

Інформаційна війна як сучасний інструмент впливу на міжнародній арені

Марина Александренко
Київський національний університет культури і мистецтв
Київ, Україна

Анотація. У цій роботі автор досліджує феномен інформаційної війни у всіх можливих проявах. Головною метою дослідження є аналіз теоретичних основ поняття. Актуальність дослідження зумовлюється тим фактором, що в 2017 році інформаційна війна вийшла на передній план як засіб впливу на світовій арені, відтіснивши військові дії на друге місце. Цей феномен є унікальним, оскільки, по суті, можна спостерігати кардинальну зміну у веденні міжнародної політики. Крім того, в статті наводяться приклади інформаційних війн в історичному контексті.

Ключові слова: інформаційна війна, політика, міжнародні відносини, держава

Information Warfare as a Modern Instrument of Influence in the International Arena

Maryna Aleksandrenko
Kyiv National University of Culture and Arts
Kyiv, Ukraine

Abstract. In this work, the author considers the phenomenon of information warfare in all possible manifestations. The main purpose of the study is to analyze the theoretical foundations of the concept. The relevance of this topic is determined by the fact that in 2017 information warfare has come to the forefront as a means of influence in the international arena, relegating military intervention to the background. This phenomenon is unique, since, in fact, one can observe a fundamental change in the conduct of international relations. In addition, the study presents a number of examples of information warfare in the historical context.

Key words: information warfare, politics, international relations, state

Вступ

Відомому американському дипломату Генрі Кісінджеру належить вислів про те, що «одна газета чи радіопередавач можуть важити більше, ніж ескадрилья бомбардувальників». Це була найбільш точна оцінка важливості інформаційної діяльності в контексті досягнення зовнішньополітичних цілей.

Кожна держава у своїй зовнішньополітичній діяльності прагне досягти трьох основних цілей – репрезентації себе у вигідному світлі, встановлення свого впливу над певними процесами чи суб'єктами міжнародних відносин і забезпечення гарантій стабільного і безпечного власного існування та розвитку.

З-поміж різноманітних шляхів досягнення цього, найоптимальнішим є інформаційний: інформація – ресурс нематеріальний, а завдяки розгалуженій мережі засобів масової інформації, що швидко розвивається в умовах глобалізації, ще й широкопроникний і всеохоплюючий, що дозволяє здійснювати різнорівневий вплив за різноманітними формами і каналами, але з єдиним смисловим навантаженням. Але найголовніше – здійснювати вплив опосередковано і ненав'язливо. Саме тому зараз поле боїв та відстоювання власних інтересів держав змістилося у інформаційний простір і, як показує досвід, дає досить плідні і цілком матеріальні результати.

Феномен інформаційних воєн зачіпає людство дедалі активніше. Інформаційно-психологічний вплив здатен змінювати все: імідж, позиції, напрями розвитку та хід подій. Баланс інформаційних стосунків, у тому числі й інформаційних протиборств, набуває характеру чинника світового порядку.

В даній роботі особлива увага припадає на дослідження розвитку міждержавних відносин в інформаційній сфері та одне з явищ, яке є її невід'ємною частиною – інформаційні війни.

Актуальність обраної теми визначається тим фактором, що в 2017 році інформаційна війна вийшла на передній план як засіб впливу на світовій арені, відтіснивши військові дії на друге місце. Цей феномен є унікальним, оскільки, по суті, можна спостерігати кардинальну зміну у веденні міжнародної політики.

Об'єктом дослідження виступають інформаційні війни у своїй багатоаспектності.

Предметом дослідження роботи є інформаційні взаємодії між державами, а саме інформаційні атаки, тиск, а також війни, як наслідок перших двох явищ.

Основними завданнями роботи є розкриття основних теоретичних аспектів та визначень, що формують основну базу понять щодо інформаційних війн.

Теоретичні аспекти інформаційної війни. Інформація як новий тип зброї

Сучасні наукові джерела містять значну кількість різноманітних визначень щодо терміну «інформація» (з lat. informatio – дані, ознайомленість), однак найбільш повно та лаконічно його зміст розкриває наступне: інформація – це процес сприйняття даних та їх інтерпретація.

В Законі України «Про інформацію» (1992) від 02.10.1992 № 2657-ХІІ інформація подається як «будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді».

Інформація є основним продуктом виробництва та споживання інформаційного суспільства (надалі по тексту – ІС). Вислів «інформаційне суспільство» був запропонований австрійським економістом, котрий емігрував до США, Фріцом Махлупом.

У 1983 р. вийшла друком книга Йошити Масуда «Інформаційне суспільство як постіндустріальне суспільство», в якій систематизувалися головні тлумачення ІС у розумінні японців; ІС визначалось як таке, де комп'ютеризація забезпечує людям доступ до інформації та гарантує високий рівень автоматизації виробництва. У такому суспільстві матеріальне виробництво стає інформаційно насиченішим, збільшується частка інновацій; виробництво інформаційного продукту перетворюється на рушійну силу в освіті, науці, у розвитку країни взагалі (Почепцов & Чукут, 2008).

Найдетальніше модель ІС спрогнозував Елвін Тофлер у книзі «Третя хвиля». Відповідно до його бачення, у світі починається третій цивілізаційний етап, у якому домінуючу роль відіграватимуть демасифіковані інформаційні засоби зв'язку. Основу економіки суспільства становлять комп'ютерні системи, що поєднують приватні помешкання з виробничими і торгівельними організаціями, з банками та урядовими установами, школами, університетами тощо. Внаслідок цього стає можливим організація роботи за принципом «електронних котеджів». В епоху третьої хвилі головною невичерпною сировиною є інформація (Толкачов, 2009).

Мануель Кастельс у своїй праці «Інформаційна ера: економіка, суспільство, культура» акцентує значення комунікації та пропонує тезу про перехід до інформаційного капіталізму чи «інформаціоналізму», в умовах якого успіх залежить від здатності генерувати, обробляти та ефективно використовувати інформацію.

За М. Кастельсом (2000) ІС характеризується:

–переорієнтацією економіки від виробництва товарів до надання послуг;

- зміною значення інтелектуальних технологій у технологічній та виробничій сферах;
- зменшенням значення матеріальної власності в системі цінностей;
- збільшенням значення знань як основи технологічної та структурно-політичної основи суспільства;
- зміщенням семантичних акцентів у структурі соціальної організації;
- реорганізацією культурних орієнтирів;
- виникненням домінанти освіти й науки як системного складника суспільного фактора (Кастельс, 2000).

У наш час загальноприйнятою вважається така порівняльна характеристика поступального розвитку світової цивілізації, яка стимулювалася розвитком технічного оснащення виробництва: 1-й тип цивілізації (VIII–VII тис. р. до н. е.) – аграрний, домінувало сільське господарство як вид виробництва з ручним характером праці, провідним типом власності була земельна; 2-й тип цивілізації (XVIII–XX ст.) – індустріальна, домінувало промислове господарство як вид виробництва з машинним характером праці, провідним типом власності була промислова власність; 3-й тип цивілізації (з кінця XX ст. і до сьогодні) – постіндустріальна (як синонім використовується термін «ноосферо-космічна»), домінує інформаційний вид виробництва з інтелектуальним характером праці, провідним типом власності стає інтелектуальна. Постіндустріальне суспільство, на думку вчених-футурологів, породжує інформаційне суспільство, коли суспільство кожної країни світу прагне до «поступового переходу від енергетичних до інформаційних джерел життєдіяльності людини. Інформаційно-технологічний спосіб виробництва супроводжується широкою інформатизацією, переважанням високих технологій і науково-технічних розробок у системі виробничих чинників». Відбувається електронізація виробництва та побуту, широка комп'ютеризація, роботизація, які, з одного боку, вивільняють людину від самого виробничого процесу, ставлять її поряд із ним, а з другого – на цій основі підвищуються вимоги до освітньо-кваліфікаційного рівня зайнятих, зростає інтелектомісткість виробництва, праці й продукту.

У сучасному розумінні «інформаційне суспільство» – це передусім гуманітарна категорія, що описує якісні суспільні трансформації, зміщення акцентів із виробничої до невиробничої сфер, зміну характеру інформаційних потоків, групових та індивідуальних ідентичностей (Дубов, Ожеван & Гнатюк, 2010).

Провідними трьома рисами, що вирізняють подібний соціум від усіх його попередників вважаються:

- створення глобального інформаційного простору, здатного забезпечити нову якість життя;
- збільшення питомої ваги інформаційно-комунікативних технологій, продуктів і послуг у валовому внутрішньому продукті (ВВП) країни;
- поява якісно нових комунікацій та ефективної інформаційної взаємодії людей на засадах зростаючого доступу до національних і світових інформаційних ресурсів, подолання інформаційної нерівності (бідності), прогресуюче задоволення людських потреб в інформаційних продуктах і послугах (Дубов, Ожеван & Гнатюк, 2010).

Інформацію можна класифікувати на 2 типи: безпечну та небезпечну. Безпечною є та інформація, що є нейтральною за своїм походженням та змістом, не зазнавала попередньої обробки і може вільно інтерпретуватися одержувачем. Небезпечною є така інформація, яка може завдати шкоди своїми властивостями (змістом, формою, направленістю) або наслідками реалізації своїх властивостей, що не несуть у собі безпосередньої небезпеки. Така інформація може передаватися через ЗМІ, Інтернет, мобільний зв'язок, художню та іншу літературу, фільми, телепередачі, твори

мистецтва тощо. Якщо інформація є небезпечною, то її можна використовувати у якості зброї, а значить вона є потужним інструментом інформаційної війни.

За дослідженнями військових істориків, існує шість поколінь воєн, що розподілені в залежності від основного типу зброї і масштабу ведення бойових дій: 1) до першого покоління відносяться усі війни до винайдення вогнепальної зброї, дії ведуться лише на рівні тактики; 2) друге покоління – після винайдення вогнепальної зброї, але дії все ще не виходять за межі тактики; 3) у третьому поколінні війни ведуться на оперативно-тактичному рівні, із використанням нарізної вогнепальної зброї; 4) війни четвертого покоління йдуть на рівні стратегії, і під час них масово використовується автоматична вогнепальна зброя та різна бойова техніка, цілі бойові системи і комплекси, хімічна та біологічна зброя масового знищення; 5) війни п'ятого покоління – ядерні війни глобального рівня, що урівнюють шанси переможеного і переможця на виживання, і це головна причина того, що у світі не відбулося жодного конфлікту з використанням такої зброї; 6) останнє, шосте покоління воєн – війни, що ведуться на всіх рівнях – від тактичного до глобального – з використанням нетрадиційних сучасних видів озброєнь, на кшталт високоточних боєприпасів вибіркової дії, безпілотних літальних апаратів, супутникових систем стеження, комп'ютерних систем стеження і керування, зброї, побудованій на нових фізичних принципах (променева, акустична, електромагнітна), інформаційної зброї, що покликана зруйнувати економічну та інформаційну інфраструктуру противника без втрат у живій силі як власної, так і ворожої сторони (Ліпкан, Максименко & Желіховський, 2006).

Тепер варто зробити акцент на визначенні терміну «інформаційна війна». За визначенням видатного спеціаліста у галузі комунікацій Григорія Почепцова (2000), це будь-які дії, спрямовані на нейтралізацію супротивника або опонента в інформаційному просторі. Вони можуть мати політичні, економічні, культурні, ідеологічні, соціальні та інші аспекти і напрями дій (Почепцов, 2000).

Загалом, інформаційна війна – це будь-який цілеспрямований інформаційний вплив, що має на меті ураження супротивника та його інформаційної інфраструктури.

Варто розглядати інформаційні війни навіть у більш широкому розумінні, як новий тип міжнародного протистояння, систему заходів інформаційного, організаційного й технічного впливу на об'єкт (державу) для зміни політичної, економічної чи іншої конфігурації без військових операцій (Бондар, 2006а).

На відміну від прямого втручання у внутрішні справи, такі війни спрямовані на створення сприятливого середовища, досягнення перетворень через корекцію основних цінностей. Причому ця агресія прихована, «нападник» себе і свою мету не оголошує, що дає змогу зменшити рівень спротиву – насамперед психологічного. Інформаційна війна може бути багатоваріантною, багатоетапною, її можна коригувати щодо напрямів удару, аудиторій впливу, завдань. Однак мета залишається незмінною – перемога над супротивником, оволодіння, підпорядкування визначеної території, країни, політичної еліти, усунення «незручних» факторів (Бондар, 2006а).

«Інформаційне проникнення» – складова інформаційної війни, яку ведуть, як правило, на території противника, проти громадян іншої країни, у чужому інформаційному просторі. Відтак обирають і конкретні комунікаційні засоби впливу – відповідно до структури, стану ЗМІ, інших чинників конкретного регіону (Бондар, 2006а).

Інформаційна війна може мати різні масштаби – починаючи від парламентських виборів, будь-якої широкої рекламної кампанії і т.д. (хоча в такому випадку її наслідки набагато м'якші для соціуму) і закінчуючи справжніми військовими кампаніями, в тому числі й інформаційними.

Інший дослідник інформаційної війни С. Н. Гриняєв (2004) називає її переваги:

- універсальність (не залежить від кліматичних чи географічних особливостей місцевості ведення військових дій);
- прихованість (можливість приховати свої наміри нападу на супротивника);
- економічна ефективність (відносно невеликі затрати, якщо не враховувати витрати на розробку нових проектів, їх випробування та впровадження);
- можливість застосування для вирішення широкого кола завдань (можна застосовувати на будь-яких етапах війни, на різних суб'єктах);
- масштабність застосування (можливе здійснення впливу на стаціонарні і мобільні елементи системи наземного, морського, повітряного і космічного базування);
- володіння ефектом «ланцюгової реакції» (вплив на одиничний елемент системи може призвести до виведення з ладу інших елементів, сегментів і системи цілком);
- складність здійснення міжнародного контролю за розробкою і застосуванням (може бути надійно прихована від розвідок інших держав, різних міжнародних організацій, їх контролюючих органів) (Гриняєв, 2004).

Основною і головною ціллю інформаційної війни є припинення опору з боку супротивника, його повна або часткова деморалізація та дезорганізація на різних рівнях (починаючи від окремих структур до держави в цілому), також здобуття контролю над діями ворожої сторони. Головною мішенню при такій атаці є насамперед лідер держави-опонента або їх група, оскільки ситуація в країні залежить на пряму від поведінки та дій правлячих еліт. Однак, інформаційна атака також поширюється і на населення країни з метою впливу на свідомість та нав'язування певної моделі поведінки, що здатна впливати на хід подій у державі і призводити до різноманітних процесів (мітинги, заколоти, революції, перевороти, зміна уряду). Здійснюватися такі атаки можуть як у воєнний, так і у мирний час.

Метою інформаційних війн є також:

- 1) контроль над інформаційним простором для того, щоб його можна було використовувати його у власних інтересах та цілях, захищаючи при цьому власні військові інформаційні ресурси від ворожих дій;
- 2) використання контролю за інформацією для ведення інформаційних атак на ворога;
- 3) підвищення загальної ефективності збройних сил за допомогою широкого використання військових інформаційних функцій.

Інформаційні атаки проводяться на всіх рівнях – від оперативного до стратегічного, комплексно і вибірково, оскільки чим більша залежність держави від інформаційних систем, тим більш вона вразлива, а оскільки зараз ці системи поки що мало захищені та розташовані і підпорядковані в ієрархічному порядку, то пошкодження навіть незначної частки інформаційних систем (особливо на стратегічному рівні) означатиме руйнування інформаційної інфраструктури держави в цілому. У інформаційній війні ставиться за мету капітуляція ворога ще до початку реальних бойових дій (або навіть і без них).

Слід зазначити, що інформаційна війна не може бути односторонньою, вона позначається і на «агресорові», який опиняється перед необхідністю мінімізувати вплив своїх дій, своєї інформації і на власній інформаційній території. Останнім часом з'явилася навіть професія, «спіндоктор», чие завдання – знімати, крім інших, негативні наслідки інформаційних «бумерангових» ударів (Бондар, 2006б).

Виділяють наступні методи ведення інформаційної війни та наслідки їх застосування:

1) психологічні операції – інструмент політичного впливу на опонентів, прибічників, нейтральне середовище та суспільну думку в цілому, метою якого є здобуття влади над учасниками конкурентної боротьби;

2) електронна війна – дії, що ускладнюють або унеможливають отримання конкурентом (ворогом) точних даних, свідчень, матеріалів або інформації загалом;

3) дезінформація – надання ворогу помилкової інформації;

4) фізичне руйнування – може бути частиною інформаційної війни, якщо має на меті вплив на елементи інформаційних систем;

5) міри безпеки – прагнення уникнути поінформованості ворога щодо намірів та можливостей протилежної сторони, а також захист власних інформаційних ресурсів;

6) прямі інформаційні атаки – пряма видозміна інформації без видимої зміни сутності.

У мирний час інформаційна атака може тривати і вона буде спрямована на досягнення наступних цілей в конкретній державі:

1) дезінформація політичного і військового керівництва країн-опонентів;

2) дискредитація керівництва країн-опонентів, нагнітання недовіри до нього серед місцевого населення;

3) стимулювання активності соціально-політичних угруповань, діяльність яких відповідає інтересам агресора;

4) залякування керівництва країни-опонента;

5) організація боротьби з пропагандою супротивника, протидія його політичним акціям (Ліпкан, Максименко & Желіховський, 2006).

Крім того, за допомогою спецслужб можуть активно підтримуватися (в тому числі й матеріально) ідейно близькі партії і рухи в країнах-опонентах. Вони на своєму рівні здатні впливати на інформаційне поле держави, скеровуючи його, таким чином, у потрібному напрямку.

До основних видів інформаційної зброї слід віднести:

1) небезпечну інформацію як таку та канали її розповсюдження;

2) психотронну зброю, існування якої через малу кількість інформації про неї і досі знаходиться під знаком питання;

3) «чорний PR», політичну пропаганду і рекламу, яка часто має всі ознаки інформаційної зброї;

4) комп'ютерні віруси, дії хакерів у інформаційних мережах та штучні радіо-, теле- та інші перешкоди (Ліпкан, Максименко & Желіховський, 2006).

Далі варто розглянути кожен з зазначених видів більш детально.

Небезпечна інформація. Для того, щоб потрапити в розряд потенційно небезпечної вона має відповідати декільком критеріям, а саме: по-перше, вона має бути небезпечною для держави, соціуму чи/та певної частини населення, а по-друге, вона має бути легкозасвоюваною і приховувати шкідливу направленість, діючи при цьому лише побічними шляхами. Проводячи інформаційні операції, слід зауважити, що широко застосовують не лише справжні, а й неправдиві факти та міркування, логічні конструкції, що дають змогу (незалежно від того, на які факти – справжні чи вигадані вони опираються) підвести до запрограмованих висновків.

Психотронна зброя. Під цим поняттям слід розуміти засоби прямого або непрямого дистанційного невербального впливу на психіку людини, причому об'єктом впливу може стати як окремих індивід, так і група осіб. Стосовно фактів існування такої зброї між вченими світу і досі точиться гостра дискусія, оскільки одні стверджують, що зброя подібного типу існувала і існує до тепер, інші ж відкидають її

існування. Це зумовлено тим, що донедавна наукові дослідження, які стосувалися цієї галузі, були суворо засекречені, а надання інформації про них прирівнювалися до розголошення державної таємниці.

Але все ж таки за наявними даними можна зробити спробу визначити основні можливі принципи роботи психотронної зброї.

Основна мета використання такого виду зброї – повне або часткове підпорядкування психіки одного індивіду під вплив іншого, або, простіше кажучи, перетворення нормальної людини на «зомбі». Побічним ефектом використання такої зброї можуть бути, наприклад, онкологічні захворювання, незворотні функціональні розлади внутрішніх органів і смерть людини, що підпала під її дію. За принципом дії психотронну зброю можна розподілити, за наявною інформацією, на 2 типи: кодову і випромінювальну (Ліпкан, Максименко & Желіховський, 2006).

До першої групи належать так звані «технології 25 кадру», гіпноз, навіювання; до другої – різні типи електромагнітного випромінювання та звукових хвиль, а також вплив маловивчених сучасною наукою факторів (торсійне поле, лептонне випромінювання та ін.) (Петрик та ін., 2011).

Найефективнішим і найнебезпечнішим з них має бути перший тип зброї, дія якої ґрунтується на тому, що органи чуттів людини здатні сприймати не більше ніж 2% інформації, яка потрапляє в її організм через ці органи. 98% залишаються непоміченими, але засвоєними організмом. Якщо інформація, що перебуває в тих 98%, має легкозасвоювану форму і конкретний зміст, то через деякий час вона почне реалізовуватися в свідомості людини з усіма відповідними наслідками. На цьому і базується дія «ефекту 25 кадру»: коли людина дивиться телевізійну передачу або кінофільм, то вона здатна свідомо сприймати тільки 24 кадри за секунду – все, що поза цим лімітом, залишиться непоміченим, але відкладеться у її пам'яті і через деякий час може реалізуватися непомітно для самої людини. А в «зайвому» кадрі може бути закладена певна команда, яка так чи інакше буде виконуватися нібито з волі людини, яка дивилася той фільм (Москаленко, 2007).

Аналогічно може діяти і голосова команда, накладена на інший звукозапис в уповільненому вигляді – тоді вона буде сприйматися слуховим аналізатором як шум, але при багатократному прослуховуванні даного запису може відкритися у підсвідомості людини, а потім реалізуватися. Якщо та команда буде включати небезпечну інформацію, то наслідки такого кодування будуть дуже шкідливими не лише для людини, але й для тих, хто її оточує, оскільки розпізнати зомбі та припинити його дії можуть досить небагато осіб. Окрім того, ще не розроблено ніяких ефективних методів зворотного перетворення зомбі на нормальну людину, а це на даному етапі розвитку суспільства є дуже небезпечним явищем, якщо врахувати ще те, що кодуванню можуть бути піддані не лише окремі особи, а й цілі колективи.

Багато хто вважає, що інформаційною зброєю психотронного типу може бути і нейролінгвістичне програмування (НЛП) – одна з систем ефективної психологічної та психіатричної терапії, та просто маніпуляційного впливу на інших людей (Петрик та ін., 2011).

Гіпноз – це введення людини в стан напівсну з метою впливу на підсвідомість, програмування вказівок до безпосереднього їх виконання. Як інформаційна зброя, найбільш ефективним є недирективний (прихований) гіпноз. Його можна застосовувати у виступах політичних, духовних лідерів, різних «пророків» тощо (Парфенюк, 2009).

Навіювання, або сугестія (від лат. *suggestio* – навіювання) – процес впливу на психічну сферу людини, що пов'язаний з істотним зниженням її критичності до

сприйняття інформації, що надходить, відсутністю прагнення перевірити її достовірність, необмеженою довірою до її джерел.

Цей вид психотронної зброї може застосовуватися у відео-візуальних засобах, під час різних мітингів, виступів, коли масова свідомість притуплюється і некритично сприймає інформацію.

Електромагнітна і звукова зброя теж здійснюють психотронний вплив. Наприклад, НВЧ-випромінювання, окрім того, що має виражену мутагенну і канцерогенну дію, може спричинити зміну у психіці людини, якщо частота випромінювання співпадає з частотами хвиль мозку, активуючи підсвідомі інстинкти. Те саме можна сказати про КВЧ (крайньовисокочастотне) випромінювання, яке підвищуючи дратівливість людини (Парфенюк, 2009).

«Чорний PR» і реклама також можуть використовуватися як види інформаційної зброї.

Як відомо, абревіатура PR (Public Relations) означає в перекладі з англійської «зв'язки з громадськістю». Наукове визначення PR – це знання та дії у сфері масових комунікацій, що використовуються для досягнення певної мети. Прикладами PR можуть служити міжнародні відносини, реклама, політичні кампанії та інші дії, які спрямовані на отримання певного результату від суспільства.

Отже, «чорний PR» – це аналогічні дії, але такі, що можуть мати під собою негативне підґрунтя і використовуються з метою нанесення шкоди. Такий вид комунікаційної активності найчастіше має місце в бізнесових колах, але може використовуватися і в політиці, в тому числі і міжнародній. Основні техніки цього прийому в інформаційній війни – одностороннє висвітлення фактів, що стосуються діяльності опонента, в негативному світлі, пряма фальсифікація і перекручення фактів з метою подальшої дискредитації конкурента або суперника (Клячин, 2010).

Реклама виступає своєрідним продовженням або різновидом PR. З її допомогою також можна маніпулювати окремою людиною і групами людей, примушуючи їх виконувати дії, поза їх бажанням.

До технічної інформаційної зброї, тобто тієї зброї, яка націлена переважно на технічні засоби інформаційної системи супротивника, можна віднести:

1) інформаційну зброю електромагнітного ураження елементів автоматичних систем управління, суть якої полягає в створенні короткочасних електромагнітних випромінювань великої потужності з метою впливу на радіоелектронні пристрої і особовий склад військ для виведення їх з ладу;

2) інформаційну зброю впливу на програмно-математичне забезпечення та на мережі і телекомунікаційні засоби обміну даними автоматичних систем управління – це засоби перехоплення, знищення або спотворення інформаційних масивів з допомогою спеціального програмного забезпечення, комп'ютерних вірусів, закладок, логічних бомб, «троянських програм», «червів» тощо;

3) інформаційну зброю радіоелектронного впливу на системи радіозв'язку, передачі даних, радіонавігації і супутникового зв'язку, елементи систем радіоелектронної розвідки;

4) інформаційну зброю фізичного знищення елементів автоматичних систем управління – це системи і засоби, що спричиняють фізичне руйнування елементів автоматичних систем управління супротивника, наприклад, системи і засоби вогняного ураження, вибухові засоби, що постачаються розвідувально-диверсійними групами, біологічні мікроби-винищувачі елементної бази тощо.

Така зброя просто необхідна під час традиційного ведення війни, як гарний і надійний допоміжний засіб. Автоматизованість сучасної зброї характеризується великою перевагою перед ручним озброєнням і слабкістю перед зброєю

інформаційною, яка може спричиняти вигорання елементів автоматичних систем управління, наприклад, ліній зв'язку, модемів, високочутливої елементної бази персональних електронно-обчислювальних машин, вносити корективи в автоматичне керування літаками, безпілотними літальними апаратами, артилерійськими снарядами, крилатими і оперативно-тактичними ракетами (Парфенюк, 2009).

Щодо основних шляхів передачі інформації, а особливо небезпечної, варто нагадати, що до них відносять ЗМІ, Інтернет, мобільний зв'язок, художню та іншу літературу, фільми, телепередачі, твори мистецтва тощо (Парфенюк, 2009). Інформаційна агресія та вплив ґрунтуються на використанні в основному трьох «китів»: ЗМІ, культури, суспільних наук. Форми ж і канали поширення інформації можуть бути найрізноманітніші – історичні, культурологічні розвідки, музика, іграшки, технічні пристрої, ЗМІ тощо – залежно від завдань і цільових соціальних груп. Заразом інформаційна війна передбачає комплексне використання комунікативних засобів і дій, коригованих відповідно до конкретного інформаційного простору (Бондар, 2006б).

Всі ці засоби є ідеальними знаряддями для ведення інформаційних війн. Не дарма ЗМІ називають четвертою владою, адже вони генерують громадську думку, надають чи замовчують інформацію. Інтернет, як засіб інформації та комунікації, стаючи все більш доступним, все більше впливає на формування точки зору людини з того чи іншого питання. Специфіка Інтернету в тому, що він урівнює шанси багатих і бідних в інформаційній війні. Якщо для друкування видань потрібні кошти на витратні матеріали, то вже зараз при мінімальній комп'ютерній освіченості можна швидко та безкоштовно створити декілька сайтів з компрометом на противника та розмістити їх на сервері будь-якої країни. Кіно та література відверто або приховано нав'язують стереотипи, установки та уявлення, які вигідні впливаючій стороні. На емоційно-чуттєвому рівні індивіду прищиплюється сприйняття або несприйняття чогось, вносяться корективи в світогляд. Перевага цих засобів у тому, що вони діють дуже делікатно, але з надзвичайно високою ефективністю. Тобто, подання шкідливої інформації через ці засоби є безпрограшним варіантом, позаяк вона гарно сприймається цільовою аудиторією і користується певним кредитом довіри.

Важливе місце посідають тут і неформальні канали спілкування, де найбільше циркулюють чутки, перекази, анекдоти, міфи, які дійсність не може спростовувати. Здатність таких форм інформації до самостійного існування та поширення використовують для вкорінення певних образів, характеристик, ревізії офіційних оцінок подій. Часто саме неформальні комунікаційні канали є найефективнішими у впливові, вони найорганічніше заповнюють інформаційні ніші, недосяжні для офіційного трактування (Бондар, 2006б).

Інформаційні війни і реальність: приклади з історії

Як правило, інформаційна війна є супровідником прямої військової кампанії, але інколи вона може проводитися самостійно без військових дій у звичайному їх розумінні. У висвітленні воєнних подій теж простежуються чіткі орієнтири, завдання яких, за задумом сценаристів, обґрунтувати свої дії, дозувати і корегувати інформацію, забезпечити підтримку ЗМІ за межами безпосереднього контролю, досягти потрібних оцінок і реакцій на свої дії.

Прикладом наймасштабнішою класичної інформаційної війни була «холодна війна». Вона сконцентрувала величезні фінансові та інтелектуальні можливості двох наддержав – США та СРСР. Поле їхнього протиборства фактично став увесь світ. Не вступаючи у пряме воєнне протистояння, підтримуючи офіційні стосунки, співпрацюючи в різних сферах – технологічній, гуманітарній, спортивній,

дипломатичній та інших, Радянський Союз і Сполучені Штати вели безкомпромісну боротьбу за вплив у різних регіонах в інформаційному просторі (Бондар, 2006а).

«Холодна війна» тривала на всіх рівнях, із використанням усіх доступних каналів проникнення і впливу, включаючи офіційні і неформальні можливості та стосунки. Ця війна засвідчила потужну комунікаційну здатність не лише традиційних, а й опосередкованих засобів комунікації. Такими, приміром, стали західна музика, речі і навіть гроші. СРСР намагався протистояти цьому: штучно підтримуючи курс карбованця, обмежуючи поїздки за кордон, розгорнувши боротьбу з «речизмом». Однак, така політика виявилася малорезультативною. Поразки Радянський Союз зазнав і на міжнародній арені, де завдяки більшим економічним та інформаційним можливостям США здобули перевагу – дії радянського режиму в світі оцінювали в американській редакції (Бондар, 2006а).

Висновки

Таким чином, аналізуючи усі вищенаведені факти можна дійти висновків, що інформація на сучасному етапі являє собою унікальний елемент, що задіяний не лише в інформаційному середовищі, а й в політиці, економіці, міжнародних відносинах, військовій сфері, та здатний суттєво впливати на окремих індивідів та суспільство, на окремі держави і світ, та на хід подій в цілому. До того ж, зростання ваги та цінності інформації породило такий феномен як інформаційна війна, що поступово починає змінювати загальні уявлення про ведення бойових дій, національну безпеку та зброю.

Глобалізація в інформаційній сфері, розвиток комунікаційних системних мереж породжує далеко не віртуальну можливість цільового маніпулювання свідомістю тих чи інших груп людей, регіонів чи країн з метою нав'язати потрібні оціночні характеристики, погляди, норми поведінки, за потреби – для дестабілізації владних, суспільних структур, несанкціонованого втручання у внутрішні справи держав (Бондар, 2005).

Міждержавне протистояння, боротьба політичних, громадських сил набувають нових ознак (Бондар, 2005).

Перевага країн-лідерів дає їм змогу не лише користуватися перевагами технологій, а й корегувати і дозувати інформацію, що, по суті, ставить під сумнів об'єктивність самої тези про рівність доступу до інформації всіх людей (Бондар, 2005).

Список використаних джерел

- Бондар, Ю. (2005). Поле битви – інформаційний простір. *Персонал*, 12, 1-2.
- Бондар, Ю. (2006а). Поле битви – інформаційний простір (продовження). *Персонал*, 1, 14-16.
- Бондар, Ю. (2006б). Поле битви – інформаційний простір (продовження). *Персонал*, 2, 12-13.
- Гриняев, С. Н. (2004). *Поле битвы – киберпространство: Теория, приемы, средства, методы и системы ведения информационной войны*. Минск: Харвест.
- Дубов Д.В., Ожеван М.А. & Гнатюк С.Л. (2010). *Інформаційне суспільство в Україні: глобальні виклики та національні можливості: аналітична доповідь*. Київ: Національний Інститут Стратегічних Досліджень.
- Закон України «Про Інформацію» від 02.10.1992 № 2657-ХІІ (1992). Retrieved from: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
- Кастельс, М. (2000). *Информационная эра: экономика, общество, культура*. Москва: Государственный университет. Высшая школа экономики.

- Клячин, А. (2010). Політичні антитехнології: ціннісний вимір. *Науковий вісник Ужгородського університету, Серія : Політологія, Соціологія, Філософія*, 15, 81-85.
- Ліпкан, В. А., Максименко, Ю. Є. & Желіховський, В. М. (2006). *Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції*. Київ: КНТ.
- Москаленко, В.В. (2007). *Психологія соціального впливу*. Київ: Центр учбової літератури.
- Парфенюк, І. (2009). *Україні потрібна інформаційна зброя*. Retrieved from: <http://narodna.pravda.com.ua/politics/4a9eaa62155bf/>
- Петрик, В.М., Присяжнюк, М.М., Компанцева, Л.Ф., Скулиш, Є.Д., Бойко, О.Д. & Остроухов, В.В. (2011). *Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навчальний посібник*. Київ: ЗАТ "ВІПОЛ".
- Почепцов, Г. (2000). *Информационные войны*. Киев: Ваклер.
- Почепцов, Г.Г. & Чукут, С.А. (2008). *Інформаційна політика: Навчальний посібник для студентів ВНЗ, аспірантів, викладачів*. Київ: Знання.
- Толкачов, О. (2009). *Інформаційно-газова війна як граблі для України*. Журнал «Телекритика». Retrieved from: <http://www.telekritika.ua/daidzhest/2009-01-12/43077>