС, СБУ, громадськими, творчими, релігійними організаціями, засобами масової інформації.

постійний моніторинг інформаційного простору навколо держави і її збройних сил.

Таким чином, ефективність протидії буде вище, якщо вона буде мати системний комплексний характер, використовувати новітні надбання психології, соціології, політології, психофізіології, управління, педагогіки, філософії та ін. й будуватися з урахуванням їхніх відповідних методів.

ⁱ В. Гудим, Наука і оборона, 1-2.-2000, -С.14

ⁱⁱ В англійській мові ці обидва терміни еквівалентні англійському терміну “Information Warfare”.

ⁱⁱⁱ J. Jarguilla and D. Ronfeldt, Power and Grand Strategy in Athena’s Camp, Information Revolution and National Security, Washington, Center for Strategic and International Studies, 1996.

^{iv} Martin Libicki. The Emerging Primacy of Information, Orbis, 40 (Spring 1996), -р.61-76.

^v Россия (СССР) в локальных войнах и вооруженных конфликтах второй половины XX века / Под ред. В.А.Золотарева. - М.: Кучково поле; Полиграфресурсы, 2000. – С.460.

^{vi} В.І. Алещенко. Морально-психологічне забезпечення застосування військ (сил): історія та сучасність: Навчально-методичний посібник. –Харків: ХВУ, 2000. –С.47-48.

Короткий термінологічний словник у сфері інформаційно-психологічних операцій

Авіаційні засоби психологічної боротьби (ПБ)

- спеціальні засоби для вирішення завдань залистування з повітря. А.з. включають авіаційні агітаційні бомби типу АГІТАБ-250/85, АГІТАБ-500/300 та інші, контейнери для повітряних куль (АТП-1Д) та спеціальне обладнання для гелікоптерів у випадку залистування ручним способом (КМГУ з блоком БКФ-1Л). До А.з. необхідно зараховувати спеціальні повітряні апарати (гелікоптери, малогабаритні літаки, аеростати, повітряні кулі), що обладнані гучномовними станціями типу ВЗС і можуть виконувати завдання аудіотрансляції програм усного мовлення.

**Авіаційні сили ПБ
США**

- включають 193 авіагрупу спеціальних операцій (Горисберг, Пенсільванія). На озброєнні - 6 літаків типу "Геркулес" модифікація "Rivet Raider" EC-130E, призначених для трансляції телевізійних та радіопрограм з повітря та виконання завдань РЕБ. Трансляція телевізійних програм здійснюється у діапазоні метрових хвиль бортовою телевізійною станцією потужністю 10 кВт (до 800 км), радіопроеграми транслуються у діапазоні HF, UHF. Комплект антен включає: телевізійні - у контейнерах 7.01м, радіо - діаметром 1,83м, висувну повітряну антену з балансиrom - довжиною 2400м. Можлива одночасна трансляція телерадіопрограм та приглушення роботи ЗМІ противника на відстані до 600-800 км. У 1999 році до складу 193 авгр передано літак нової модифікації C-130J, призначений для ведення інформаційної війни у комп'ютерних мережах типу INTERNET. Оперативні групи від 193 авгр підтримували бойові та спеціальні операції у Панамі (1989), Перській затоці (1991), Гаїті (1994), Боснії та Герцеговині (1997), Чорногорії (1999).

АГІТАБ-250/85

- авіаційна бомба зразка 1953 року, виконана в габаритах авіаційної бомби ФАБ -250. Призначена для прицільного залистування з повітря з висоти від 10.000 до 160 метрів (оптимальна висота розкриття бомби - 300-400 м) при швидкості бомбардувальника або штурмовика 350-900 км/год. АГІТАБ-250/85 має споряджену вагу 72,5-93,5 кг, в тому числі вага агітматеріалів -28-33 кг або 8820 листівок формату 1/8 д.а. (друкарського аркуша), або 17000-формату 1/16 д.а., або 860 газет, або 900 брошур формату 145×220. Площа залистування розраховується відповідно до конкретних погодних та технічних умов реалізації завдань і може складати для АГІТАБ-250/85 - 40-60 га (0,2 на 2,5 км).

АГІТАБ-500/300

- виконана в габаритах фугасної авіабомби ФАБ-500 і може бути використана для прицільного залистування з літаків фронтової та стратегічної авіації. Вага бомби (зразка 1966 року) у спорядженому стані 298-310 кг, вага агітматеріалів 68-75 кг або 35 тисяч листівок формату 1/16 д.а. Більш якісні аеродинамічні характеристики дозволяють використовувати АГІТАБ-500/300 з висот до 20 тисяч метрів при швидкості літака до 3 тисяч км/год. Площа залистування для АГІТАБ-500/300 - 160-180 га (0,4 на 4 км).

**Агітаційний
контейнер**

- спеціальне обладнання для розповсюдження листівок з повітря на дозвукових швидкостях з літаків, вертольотів, аеростатів.

АГІТАК-агітаційний контейнер, обладнаний парашутною системою	- забезпечує рівномірний розліт листівок з висоти 400-800 метрів. Вага агітматеріалів - 8 кг, площа залистування- 14-15 га. Переважно використовується для залистування населених пунктів. Вдосконаленим агітаційним контейнером є КМГУ (контейнер малогабаритних вантажів уніфікований) вагою до 44 кг має 8 бандеролей (БКФ АЛ) по 8 кг агітматеріалів у кожному).
АТП-1Д (агітаційна парашутна тара)	- дозволяє розповсюдити 60-70 кг агітматеріалів - 30-35 тисяч листівок формату 1/16 д.а., з висоти від 12 тисяч метрів.
АУ-2 - агітаційна “упаковка”	- пакунок листівок, у якому до 2 тисяч агітматеріалів утримуються за допомогою двох мотузок та примітивного таймера, що розкривається на висоті 400-600 метрів. Зазвичай викидається з вертольота (малого літака) ручним способом .
База даних	- іменована сукупність даних, що відображає стан об'єктів та їх відношень у визначеній предметній області.
База знань	- масив інформації у формі, придатній до логічної і смислової обробки відповідними програмними засобами.
БКФ АЛ (блок з контейнера фронтової агітаційною літературою)	- має таймер відкриття, вміщує до 4 тисяч листівок-агітматеріалів формату 1/16 д.а. Забезпечує рівномірне залистування у випадку викиду на висоті від 50 до 800 метрів при швидкості літака 700-750 км/год. Таймер розкриття тари має інтервали: 15 сек.; 1 сек.; 0,5 сек.; 0,2 сек.; 0,05 сек. Визначений час встановлюється штурманом, що відповідає за розрахунок виконання завдання за листування.
Боротьба	- досягнення чого-небудь, долаючи перешкоди, труднощі; вступ у протиріччя; конфліктна взаємодія сторін з приводу протилежних, непримиренних <i>інтересів</i> .
Введення противника в оману	- воєнні хитрощі, до яких вдається кожна із сторін, які ведуть воєнні дії.
Засіб захисту	- програмний продукт або сукупність послідовних дій (в тому числі організаційного характеру), технічний пристрій або апаратно-програмний комплекс, створений (розроблений) для захисту власних систем управління від завдання по них інформаційного удару чи проведення диверсії
Засоби інформатизації	- електронні обчислювальні машини, програмне, математичне, мовне та інше забезпечення, інформаційні системи або їх окремі елементи, інформаційні мережі і мережі зв'язку, що використовуються для реалізації інформаційних технологій.

Зброя масового збою	- сукупність зразків зброї масового збою і технічних засобів зберігання, доставки і забезпечення застосування цих зразків.
Зразок масового збою зброї	- програмний продукт (сукупність послідовних дій), створений (розроблений) для завдання інформаційного удару.
Електронний депозитарій інформаційних ресурсів	- сукупність засобів інформатизації, що призначена для забезпечення процесів формування, обліку, збереження, захисту, супроводження і використання інформаційних ресурсів у електронному вигляді.
а)адміністратор інформаційних ресурсів	- орган (посадова особа), до функцій якого входить формування, збереження, захист, експлуатація і використання інформаційних ресурсів.
Інформатизація	- сукупність взаємопов'язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів, спрямованих на створення умов для задоволення інформаційних потреб громадян та суспільства на основі створення, розвитку і використання інформаційних систем, мереж, ресурсів та інформаційних технологій, які побудовані на основі застосування сучасної обчислювальної та комунікаційної техніки.
Інформація	- відомості про осіб, предмети, технології, засоби, ресурси, події та явища, що відбуваються в усіх сферах діяльності держави, життя суспільства та в докільлі, незалежно від форми їх надання; відомості, подані у вигляді сигналів, знаків, звуків, рухомих або нерухомих зображень чи в інший спосіб.
а)Документована інформація (документ)	- інформація, що зафіксована на матеріальному носії, з реквізитами, які дозволяють її ідентифікувати.
б)Конфіденційна інформація	- документована інформація, доступ до якої обмежується відповідно до законодавства України.
Інформаційна атака	- сукупність активних інформаційних впливів сил і засобів окремих підрозділів на елемент або групу елементів інформаційних систем протидіючої сторони з метою виконання поодиноких тактичних завдань інформаційної боротьби.
Інформаційна битва	- сукупність різних інформаційних впливів і атак, об'єднаних спільним задумом, які проводяться спеціально виділеними силами і засобами і спрямовані на виконання одного оперативного завдання інформаційної боротьби.

-
- Інформаційна боротьба** - завоювання і утримання інформаційної переваги над противником під час підготовки та ведення операцій (бойових дій). Вона забезпечує більш повною, точною, достовірною, своєчасною інформацією про обстановку і можливість системи керування реалізувати перевагу в бойових діях військ (сил).
- Інформаційна війна** - всеохоплююча і цілісна стратегія, обумовлена зростаючою значущістю і цінністю інформації з питань політики, економіки, оборони та безпеки держави. Інформаційна війна не буває випадковою або відособленою - вона являє собою узгоджену діяльність щодо використання інформації - зброї для ведення дій, які проводяться для досягнення інформаційної переваги в забезпеченні національної безпеки з використанням впливу на інформацію та інформаційні системи противника з одночасним захистом своєї інформації та інформаційних систем.
- Інформаційна операція** - сукупність узгоджених і взаємозв'язаних за цілями завданнями, місцем і часом інформаційних битв, дій (акцій) і ударів, які проводяться для завоювання і утримання інформаційної переваги над противником (або зниження його інформаційної переваги) на театрі воєнних дій або стратегічному (операційному) напрямку. Цілі інформаційних операцій досягаються вирішенням таких завдань: інформаційним впливом на противника; інформаційним захистом; ефективним використанням інформаційних ресурсів власного угруповання військ (сил).
За масштабами інформаційні операції можна класифікувати як: стратегічні; оперативно-стратегічні; оперативні; оперативно-тактичні.
- Наступальна інформаційна операція** - проводиться з метою завоювання і утримання інформаційної переваги над противником. У цій операції головні зусилля спрямовуються на дезорганізацію його систем управління військами і зброєю. Частина сил і засобів забезпечують сталість власного управління. При цьому всі заходи, які проводяться в рамках інформаційної боротьби, повинні забезпечувати сприятливі умови для бойових дій своїх військ (сил).
- Оборонна інформаційна операція** - проводиться в умовах більшої інформаційної переваги противника з метою зниження цієї переваги. У такій операції головні зусилля сил і засобів спрямовуються на забезпечення інформаційної безпеки органів управління об'єднань і з'єднань, на захист інформації в системах управління. Частину сил і засобів спрямовують на дезорганізацію управління військами і зброєю противника.

Інформаційна технологія	- цілеспрямована організована сукупність інформаційних процесів з використанням засобів обчислювальної техніки, які забезпечують високу швидкість обробки даних, швидкий пошук інформації, розосередження даних, доступ до джерел інформації незалежно від місця їх розташування.
Інформаційне протиборство	- закономірний об'єктивний процес у стосунках між державами, спрямований на досягнення цілей державної політики в мирний та воєнний час, також комплексний вплив на систему державного і військового управління супротивної сторони, на її воєнно-політичне керівництво. Цей вплив ще у мирний час приводить до прийняття сприятливих для сторони - ініціатора інформаційного впливу рішень, а у ході конфлікту повністю паралізує функціонування інфраструктури управління противника.
Інформаційний вплив	- організоване застосування сил і засобів інформаційної боротьби для розв'язання завдань, завоювання (підтримання) інформаційної переваги над протидіючою стороною.
Інформаційний продукт	- створена виробником документована інформація, відомості, дані і знання, призначені для забезпечення інформаційних потреб користувача; documentsed information, which is prepared and intended for the satisfaction of the needs of users.
Інформаційний ресурс	- організована сукупність інформаційних продуктів, призначених для забезпечення певних інформаційних потреб; сукупність документів у інформаційних системах (бібліотеках, архівах, банках даних тощо).
Виробник національних інформаційних ресурсів	- юридична або фізична особа, що створила (створює) інформаційний продукт, який включено (включається) до національних інформаційних ресурсів.
Власник інформаційних ресурсів	- фізична або юридична особа, яка має право власності на інформаційні ресурси і здійснює повноваження володіння, користування, розпорядження ними відповідно до чинного законодавства.
Володар інформаційних ресурсів	- фізична або юридична особа уповноважена власником, яка реалізує повноваження, володіння, користування, розпорядження інформаційними ресурсами у обсязі, що встановлюється їх власником.
Користувач національних інформаційних ресурсів	- будь-яка юридична або фізична особа, що використовує у своїй діяльності елементи національних інформаційних ресурсів.

Національні інформаційні ресурси	- організована сукупність інформаційних ресурсів, які необхідні для забезпечення національних інтересів і вирішення суспільно-економічних завдань суб'єктів економіки, виробництва, науки, культури та інших сфер діяльності.
Реєстр інформаційних ресурсів	- організована сукупність відомостей про інформаційні ресурси певного виду, а також про інформаційні продукти, що входять до складу цих ресурсів.
Інформаційний суверенітет держави	- здатність держави контролювати і регулювати потоки інформації з-за кордонів держави з метою додержання законів, прав і свобод громадян, гарантування національної безпеки держави.
Інформаційний удар	- короткодіючий потужний узгоджений вплив сил і засобів на найбільш важливий елемент (елементи) системи управління противника для досягнення рішучих цілей – завоювання інформаційної переваги. <i>Інформаційні удари можна класифікувати за масштабами</i> (стратегічні, оперативно-стратегічні, оперативні, оперативно-тактичні, тактичні), <i>за ступенем масування сил і засобів</i> (вибіркові, зосереджено-масовані і масовані) та <i>за типами</i> (спеціальні, радіоелектронні, радіоелектронно-вогневі, комп'ютерні і комбіновані).
Спеціальний удар	- узгоджений за завданнями, місцем і часом масований комплексний морально-психологічний вплив сил і засобів, які залучаються до ведення інформаційної боротьби, на особовий склад (перш за все, на персонал органів управління) угруповання противника з метою зриву (утруднення) управління на окремих напрямках на визначений час.
Радіоелектронний удар	- узгоджений за часом, глибиною і завданнями раптовий масований комплексний вплив різнорідних сил і засобів радіоелектронного придушення і функціонального ураження на електронні об'єкти системи управління противника з метою зриву управління на окремих напрямках (або з окремих пунктів управління) на визначений час.
Радіоелектронно-вогневий удар	- узгоджений за часом, глибиною і завданнями масований комплексний (радіоелектронний і вогневий) вплив сил і засобів РЕБ, ракетних військ і артилерії, авіації та інших сил і засобів, виділених для боротьби з системами управління противника з метою зриву управління на окремих напрямках на визначений час.

-
- Комп'ютерний вірус** - фрагмент коду, що виконується та копіює себе в іншу програму (головну програму), модифікуючи її при цьому. Дублюючи себе, вірус заражає інші програми. Вірус працює тільки при запуску головної програми і викликає її непередбачене поведіння, що призводить до знищення і перекручування даних і програм;
- програма, що володіє здатністю до самовідтворення і, як правило, здатна здійснювати дії, які можуть порушити функціонування КС і/або зумовити порушення політики безпеки.
- Комп'ютерний удар** - узгоджений за завданнями, місцем і часом раптовий масований комплексний вплив атакуючих сил і засобів спеціального програмно-математичного впливу на електронні об'єкти АСУ противника з метою зриву управління на окремих напрямках (або з окремих пунктів управління) на визначений час.
- Інформаційні дії (акції)** - сукупність узгоджених за цілями завданнями, місцем і часом заходів, які проводяться залученими для ведення інформаційної боротьби силами і засобами протягом визначеного часу у заданому районі (напрямку).
- Інформаційні дії (акції) можна класифікувати за видами (наступальні і оборонні), масштабами (стратегічні, оперативно-стратегічні, оперативні, оперативно-тактичні і тактичні) та за об'єктами впливу (інформаційно-технічні системи, морально-психологічний стан особового складу і їхня комбінація).*
- До наступальних інформаційних дій (акцій) відносяться інформаційний вплив (акція) та інформаційна блокада.
- До оборонних – дії (акції) з інформаційного захисту.
- Наступальний інформаційний вплив (акція)** - активний, цілеспрямований, узгоджений за завданнями, місцем і часом вплив сил і засобів, які залучаються до ведення інформаційної боротьби, протягом певного часу у заданому районі по окремих інформаційних об'єктах системи управління противника чи його інформаційному ресурсу в цілому. При цьому можуть проводитись різні інформаційні удари.
- Інформаційна блокада** - узгоджене завданнями, місцем і часом застосування сил та засобів з метою найповнішого зниження можливостей противника щодо отримання і застосування інформації, необхідної для ефективного ведення операцій (бойових дій). Одним із основних способів досягнення цілі інформаційної блокади є радіоелектронне блокування.
- Пінгова "ping" атака** - насичення каналу зв'язку запитами для машини на ідентифікацію себе та підтвердження власного статусу.

-
- Порушення нормального функціонування (або повне знищення інформаційних систем противника)** - атака на інформаційні системи противника з метою знешкодження інформаційних джерел, підриву або ослаблення системи бойового керування та ізоляції інформаційних систем противника.
- Протиборство** - боротьба проти кого-небудь (чого-небудь), протидія.
- Психологічна боротьба (операції)** - найдавніша складова інформаційної боротьби. Досить сильна “несмертельна зброя”, засіб впливу на морально-психологічний стан військ противника та на думку світового співтовариства.
- система організації спеціальних заходів тактичного рівня з метою дестабілізації морально-психологічних засад противника і зниження таким чином його бойової здатності (на стратегічному рівні відповідно - “психологічна війна”, на оперативному - “психологічна операція”).
- Психологічна війна** - сукупність різноманітних форм, методів і засобів впливу на людей з метою зміни у бажаному напрямку їхніх психологічних характеристик (поглядів, думок, ціннісних орієнтирів, настроїв, мотивів, засад, стереотипів поведінки), а також групових норм, масових настроїв, суспільної свідомості в цілому.
- Психологічний вплив може здійснюватись різними методами:**
- а) психологічними засобами,** коли уряд у передвоєнний період через засоби масової інформації намагається сформувати у свого народу (особливо серед військовослужбовців) патріотичні погляди і переконання, забезпечити у масовій свідомості пріоритет цілей державної політики. Вірогідний противник у цей же час намагається розпалити націоналістичні настрої, невдоволеність політичними або економічними заходами уряду;
- б) воєнними засобами,** коли одна держава, загрожуючи іншій намагається досягнути своїх політичних цілей демонстрацією військової сили;
- в) застосування системи торгових і фінансових санкцій,** спрямованих на економічний підрив потенційного противника, які призводять до зниження рівня життя більшості населення, численних труднощів у побуті, росту захворювання, недоїдання, і, як наслідок, масове невдоволення громадян існуючим становищем;
- г) політичними засобами,** коли демонстративний марш (виступ) членів однієї партії (організації) розпалює жорстоку полеміку між представниками різних політичних сил, посилює протистояння між ними.

Інформаційно-психологічний вплив (інформаційно-пропагандистський, ідеологічний)	<ul style="list-style-type: none"> - інформаційно-психологічний вплив; вплив словом, інформацією. Основна мета такого впливу - формування визначених ідеологічних (соціальних) ідей, поглядів, уявлень, переконань. Одночасно такий вплив викликає у людей позитивні або негативні емоції, почуття і навіть масові реагування.
	<p><u>Види психологічного впливу:</u></p>
Психогенний вплив	<ul style="list-style-type: none"> - це наслідок: <ul style="list-style-type: none"> <i>фізичного</i> впливу на мозок індивіда, в результаті якого спостерігається порушення нормальної нервово-психічної діяльності; <i>шокового</i> впливу оточення та умов або якихось подій (картин масових руйнувань, численних жертв) на свідомість людини, в результаті чого вона неспроможна раціонально діяти, втрачає орієнтацію у просторі, відчуває афект чи дигресію, впадає у паніку тощо; <i>впливу кольорів</i> - психогенного впливу на психофізіологічний і емоційний стан людини; <i>його закономірності:</i> <ul style="list-style-type: none"> а) пов'язані з типом нервової системи людини; б) пов'язані з історичним минулим того етносу, представником якого є особа, з її індивідуальним життєвим досвідом.
Психоаналітичний (психокорекційний) вплив	<ul style="list-style-type: none"> - вплив на підсвідомість людини терапевтичними засобами, особливо у стані гіпнозу або глибокого сну.
Нейролінгвістичний вплив (НЛП - нейролінгвістичне програмування)	<ul style="list-style-type: none"> - вид психологічного впливу, який змінює мотивацію людей шляхом введення в їхню свідомість спеціальних лінгвістичних програм.
Психотронний (парапсихологічний, екстрасенсорний) вплив	<ul style="list-style-type: none"> - вплив на людей, який здійснюється шляхом передачі інформації через непочуттєве (несвідоме) сприйняття. Психотроніка орієнтується, переважно, на методи, пов'язані із застосуванням технічних засобів впливу на свідомість (як приклад - ефект, який викликається кольоровими плямами, вмонтованими в комп'ютерний вірус, позначений апокаліпсичним "числом звіра" - 666 (Y666). Цей вірус здатний негативно впливати на психофізіологічний стан оператора персональної ЕОМ, аж до смерті).
Психотропний вплив	<ul style="list-style-type: none"> - вплив на психіку людей за допомогою медичних препаратів, хімічних, біологічних, пахучих речовин.
Радіоелектронне блокування	<ul style="list-style-type: none"> - узгоджений вплив засобами радіоелектронного придушення і функціонального ураження на технічні елементи систем розвідки та канали передачі інформації противника.

-
- Радіоелектронна боротьба** - одна із складових частин інформаційної боротьби. Специфічний вид бойових дій з широким використанням радіоелектронних засобів (об'єктів радіоелектронної боротьби) з метою “руйнування” інформаційного поля противника до рівня, який робить неможливим ефективне застосування засобів ураження.
- Спамінг “spamming”** - відправка на сайт великої кількості повідомлень електронної пошти.
- Спосіб інформаційної боротьби** - порядок та прийоми застосування сил і засобів для захоплення і утримання інформаційної переваги над противником під час підготовки та у ході бойових дій. Спосіб інформаційної боротьби охоплює вид і послідовність інформаційного впливу на противника, об'єкти впливу, склад сил і засобів, що виділяються для ведення інформаційної боротьби та їхньої оперативної побудови (бойового порядку).
Способи інформаційної боротьби можна поділити на три основні категорії: силові, інтелектуальні, комбіновані.
- Силові способи** - засновані на ураженні об'єктів інформаційної боротьби різними видами зброї (звичайної, радіоелектронної, інформаційної). Застосування їх дає змогу досягнути інформаційної переваги в обсязі інформації, необхідної для виконання завдань управління військами (силами).
- Інтелектуальні способи** - мають на меті реалізацію рефлексивного керування противником. Застосування їх робить можливим досягнення переваги з інформації, що використовується для управління військами (силами).
- Комбіновані способи** - забезпечують досягнення інформаційної переваги кількісно і якісно.

Точка входу

- одиниця обчислювальної техніки (група обчислювальної техніки), людина (група людей) яка працює на комп'ютеризованих засобах, програмний продукт (група програмних продуктів) або апаратно-програмний комплекс (що мають певні недоліки), використання яких дає можливість для несанкціонованого проникнення в систему управління (її підсистему), несанкціонованого збору і передачі потрібної інформації, а також підготовки системи управління для проведення на ній однієї з форм інформаційного протиборства.

Точки входу пропонується розрізняти:

апаратно-програмні (окремий комп'ютер (робоче місце); окремий комп'ютер обчислювальної мережі; автоматизовані системи управління, локальні мережі; глобальні мережі (Інтернет));

програмні: (уразливі місця операційних систем; уразливі місця програмного забезпечення);

людські: (використання окремої людини; використання групи людей; використання недосконалої організації побудови систем захисту; комбіновані.

Технологія створення зразка зброї масового збою

- алгоритм, який описує:
спосіб проникнення до об'єкта ураження, пов'язані з цим дії; перелік необхідних дій зразка та послідовність їх виконання;
спосіб виходу з об'єкта ураження, пов'язані з цим дії; можливості страхування і маскуванню на всіх етапах дії зразка;
перелік заходів для ліквідації слідів перебування та можливих наслідків.

Хакер

- фахівець комп'ютерної галузі, який використовує набуті знання для несанкціонованого проникнення в інформаційні системи, права доступу до яких не має, з метою здобування інформації, непередбаченого використання інформаційної системи або завдання їй шкоди. Як правило, хакер діє з метою виявлення уразливих місць захисту інформаційних систем і за замовленням власників цих систем.

Зміст

Вступ

1. Поняття «інформація», «інформаційна культура».....
2. Інформаційна безпека в контексті національної безпеки держави.....
3. Інформаційна війна: сутність і зміст.....
4. Інформаційно-психологічні операції (ІПсО) – основна форма інформаційної війни.....
5. Інформаційно-психологічний вплив як спосіб ведення ІПсО.....
6. Основні форми інформаційно-психологічного впливу.....
7. Інформаційно-психологічна протидія негативному інформаційно-психологічному впливу.....

Заключення.....

Словник основних термінів.....

Список використаної літератури.....