

УДК 327.88+32.019.51

ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ: ІСТОРІЯ ТА ЗАСОБИ*Анатолій Колісніченко*

Чорноморський національний університет імені Петра Могили
Україна, 54003, м. Миколаїв, вул. 68 Десантників, 10
e-mail: kolisnichenko_chdu@mail.ru

Актуальність теми визначається підвищенням ролі та значення пропаганди та контрпропаганди у сучасних умовах міжнародних відносин. Таким чином метою нашої статті є встановлення основних етапів виникнення та проведення інформаційних війн, визначення головних засобів і механізмів проведення пропагандистських заходів у сучасних умовах.

Історичний досвід свідчить, що як тільки людина зрозуміла, що будь-яке управління неможливе без інформації, вона стала використовувати у війнах інформаційну зброю. Вже стародавні жерці пізнали ціну інформаційній протидії: технологічній і психологічній. Відоме їх гасло: «Хто володіє інформацією, той володіє світом» [1]. Зауважимо, що жерці використовували активно психологічну зброю. Тоді як їх послідовники – масонські організації стали використовувати уже і технічну інформаційну зброю.

Грецький вчений Геродот (484-425 р. до н.е.) одним з перших звернув увагу на засоби та значення інформаційної війни. Він уже тоді розглядав інформацію, як головну форму психологічної війни.

Вдало використовував інформацію для психологічного тиску на супротивників Чингізхан. Попереду його війська розповсюджувалися чутки про величезну кількість військ, розповіді про їх жорстокість. Чингізхан використовував шпигунів не тільки для збирання секретної інформації про ворогів, але і для залякування, підризу морального стану та поширення необхідної йому інформації. Відомо, що він переконував ворожих шпигунів, вміло умовляв хорезмських лазутчиків у непереможності та могутності свого війська. Відпущенні шпигуни деморалізували своїх співвітчизників і сприяли падінню своїх фортець.

До Першої світової війни і японці, і китайці, і англійці, і німці, і шведи, і американці, і французи використовували інформаційну зброю у війнах, які вони вели. Друкувалися листівки, поширювались чутки, видавалися

книжки, підкидалися картки-фальшивки, викрадалась інформація. Який би характер війни не був, колоніальний чи релігійний – разом зі зброєю використовували і методи психологічного й інформаційного впливу на супротивника. Зауважимо, що інформаційна війна, як правило, розпочиналася раніше ніж використовувалася зброя. Її основним завданням було – підризу бойового духу військ, вплив на моральний стан населення, нейтралізація союзників.

І колоніальні, і релігійні війни вимагали від організаторів інформаційного впливу, врахування особливостей національного характеру, географічного розташування країни, втручання у внутрішні справи й інше. Для того щоб вплинути на погляди супротивника, змусити людей змінити свої пріоритети та цінності, все це потребувало значного часу, фінансів і планомірної наполегливої роботи.

Ефективну, планову інформаційну війну, наприклад, провели англійці коли захопили Індію. Своєрідну інформаційну війну вели манжури проти китайців. Перших було у чотириста разів менше, але вони перемогли завдяки знанню психологічних методів впливу на війська та населення Китаю.

Без інформаційного забезпечення не обійшлися і релігійні війни. У них використовували вплив на важливі релігійні почуття з метою досягнення швидкого та незворотного результату. Достатньо було висловити образливі слова для віруючих, або скривдити традиційні обряди і зіткнення думок і протизаконних дій було забезпечено. Під час американської революції в Англії, наприклад, вміло велась інформаційна пропагандистська війна з католиками. Розбіжності серед англійських солдат вносились завдяки саме антикатолицьким гаслам і закликам [2].

У XIII-XIX ст. католицька церква створила особливу систему впливу на населення – інквізицію. Вона була інформаційною та психологічною зброєю у руках церкви. В основі інквізиції покладені такі методи впливу, як дезінформація, продумане викривлення дійснос-

ті, наклеп, залякування, відвертання від іншої віри і т.п.

Важливо підкреслити, що протягом багатьох століть на нашій планеті всі інформаційні війни мали спільну рису та завдання – позбавити військових і населення достовірної інформації, спотворити історичну пам'ять, лишити честі й обов'язку, спонукати на протиправні дії.

Що пропонували німецько-фашистські загарбники радянським військовим, які вели бойові дії у роки Другої світової війни? У листівках пропонувалось: «Російський солдат, здавайся у полон, кидай гвинтівку, йди до нас – тебе чекає сало і горілка».

Треба зробити важливий висновок із всіх інформаційних війн і конфліктів – у них перемагають історична пам'ять та єдність народів. Ось чому під час «холодної війни» ідеологи намагались залучити величезні ресурси для проведення інформаційної, ідеологічної операції. У 1945 році американський розвідник Аллен Даллес заявив: «Ми кинемо все, що маємо, все золото, всю матеріальну міць на одурачення руських людей. Посіявши там хаос, ми непомітно підмінимо їх цінності на фальшиві та змусимо їх у ці фальшиві цінності вірити» [3]. Через 50 років другий американець Бейкер заявив: «Ми витратили трильйони доларів за останні сорок років, щоб отримати перемогу у холодній війні проти СРСР. У підсумку з великим народом зроблено те, про що мріяли його вороги. Головне – знайшлися зрадники» [2].

У кінці ХХ – на початку ХХІ ст. у США продовжується робота по вдосконаленню інформаційної зброї. У 1995 році американці видають спеціальний словник понять інформаційного протиборства. У тому ж році Національний університет оборони випустив перших спеціалістів по відповідним спеціальностям. Підготовлено новий статут армії США, де основним предметом зазначено – дія проти системи управління військами та зброєю ворога з метою досягнення інформаційної перемоги. У цьому документі викладено визначення інформаційної війни: «Засіб знищення у державі історичних, духовних цінностей і руйнація у людині духовного свідомого начала» [4]. Ось чому з 1994 року витрати армії, флоту і спецслужб США на забезпечення інформаційною зброєю перевищує витрати космічних і ракетно-ядерних програм.

З розширенням інформаційного простору на інформаційному ринку з'явилась і нова інформаційна зброя – радіо, телебачення,

комп'ютер, Інтернет. За психологічним впливом і руйнівною силою вона співвідноситься з бактеріологічною зброєю. Інформаційна зброя не вбиває людину, а поступово підточує її з середини, розбещує душу і в кінці перетворює у байдужу істоту.

На відміну від старої інформаційної зброї, нова ще повністю незнайома значній кількості людей. У суспільстві підтримується довіра до радіо, телебачення, театру, газет.

На початку ХХ ст. кіно стає важливою інформаційною зброєю. Воно виховувало у громадян довіру до влади, до політичного устрою, піднімало почуття патріотизму й одночасно тримало у таємниці великі проблеми суспільного життя. Ідеологи кінематографу і телебачення намагались не нести негативно-руйнівного заряду, навпаки, пропагували патріотизм, однастайність, відкрито виховували негативне відношення до зла, до ворогів держави.

Сучасне суспільство – це інформаційне суспільство. Інформаційний простір заповнюють радіо, газети, Інтернет, чутки й анекдоти. Одночасно суспільство, яке боролось за визнання права на свободу інформації, сьогодні уже замислюється над проблемами інформаційного тероризму.

Телебачення стало самим ефективним і руйнівним засобом інформаційної зброї останніх років. Телеглядачі у більшості не здогадуються про нове призначення та роль сучасного телебачення і легко піддаються тому, що кожний день вкраплюють у свідомість певні стереотипи мислення, нав'язують нові життєві цінності, висновки, оцінки. Телебачення в умовах інформаційної війни обов'язково повинно бути монопольним. І воно сьогодні належить певним олігархам і політичним силам.

Телебачення в умовах інформаційної війни повинно бути агресивним і песимістичним. І воно повинно нести страх, невіру у завтрашній день, недовіру владі, тиражує насилля та загрожує екологічною катастрофою.

Поява в арсеналі інформаційної зброї комп'ютера й Інтернету дозволяє супротивнику розпочати війну несподівано. Комп'ютерна зброя у сучасних умовах використовується у трьох напрямках: комп'ютерне інформаційне шпигунство; комп'ютерне виведення з ладу інформаційних мереж, систем та об'єктів ворога; комп'ютерний вплив на психіку людей.

У світі сформований стратегічний баланс ядерних сил. Але такого балансу не існує у

сфері інформаційних війн. Інформаційна зброя й інформаційні ресурси стали ареною боротьби між державами за світове лідерство. У XXI столітті переможе той, хто володіє секретами інформаційних війн і засобами інформаційного впливу на людей, на їх рівень політичної свідомості та історичну пам'ять.

Засоби масової інформації володіють великими можливостями впливу на свідомість громадян шляхом використання інформаційно-психологічних засобів і методів як по підвищенню довіри населення до інформації, так і до приховування інформації. Одним з ефективних способів впливу на людей, і особливо телебачення, є вибіркоче замовчування, тобто приховування у необхідний час необхідної інформації.

Відсутність необхідної інформації під час прийняття посадовою особою відповідального рішення приводить до помилок і негативних наслідків. Невипадково вибіркоче замовчування приводить до маніпулювання суспільною думкою. На телебаченні, по радіо швидко навчилися тому, як притримати або приховати не вигідну інформацію та коли дуже вигідно поширити «корисну» інформацію. Конституційне право громадян на інформацію, її відкритість і доступність, як правило, і право на отримання інформації, гарантовано законодавством, не враховувалось у суттєві періоди розвитку держави. Дуже часто замовчування використовується американськими і російськими спеціалістами інформаційних війн. США це продемонстрували й у війні з Іраком, і у битві з Югославією, коли не допускали журналістів до висвітлення бойових дій і ретельно приховували свої цілі та втрати серед мирного населення.

Вибіркове замовчування робиться тоді, коли їм необхідно приховати зраду національних інтересів держави або ввести в оману, заспокоїти суспільну думку. Розрахунок тут простий – далеко не кожен громадянин має доступ до повної інформації і тим більше не володіє нею, а відсутність інформації паралізує активні дії.

Влада яка переслідує корисні та злочинні цілі бере за основу інформаційної політики такий засіб як дезінформація. Цей засіб не просто наклеп і омана, це скерована омана і спрямована вона не тільки на суто людину, але на знищення психологічного захисту від негативного впливу.

Технологія володіння та запуску дезінформації не складна і тому дуже часто використовується як у внутрішній, так і міжнародній

політиці. Керівникам засобів масової інформації дається вказівка або рекомендація – конкретного політика згадувати та пропагувати у передачах, а іншого – ні, першого висвітлювати лише з позитивної сторони, а іншого – лише з негативної; до наведеного факту і події давати таке пояснення, а іншого – коментарі дезінформаційного характеру. Дезінформація неефективна там, де держава живе на основі законів, а ЗМІ пропагують одну ідеологію – патріотизм.

В інформаційних війнах також використовують стереотипи як засіб для формування у громадян лізозорного мислення. Крім того, такі образи – уявлення, як стереотип та імідж, штамп і кліше, використовують, ще і як засіб впливу на громадянина у певних політичних та економічних умовах.

Поняття «стереотип» було введено до наукового обігу у 1922 році американським вченим У. Ліппманом. Він вважав, що стереотип базується на намаганні людини звести різноманітний світ до певних категорій, оцінкам явищ [1].

Завдання фахівців інформаційних війн – спрямувати стереотипи на формування стандартного, спрощеного мислення, на руйнування традицій і звичок, на підтримку нереалістичного, неправдивого мислення. Як правило, стереотипи базуються не на почуттях, а на емоціях.

У російській економіці стереотипи періодично виникають, і чим гірше стан справ у промисловості тим більше стереотипів: стабільність, ріст інвестицій, скорочення темпів інфляції, ріст доходів населення.

Спецпропагандисти з давніх часів використовували і такий засіб передачі, як витік інформації, що було можливим способом маніпуляції суспільною думкою і засобом масової інформації. У сучасних умовах засоби масової інформації навчилися маніпулювати владою та суспільною думкою. У західних країнах використовують витік інформації у телебачення для підсилення політичної системи «стримування і противаг». Маніпулятори використовують журналістів у своїх цілях, а журналісти маніпулюють власниками інформації. Така протидія зміцнює демократичну систему, але вона слугує і загрозою як авторитету влади, установ, так і особистому життю громадян. Витоки інформації здійснюються не тільки для досягнення політичних цілей, але і для досягнення корисних цілей. Сьогодні в Україні період використання «витоків», в основному для дискредитації політиків, банкірів, чи-

новників. При виникненні урядової чи парламентської кризи витік інформації також використовується у широких масштабах. Сьогодні державні чиновники спрямовують інформацію у ЗМІ для отримання політичного капіталу, виправдання своїх дій у складних політичних умовах або нейтралізації можливих політичних втрат.

Коли політики схиляються до похвали або бажають отримати для підтвердження своїх думок необхідну інформацію, тоді маніпулятори друкують улесливу інформацію та необхідні факти. Політики у цей час не завжди пам'ятають, що ЗМІ можуть відкрити дорогу дезінформації, агресивності, а можуть відкрити дорогу патріотизму, духовності. Інколи і витік інформації робиться для того, щоб конкретні думки, пропозиції, факти зменшували пильність, змушували робити помилки.

У перехідний період у суспільно-політичному житті України виник термін – плюралізм. Він викликав довіру у громадян, так як при демократизації життя, зародженні гласності, з'явилась можливість відстоювати різні точки зору на різноманітні процеси. ЗМІ почали використовувати цю можливість у своїх кон'юнктурних цілях: під прикриттям «плюралізму» вони поширювали свою інформацію. Коли їм не вдавалось виступити зі своєю позицією, то вони наполягали на публікації або телепоказі різних точок зору й, отримуючи згоду на дискусію, вони робили зіткнення думок з використанням «сенсаційних» матеріалів і вигравали. Як правило, це були матеріали, спрямованні на компрометацію попередньої системи, попередніх урядовців. Подібний компромат підвищував авторитет борців за справедливість і давав можливість взяти владу у державі.

У зіткненні думок використовуються декілька інформаційних хитрощів. Чим глибше вони приховані у передачі, тим більше довіри до такої інформації. Самі елементарні хитрощі використовують журналісти, коли допомагають інформатору через питання, інтонацію, коментар, натяк і т.п.

До інтерпретації журналісти звертаються тоді, коли необхідно пояснити той чи інший факт, обґрунтувати ту чи іншу подію, факт. У громадян це викликає повагу, а у більшості – довіру. Але не всі розуміють те, що коментарі можуть бути замовними, тобто коментарі свідомо викривляють факти і події.

У сучасних умовах телебачення, радіо, преса по кожній значній події в Україні намагаються дати свої коментарі. Громадяни мо-

жуть помітити, що на різних каналах одні і тієї ж події дають зовсім протилежні оцінки. Це свідчить, що журналісти віддзеркалюють замовну, чужу точку зору.

Зауважимо, що інколи одній стороні конфлікту дають можливість прокоментувати події та факти, а інші відмовляють – це також є пропагандистський, інформаційний прийом. Інший пропагандистський прийом – це коли у коментарі не дотримуються таких вимог як лаконічність, об'єктивна оцінка, зрозумілі порівняння.

У період інформаційних війн використовується і такий пропагандистський засіб як опитування, коли воно із показника політичного настрою та поведінки громадян непомітно перетворюється в аргумент тиску на людей. Як тільки політичній силі необхідна перемога на виборах, підвищити рейтинг того чи іншого політика, так вона звертається до опитування суспільної думки. У цьому випадку їм неважливий результат, який рівень суспільної свідомості виборця, вони підводять цей результат під свою програму або лінію поведінки.

Практика свідчить, що перед виборами та референдумами опитування не завжди достовірні. Особливу зацікавленість в опитуваннях проявляють заангажовані ЗМІ. Головна їх мета – впливати на хід виборів, змінювати прогнозовану ситуацію та давати можливість розвиватись потрібним процесам. Для того щоб опитування викликали довіру у населення, їх проводять різні інститути, фонди, комітети, але керівник у всіх цих політичних структурах, як правило, один, той хто фінансово забезпечує цей процес.

Фахівці інформаційних війн використовують також політику подвійних стандартів з метою впливу, інформаційного тиску та залякування, але і для підризу поваги до закону і традицій, до принципів справедливості та моральності. Подвійні стандарти народжують руйнівні процеси, викликають у людей апатію, безініціативність.

В інформаційних війнах використовують пропагандистські сенсації та компромати з метою привернути увагу до інформації. Через них формується суспільна думка, доводиться оперативно й у необхідний час важлива інформація. Активно залучається передрук статей із закордонних видань, реклама, спекуляція на популярності, гра у довіру, сатиричні малюнки.

Передрукування матеріалів із закордонних ЗМІ, показ замовних фільмів, друкування за-

мовних статей слугують пропагандистській зацікавленості для тих, хто більше довіряє зарубіжним експертам.

Основне призначення телебачення та комп'ютерних систем виступати не тільки в якості інформаційної зброї, але бути й інструментом сучасного зомбування населення. Коли по телебаченню, у певних фільмах, в інформаційних комп'ютерних файлах і програмах використовується прихованні «вставки», які впливають на свідомість громадян, то такі засоби шкідливо впливають на здоров'я людей.

В останній час телеглядачі проводять біля приймачів значний відрізок життя та сприймають викладені образи бойовиків і антиправних елементів. Поступово віртуальна реальність виштовхує дійсність, і під дією реклами, музичних кліпів, комп'ютерних анімацій, особливих кольорових комбінацій люди на піддається негативним почуттям і стає втраченим для суспільства.

Таким чином, із всіх функцій інформації

людина у війні з супротивником використовувала основну із них – руйнацію. Головними руйнівними компонентами інформації є – дезінформація, пропаганда й агітація. Без інформаційного забезпечення неможливо отримати перемогу ні у світській, ні у релігійній війні. Інформаційна зброя поступово руйнує людину зсередини, руйнує її свідомість та у кінці перетворює її у керовану особу. Потрібен певний час для того, щоб виробити імунітет до засобів інформаційного враження, і кожний громадянин зміг відокремити дезінформацію від інформації.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА:

1. Беглов С.И. Мир прессы и пресса мира / С.И. Беглов. – К.: Политиздат Украины, 1975. – 101 с.
2. Гъркова Н. Пропаганда и контрпропаганда: Методологически анализ на буржоазната пропаганда. Същност, роля и функции на социалистическата контрапропаганда / Надка Гъркова. – София: Партиздат, 1977. – 250 с.
3. Кейзеров Н.М. Идеологические диверсии / Н.М. Кейзеров. – М.: Мысль, 1979. – 276 с.
4. Шеркович В.С. Психологические проблемы массовых информационных процессов / Ю.А. Шерковин. – М.: Мысль, 1973. – 217 с.

Колісниченко Анатолій *Інформаційні війни: історія та засоби*

У статті проаналізовано зміст інформаційних війн, досліджено коротка їх історія та еволюція, розкриті основні засоби ведення інформаційних війн. Звертається увага на роль телебачення, радіо та преси у проведенні пропагандистських війн, та їх вплив на сучасне життя громадян.

Ключові слова: інформаційна війна, пропаганда, контрпропаганда, інформаційне суспільство, інформаційна зброя

Колісниченко Анатолій *Информационные войны: история и средства*

В статье проанализировано содержание информационных войн, исследована короткая их история и эволюция, раскрыты основные средства ведения информационных войн. Обращается внимание на роль телевидения, радио и прессы в проведении пропагандистских войн, и их влияние на современную жизнь граждан.

Ключевые слова: информационная война, пропаганда, контрпропаганда, информационное общество, информационное оружие

Kolisnichenko Anatoliy *Information Wars – the history and methods*

The propagandistic practice shows that radio and electronic weapons on the West provides course of the information war for a long time. There learned not only distorted information knowingly and with deep intent, but destroy the information resources by the help of computers.

The analyses of IU programs, radio and newspapers shows, that these sources provide winning in the confrontation, give chance to attain full information black and demoralize the enemy psychologically. Today the computer weapon uses on: the information espionage, the computer repression of the information networks and systems of enemy; information influence on psychic of the people. In content it is analyses, how mass media learn to provide the policy of double standards. It is noted that double standards generates destructive processes, causes apathy and indifference among people, and humility and lack of initiative in addition. The author pays the great attention to means of information influence on the population: selective default disinformation, stereotypes; information leafage; the clash of opinions; interpretation; questionnaire; zombification; the propaganda bait, others.

Keywords: information war, propaganda and counter-propaganda, information society, information weapons

Рецензенти:

Тодоров І.Я., д.і.н., професор

Шкляж Й.М., д.і.н., професор

Надійшла до редакції 17.10.2016 р.