

PSYCHOLOGICAL SCIENCES

УДК 159.9

ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Колодяжна Алла Володимирівна

к. психол. н., доцент

Горбач В'ячеслав Ігорович

студент

Київський національний університет

технологій та дизайну,

м. Київ, Україна

Анотація. Проблема осмислення сутнісних характеристик сучасних війн, які розгортаються на тлі інформаційно-технологічного прогресу є надскладним завданням у зв'язку з їх латентним характером, постійною зміною засобів їх ведення, поєднанням аспектів їх реалізації, перманентним посиленням науково-технічної складової бойових дій. В статті розглянуто особливості війн інформаційної епохи, репрезентовані ідеї можуть бути використані у подальших наукових пошуках як у межах прикладних наук, так і для вирішення практичних проблем життєдіяльності людини, суспільства, держави і її збройних сил.

Ключові слова: інформаційна війна, інформація, пропаганда, інформаційний простір

З розвитком технологій та науки в сучасній війні з'являється новий фронт – інформаційний. Новітні війни більше спрямовані не на захоплення територій, ресурсів силою та зброєю, вони концентруються на свідомості людини. Незважаючи на простоту і доступність інформації, якою людина, здається, досить легко керує, вона часом сама того не зауважуючи, стає

об'єктом впливу інформаційного світу. Основною та центральною мішенню інформаційного впливу є людина, її психіка. У той же час саме від окремих особистостей, їх взаємозв'язків та стосунків залежить нормальне функціонування окремих суб'єктів різного порядку: від малої групи до населення країни, держави, суспільства загалом. Особливість сучасної культури (XXI ст.) в тому, що вона перетворилася в «екранну культуру», яка за своїм задумом аудіовізуальна і прагне все більш вірогідно зображати інформацію, часом підміняючи реальний світ, створюючи паралельні світи.

Науковець та експерт з інформаційної політики, автор численних книг з питань комунікаційних технологій, заслужений журналіст України Г. Почепцов зазначає, «існує велика кількість невоєнних дій, які по своїй ефективності можуть порівнятися з кінетичними. І найбільш наближено до них по безлічі своїх функцій інформаційна зброя, вживання якої населення ніяк не відчуває. Інформація здається безпечною, вона не стріляє і не вибухає. Але це лише у фізичному просторі. В інформаційному та віртуальному просторах вона несе руйнування та непоправні наслідки» [7].

Поняття «інформаційна війна» з'явилося значно пізніше за поняття «пропаганда». Пропаганда – поширення поглядів, фактів, аргументів та інших даних, у тому числі свідомо неправдивих, формування громадської думки чи інших цілей, які переслідують пропагандисти. Термін «пропаганда» став широко вживатися напередодні та у роки Першої світової війни, найсерйозніше змінивши медійний простір початку XX ст. Термін «інформаційна війна» увійшов в обіг лише у другій половині XX ст. Головна відмінність між пропагандою та інформаційною війною полягає, на наш погляд, у наступному: пропаганда ведеться завжди, а інформаційна війна – лише у певні періоди, які збігаються зі звичайною, гібридною або холодною війною. У пропаганді акцент робиться на позитивні образи Свого, а в інформаційній війні – на негативні образи Чужого. Таким чином, інформаційна війна – це найбільш концентровані пропагандистські кампанії, спрямовані на створення образу ворога і на те, щоб переконати власне населення у необхідності відстоювати певні цінності і

прагнути до досягнення певних цілей [1]. У цих кампаніях деяка частина інформації фальсифікується, а та інформація, яка відповідає істині, піддається препаруванню та маніпуляціям, щоб підкорити її цілям інформаційної війни. Відповідно, змінюється і медійний простір – одні ЗМІ виходять на перший план, інші можуть навіть на якийсь час згорнути свою діяльність.

Оскільки військова та інформаційна агресія Росії проти України знаходиться на піку своїх можливостей, питання медіа оборони та дослідження проблеми інформаційної війни є досить актуальним та знаходиться в пріоритеті.

Необхідною умовою успішного ведення інформаційно-психологічної війни є наявність єдиного інформаційного простору з супротивником, у якому плануються та проводяться всі дії. Інакше інформаційні процеси, що ініціюють нападники, просто не зможуть досягти своєї мети – свідомості супротивника. При цьому інформаційний простір є досить складним і багатофакторним об'єктом – деякою «реально-віртуальною частиною фізичного простору, у якій комунікатор може потенційно доводити до реципієнта, з використанням певних засобів комунікації, потрібну інформацію та контролювати реакцію реципієнта на її отримання» [8]. Сукупність конкретних засобів комунікації, через які комунікатор впливає на реципієнта та контролює реакцію, утворюють так зване інформаційне поле. Інформаційним «полем бою» в обох просторах - кібернетичному та соціальному – є протоколи інформаційно-логічного сполучення їх елементів, а також засоби й технології їх практичної реалізації. Для кібернетичного простору протоколами взаємодії систем і їхніх елементів є мови програмування, мережеві протоколи й угоди. Основним засобом їх несанкціонованого коригування є програмні закладки з незадекларованими можливостями, комп'ютерні віруси. Для соціального простору протоколом інформаційно-логічної взаємодії є природна мова народонаселення. Основним засобом коригування протоколів соціального простору нині є засоби масової інформації [1].

Так, за даними дослідження, що здійснили ГО «Детектор Медіа» у

партнерстві з European Values (Чеська Республіка), Фондом Розвитку ЗМІ (Грузія) та Political Capital (Угорщина), індекс інформаційного впливу російської пропаганди на процеси в інфопросторі інших країн, а саме Грузії, Угорщини, Чехії та України достатньо значимий. Сам індекс склався з безпосередньо впливу пропаганди Кремля та протидії їй. Найбільший вплив виявився в Угорщині, там індекс становив – 61, потім Грузія – 54, Україна – 49 та найменший індекс у Чехії – 48. Дослідники роблять висновки, що в Угорщині Кремль має широкі можливості завдяки проросійській риторичній політиці уряду; з іншого боку, угорське суспільство не запропонувало ефективних заходів протидії російському впливові. В Чехії інформаційна агресія Кремля зустрічає належний політичний опір (попри проросійського президента) і активні дії громадянського суспільства. Загалом, в усіх зазначених країнах медіапростір є сприятливим для московського впливу. Олігархічна власність на ЗМІ, падіння довіри до центральних медіа створюють хороші можливості для Кремля. Як правило, ЗМІ дуже повільно долучаються до антипропагандистських заходів, не вчать громадян виявляти маніпуляції та пропаганду, натомість можуть поширювати фейки, російські міфи тощо [3].

Сьогодні ЗМІ навчилися використовувати різні методи боротьби. Фейкові зображення як форма пропаганди, виправдування політичних та воєнних дій, перекручування та маніпуляція викривленими історичними фактами, безглузді конспірологічні теорії, обґрунтовані псевдо наукою, і це тільки частина всіх можливих засобів ведення інформаційної війни.

Щоб ефективно боротися із кожним із перелічених методів, потрібно розібратися як вони функціонують.

Одним із найважливіших видів зброї у психологічній складовій інформаційної війни є міф. Він може створюватися учасниками інформаційної війни або існувати задовго до її початку і лише актуалізуватися у зв'язку з цією війною. Міф – це вплив на аудиторію на підсвідомому рівні, той тип інформації, який на глибинному рівні присутній в кожному з нас, і його завдання полягає в тому, щоб активізувати цю символіку у вигідному для

комунікатора напрямку. У масовій свідомості людини функціонує безліч міфологем – одиниць міфологічного мислення. Це наскрізні, найбільш характерні для міфологічного світогляду ідеї, точки його фіксації. Ернест Кассілер пише, що зрозуміти міф означає зрозуміти не лише його слабкості і уразливі місця, але й усвідомити його силу. Міф господарює над усією сукупністю соціального життя й соціальних почуттів людини. Він досягає апогею, коли людина зустрічається з несподіваною і небезпечною ситуацією. У цих випадках людина завжди звертається до відчайдушних засобів, якими і є сьгоднішні політичні міфи. Цей час настає тоді, коли всі інші сили, які цементують соціальне життя, із тих чи інших причин утрачають свою могутність і не можуть стримувати міфологічні стихії [5]. У людини та суспільства загалом, з допомогою зовнішніх впливів, можна змінювати структуру світогляду у вигляді створення політичних міфів, які ведуть до неадекватного спотвореного розуміння реальності. Специфіку застосування міфічного в інформаційних війнах можна звести до двох пунктів: для створення міфу потрібні факти, чутки чи свідомо дезінформація нескінченно повторюються і завдяки цьому виділяються на загальному інформаційному тлі; застосовувані сучасні технології віртуальної реальності дозволяють якісно змінювати дійсність, яку бачить телеглядач.

Реальність та ідеї замінюються образами, які транслюють ті чи інші міфи. Коли почався повномасштабний наступ Росії, більшість українців стали обачніше ставитись до будь-якої інформації та стали ретельніше перевіряти її і саме це зумовило перехід пропаганди з агресивно-відкритої методики до прихованої діяльності. З цієї причини грубі та очевидні інформаційні вкиди, наприклад, «фотошоп-фейки», якими пропагандисти щедро наповнювали власний, а також світовий інформаційний простори, рідко потрапляли до соціальних мереж [4]. Також, з прикладу російсько-української війни можна помітити, що кремлівські канали активно ведуть пропаганду, буцімто це були вимушені дії і Україна хотіла напасти на Росію. Цей метод виправдовування добре діє на тих не володіє критичним мисленням та хоч якими навичками fact

checking. Так само працює прийом із перекручуванням історичних фактів.

Приклад конспірологічних теорій також можна взяти з російсько-української війни. Основні її тези це:

- Захід, який є представником «світового уряду», спровокував нацистські настрої в Україні та озброїв її для того, щоб взяти під контроль Росію;
- євреї, які є головними антисемітами, прийшли до влади, щоб знищувати євреїв;
- НАТО руками українців намагається оточити Росію та військовим шляхом захопити владу у світі;
- генетична зброя проти росіян, що розробляється в американських біолабораторіях, створених на території України;
- пандемія COVID-19, яка була запущена на територію Росії українцями тощо.

Головне питання сьогодення – як протидіяти пропаганді щоб перемогти в інформаційній війні? Для того, щоб ситуація в українському інформаційному просторі залишалася стабільно проукраїнською, медійники рекомендують підтримувати тренд на українізацію нашого простору, не провокувати та не роздмухувати мовні суперечки, не намагатися розв'язувати проблеми «безщасних» росіян та розвивати медіаграмотність. В свою чергу Отар Довженко радить не сперечатися з пропагандистами, а посилати чіткі меседжі та змістовні докази, які буде неможливо заперечити [6].

Зі свого боку держава повинна вибудовувати єдину інформаційну проукраїнську політику: загал має знати, хто транслює російську пропаганду, а всі ворожі наративи повинні блокуватися. Україна має рішучіше боротися з пропагандою і дезінформацією Росії. І одним із інструментів для цього повинен стати новий закон про медіа, проєкт якого нині готується до розгляду в парламенті. Про це йшлося на Всеукраїнському форумі «Україна 30. Культура, медіа, туризм», який був присвячений подоланню російської пропаганди і при цьому збереженні свободу слова. Новий український законопроєкт про медіа є

одним із пріоритетних для Ради Європи, зазначила заступниця голови Офісу Ради Європи в Україні Олена Литвиненко [2].

Ті, хто здійснює сьогодні інформаційні атаки, як правило, користуються знаннями в галузі психології та намагаються впливати на підсвідомість. Колишня прямолінійна пропаганда, що покликана підкорити собі розум людини і побудована на раціональних підставах, перетворюється на вид масового гіпнозу, якому піддається значна частина населення і який має ірраціональний характер. Щоб запустити інформаційно-психологічний механізм на свідомість (чи підсвідомість), необхідний потужний поштовх (стрес), який здатний вивести систему психіки людини з врівноваженого стану та активізувати пошук нових захисних механізмів від стресової ситуації.

Висновки. Саме тому медіа та освіта, це основні фортеці проти дезінформації. Для того щоб зменшити вплив пропаганди, в першу чергу через навчальні заклади та ЗМІ потрібно розвивати у людей критичне мислення. Простіше кажучи, навички fact checking та вміння якісно обдумувати інформацію, що допоможе людині швидко розібратися де правда, а де брехня. Відповідно ЗМІ зможе зосередитись не на контрпропаганді і розвінчанні фейків, а на створенні потужних меседжів, які унеможливлуватимуть дію пропаганди.

Інформаційна війна є дуже небезпечною, проте грамотна протидія загрози, зможе зменшити її вплив. І ця протидія має відбуватися від кожної людини, бо чим більше ми боїмось, тим більше страх стає.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Війни інформаційної епохи: міждисциплінарний дискурс: монографія/за ред. В.А. Кротюка. Харків: ФОП Федорко М. Ю., 2021. 558 с.
2. Драчук Сергій Як в Україні планують боротися з дезінформацією Росії? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/zakon-pro-media-i-dezinformacija-rosiji/31142284.html>
3. Індекс інформаційного впливу Кремля 2017. Спільний звіт за

результатами дослідження. К.: ГО Детектор Медіа, 2017. 70 с.

4. Калашлінська Марина Тренди дезінформації та пропанди в соціальних медіа півдня України за 5 місяців війни. URL: <https://izbirkom.org.ua/publications/medialiteracy/2022/trendi-dezinformaciyi-ta-propagandi-v-socialnih-media-pivdnya-ukrayini-za-5-misyaciv-vijni/>

5. Кассирер Э. Философия символических форм. Том II: Мифологическое мышление / пер. с нем. С. А. Ромашко. М.; СПб: Университетская книга, 2002. 280 с.

6. Наливайко Олександра Як протидіяти наративам російської дезінформації в українських і світових медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/201743/2022-08-09-yak-protydiyaty-naratyvam-rosiyskoi-dezinformatsii-v-ukrainskykh-i-svitovykh-media/>

7. Почепцов Г. Г. Сенси і війни: Україна і Росія в інформаційній і сенсиловій війнах. Київ: Києво-Могилянська академія, 2016. 316 с.

8. Hersprin D. R. Rumsfeld's wars: the arrogance of power Lawrence : University press of Kansas, 2008. XXIV. 247 p