

Проноза Інна Іванівна

Засоби масової інформації і комунікації в інформаційній війні як сучасна політична практика

УДК 327.5:070

DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2020-3.10>

Проноза Інна Іванівна
кандидат політичних наук,
старший викладач кафедри політичних
наук і права
ДЗ «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені
К. Д. Ушинського»
вул. Старопортофранківська, 26, Одеса,
Україна

Здійснено аналіз значення, місця, ролі та впливу засобів масової інформації і комунікації в інформаційній війні, що використовується як сучасна політична практика та інструментарій для досягнення політичних цілей.

Визначено поняття «інформаційна війна» в межах українського законодавства та встановлені особливості її протікання. В зв'язку з тим, що існує безліч визначень інформаційної війни, в статті це визначення сформульовано узагальнено: інформаційна війна – це дії, спрямовані на досягнення інформаційної переваги, підтримку національної військової стратегії за допомогою дії на інформацію й інформаційні системи супротивника за одночасного забезпечення безпеки і захисту власника інформації. Інформаційна війна є нині найперспективнішим способом «продовження політики іншими засобами». Розглянуто п'ять основних правил, які використовуються під час інформаційних компаній: спостереження, перебільшення і перекручування, оркестрування або замовчування, переливання і зараження. З'ясовано, що концепція інформаційного впливу ЗМІ на людину і суспільство впливає з аналізу цих впливів. Аналіз інформаційної війни, її принципів і методів дозволяє зрозуміти суть цих впливів. Саме це є дуже важливим з огляду на гібридну російсько-українську війну в сучасних умовах. Розглянуто вплив інтернету на формування громадської думки. Також у статті наведені та проаналізовані моделі впливу ЗМІ на суспільство, що найбільш часто застосовуються через інформаційний простір. Інформаційні впливи бувають як позитивні, так і негативні. Причому позитивна інформація виконує виховну функцію в суспільстві. Метою ж негативної інформації (пропаганди) є розпалювання соціальних конфліктів, загострення розбіжності в суспільстві. Проблеми інформаційної війни слід вирішувати шляхом протидії маніпулятивним технологіям противника й удосконалення методів протидії. Доведено, що ефективність застосовуваних технологій визначає подальше розташування сил на політичній арені.

Ключові слова: інформаційна війна, інформаційний вплив, засоби масової інформації, інформаційне протистояння, медіапростір.

Вступ. У сучасному світі інформаційне протистояння є важливим елементом політичної боротьби з використанням при цьому різної практики та тактики. Війна в її природному розумінні перестає бути єдиним засобом завоювання і поширення впливу. Ми спостерігаємо активний вплив на свідомість за допомогою засобів масової інформації (ЗМІ). Віртуалізація ЗМІ сприяє активізації поширення впливу в сучасному політичному суспільстві. Актуальність цієї проблеми в сьогоденному світі складно переоцінити.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблема значення, місця засобів масової інформації та комунікації в інформаційній війні в сучасному політичному суспільстві завжди є актуальною, що має міждисциплінарний характер та не залишається поза увагою політологів, журналістів, психологів, соціологів, серед яких такі вітчизняні вчені, як Г. Почепцов, Т. Ісакова, В. Конах, О. Лазоренко, О. Сенченко, Л. Євдоченко, Ю. Горбань, П. Шпиґа, І. Завадський та тощо. Також цій проблемі присвячували свою увагу такі зарубіжні вчені, як С. Морган, А. Клімбург, М. Лібікі, Дж. Браян, С. Томпсон, С. Кара-Мурза, С. Расторгуев, А. Зіновьев та інші.

Враховуючи те, що на цей час триває військова та інформаційна агресія з боку Росії, спрямована проти України, вивчення питань медіавпливу (як зсередини, так і ззовні) на суспільну думку, настрої

серед різних категорій громадян, етнічних громад, їх прояви та волевиявлення щодо політичних перетворень у країні є важливим і актуальним. А дослідження ролі ЗМІ в цьому процесі та ставлення населення до ЗМІ є одним з основних показників для вивчення, аналізу наповнення інформаційного складника, оцінки суспільних, електоратних настроїв, медіаграмотності, а також подальшого вироблення державної інформаційної політики, шляхів протистояння інформаційній зброї, маніпулятивній інформації тощо.

Мета та завдання статті полягає в аналізі місця та ролі засобів масової інформації і комунікації в інформаційній війні як сучасної політичної практики українського суспільства.

Результати. У другій половині ХХ ст. розвинені демократичні країни пережили дві революції у сфері доступу громадян до інформації, результатом яких стали масова освіта і масове телебачення. Визначну роль у перетворенні політичного простору відіграли поява на інформаційному політичному ринку електронних ЗМІ, виникнення діалогових способів політичної комунікації, різке збільшення швидкості передачі повідомлень, формування «електронних спільнот» (наприклад, користувачів Інтернет) тощо. Ці та пов'язані з ними явища й факти якісно змінили умови і можливості конкуренції за державну владу. Звичайно, як вва-

жає Ліпман, інформаційні засоби були не здатні «транслювати весь обсяг суспільного життя людства так, щоб кожен індивід міг винести компетентну думку з кожного питання» [14, р. 362]. Навіть більше, інформаційні технології зробили свій внесок у занепад суспільного капіталу, оскільки теле-, відео-, аудіо-, мультимедіарозваги дозволяли людям задовольняти свої потреби в емоціях і адреналіні, не виходячи з дому, сприяючи пасивному сприйняттю людьми інформації, скороченню ресурсів зворотного зв'язку й так далі.

Тим не менш, активно проникаючи в сферу політики, нові інформаційні та комунікативні технології не тільки якісно видозмінили, але й зламали багато старих уявлень, установок, стереотипів, форм поведінки, моделей взаємовідносин між індивідами та групами, політичними інститутами і структурами. «При цьому ствердження, що сучасні комунікаційні технології допомагають встановити нові дружні зв'язки між людьми, яких розділяють культурні бар'єри, державні кордони та фізичні відстані, маскує безперервну боротьбу між провідними державами світу за встановлення власного домінування в інформаційному просторі і право розповсюдження необхідних соціально-політичних концепцій серед населення як своєї країни, так і інших держав» (використання за кордоном мережі Інтернет в інтересах ведення інформаційних війн) [6].

Віцепрезидент американського Інституту вивчення тероризму і політичного насильства, в минулому аналітик Міністерства оборони США П. Пробст, зазначив: «Розвиваючись, держави все більшою мірою стають залежними від високих технологій. Комплексні національні системи являють собою потенційну небезпеку, тому що мають життєво важливі вузли, удар по яких може призвести до руйнівних наслідків».

Зазначимо, що сучасні ЗМІ мають величезний вплив на свідомість і вчинки людини. З одного боку, ЗМІ публікують інформацію, що викликає інтерес аудиторії. З іншого – транслюють різні ціннісні установки, стереотипи, формують громадську думку, будучи головним засобом зміни масової свідомості. Вплив на свідомість людей відбувається не під час безпосереднього контакту, а через засоби масової інформації, які створюють ілюзію об'єктивної подачі відомостей і тому мають високий ступінь переконливості [2].

Відомо, що «Інформаційна війна – це дії, спрямовані на досягнення інформаційної переваги, підтримку національної військової стратегії за допомогою дії на інформацію і інформаційні системи супротивника за одночасного забезпечення безпеки і захисту власника інформації» [3]. Інформаційна війна є нині найперспективнішим способом «продовження політики іншими засобами». Інформаційну війну правомірно трактувати як складник інформаційної боротьби.

Вітчизняні науковці Я. Жарков [5] і Д. Кіслов [7] зауважують, що інформаційна війна може бути спрямована проти громадянського суспільства і владної еліти за допомогою дипломатії, пропаганди, психологічних кампаній, політичної і культурної підривної роботи, проникнення в інформаційні мережі і бази даних, просування ідей опозиційних рухів через комп'ютерні мережі. За словами політологів, інформаційна війна може вестися урядом проти незаконних груп або організацій, залучених до терористичної діяльності, поширення зброї масового ураження або транспортування наркотиків. З іншого боку, вона може бути спрямована проти політики конкретного уряду; прибічників груп і рухів, пов'язаних, наприклад, з релігійними проблемами, охороною довкілля або захистом громадянських прав.

Так, А. Монайло вважає, що інформаційна війна – політична боротьба, виражена у формі інформаційно-психологічного впливу операцій із застосуванням інформаційної зброї, яка виступає неодмінним атрибутом політичного керівництва. Реалізація війни полягає в посиленій дії на протиріччя, що об'єктивно закладені і мають місце на різних рівнях державного і громадського устрою. Внаслідок дій очікуються зовнішні і внутрішні прояви конфронтації з державою із заданим рівнем інтенсивності 1 у свідомо визначеному організаторами напрямі [9, с. 125].

Своєю чергою особливість інформаційної боротьби полягає в тому, що вона ведеться постійно – і в мирний, і у воєнний час. Серед основних загроз «використання інформаційних і комунікаційних технологій у військово-політичних цілях» і «діяльність по інформаційній дії на населення, що має на меті підривання історичних, духовних і патріотичних традицій» [5].

Основою дії ЗМІ на потенційного реципієнта є методи психологічного маніпулювання, формування необхідних позицій і нововведень. Важливо відмітити, що інформаційна війна відрізняється рівнем локалізації

У наш час навіть виникнення таких понять, як «інформаційна війна», «медіаагресія», «інформаційна безпека», свідчить не тільки про тісний зв'язок мас-медіа з конфліктними ситуаціями, а й про те, що у збройних конфліктах сучасності боротьба на інформаційному полі не менш важлива, ніж безпосередньо військові дії. Якщо до недавнього часу війна впливала переважно на інформаційну сферу, зокрема на журналістику (наприклад, Перша світова війна стала стимулом для появи та розвитку в США аналітичної журналістики, оскільки американці не могли збагнути, яким чином убивство ерцгерцога Фердинанда послужило причиною такого конфлікту), то останнім часом спостерігається зворотний зв'язок, причому як на макро-, так і на мікрорівні [11].

Як пише німецький філософ М. Больц, історія сучасної війни багато в чому збігається з історією нових медіа. «Застосування Наполеоном оптичного телеграфу та винахід наручних годинників для координації руху військ в англо-бурській війні – це лише анекдотичні поодинокі приклади. Манфред Шнайдер резюмує: «Можна без зусиль побачити, що великі військові події (наприклад, насильницькі реорганізації політичних просторів) у процесі старої та нової історії були пов'язані з дестабілізацією тимчасових і постійних інститутів за допомогою нових технік комунікації та зберігання інформації: створення Римської імперії та папірус, хрестові походи і папір, Тридцятирічна війна і друк, революційні війни та нові техніки швидкого друку, Перша світова війна й телефон, Друга світова війна і радіо, В'єтнамська війна та телебачення». Кінцевим пунктом цього розвитку стала сьогоднішня єдність наказу, комунікації, контролю та знання [1, с. 65].

Роль ЗМК і ЗМІ в інформаційній війні зумовлена їхніми можливостями формувати медіапорядок денний у політичному дискурсі та впливати на механізми прийняття рішень. В. Євдокимов пише: «Найчастіше мас-медіа в процесі інформаційної війни використовують реальні та вигадані дані, розраховані на прикрашання ролі того чи іншого суб'єкта в політичному процесі. Утворюється химерна суміш правдивої інформації та майстерної брехні. Ведення інформаційної війни забирає у її учасників час і енергію, які необхідні для досягнення інших цілей, наприклад, реалізації програм соціально-економічного розвитку територій» [4, с. 104].

ЗМІ та ЗМК сьогодні стали найпотужнішим елементом механізму цілеспрямованого конструювання політичних порядків, засобом вибудовування необхідних владі зв'язків і відносин із громадськістю. Інформація, яка надається ЗМІ, ніколи не буває нейтральною, вона являє собою спроби панівних еліт створити таке зображення дійсності, яке вигідне їм, та «виправдовує» їхню практичну політику, «упаковану» в стереотипні точки зору, що вигідні владі та виносять на передній план лише частину того, що відбувається насправді [8].

Ф. Уебстер пише, що «В ситуації, коли «ворог» може мати лише дуже обмежений доступ до каналів розповсюдження інформації (через надзвичайну ситуацію з її організаційними, етичними та політичними особливостями), коли ми прагнемо до перемоги (а не до тріумфу істини), з'являється маса можливостей для спотворення та введення в оману, та й мотиви, через які вдаються до брехні, легко зрозуміти. У подібній ситуації і політики, і військові розглядають ЗМІ як засіб боротьби з ворогом, тобто це є зброя пропаганди» [13, с. 268].

На цей час інформація пронизує всі сфери сучасного життя, і для більшості населення найважливішим засобом зв'язку з зовнішнім світом стали Інтернет, телебачення, радіо та преса. Цим

зумовлена та особлива важливість інформаційної зброї, сфера застосування якої настільки широка, що сьогодні ряд фахівців й експертів беруть на себе сміливість стверджувати, що лише однією цією зброєю можна виграти та програти війни. За словами Дениса Богуша, віцепрезидента Української ліги зі зв'язків із громадськістю, «60% інформаційних атак припадає на телебачення, на другому місці – Інтернет. Наприклад, для «правильного» висвітлення газового конфлікту Газпрому й України російською стороною було створено 8 сайтів, де щодня (навіть 31 грудня та 1 січня) розміщувалися якісь новини» [10].

«Поширюючи ті чи інші повідомлення та матеріали, ЗМІ створюють певну громадську думку, настрій, формуючи погляди і поведінку окремих особистостей, соціальних груп, а у підсумку – всього суспільства. Іншими словами, повідомляючи своїм читачам, слухачам або глядачам певну інформацію, ЗМІ викликають у них певні почуття, відповідно до яких у людей формуються й певні моделі поведінки. Враховуючи, що споживачем масової інформації є практично кожна людина, схожі процеси подібним чином можна сформулювати у всього суспільства загалом або у переважної його частини».

Ситуація складається така, що засоби масової інформації фактично перестають відображати дійсність, а самі створюють образи та симулякри, які й визначають реальність нашої дійсності, або, користуючись термінологією Ж. Бодрійяра, «гіперреальність», яка виявляється більш реальною, ніж сама реальність. Навіть війна в сучасному постмодерністському розумінні завдяки засобам мас-медіа перетворилася на тотальну симуляцію. Досягнення цієї видимості здійснюється не за допомогою дії реальних військових технологій, а за допомогою каналів комунікації: текстів, що промовляються з екранів телевізорів, надруковані у газетах – війну намагаються виграти нетиповими для класичного розуміння засобами, тими ж, що й передвиборчі кампанії [3].

Ефективність Інтернету як засобу поширення інформації підтверджується ступенем охоплення аудиторії Інтернетом. Так, за наявними даними нових досліджень у липні 2017 р., кількість користувачів Інтернету в Україні становила понад 12 мільйонів чоловік. З 12 000 000 8,6 мільйона припадає на міста з населенням понад 50 000 чоловік. Ще близько 3,5 мільйона припадає на міста з населенням менш як 50 тисяч осіб. Таким чином, враховуючи, що населення України становить 40 мільйонів жителів, рівень проникнення Інтернету в країні склав 30% [12].

Цікавим питанням є проблема довіри до ЗМІ. Виявилось, що найбільшою довірою серед українців користуються церква, волонтери та Збройні сили України, а найменшою – уряд України, росій-

ські ЗМІ та Верховна Рада України (цим інституціям довіряє менш як 10% українців), це нижче, ніж у попередні роки.

Щодо ЗМІ, то українським ЗМІ довіряють загалом 26,1% українців, не довіряють – 43,3%.

У регіональному розподілі довіра до українських ЗМІ виглядає так: найбільша на Заході країни – 39,3%, Центр – 24,9%, Південь – 21,9%, найменша довіра на Сході – 10%, при цьому на Сході не довіряють 68,2% [12].

Висновки. У результаті науково-технічного прогресу в галузі інформаційно-комунікаційних технологій, розвитку засобів масової комунікації створені безпрецедентні можливості для агресивного інформаційного впливу на населення інших держав із метою нав'язування принципів устрою та життя суспільства, знищення національних духовних цінностей, зниження економічного й військового потенціалу держав шляхом впливу на індивідуальну, групову і масову свідомість. Інформаційна війна як агресивна взаємодія протиборчих сторін в інформаційній сфері негативно відбивається на стані політичних комунікацій суспільства загалом. Застосування таких кампаній політичними акторами пов'язане зі збільшенням ризиків, результатом чого є швидка зміна статусів і позицій у відносинах влади. Через високу інтенсивність суперечок інформаційні війни погано піддаються управлінню та свідомому регулюванню й тому виступають як двосічна зброя для протиборчих сторін. Досягнення цілей подібними способами посилює політичну конфронтацію, знижує можливість поширення консенсусної культури, підриває стабільність у суспільстві.

Завдяки новим технічним засобам сьогодні можна охопити пропагандою мільйони людей одночасно. З'явилися й організації, здатні ставити небачені раніше за масштабами політичні спектаклі у вигляді масових видовищ або кривавих провокацій. Виникли дивні види мистецтва, які спричиняють сильний вплив на психіку (наприклад, перформанс, що перетворює буденну реальність на чарівний спектакль). До проведення інформаційних війн сьогодні активно залучаються Голлівуд, CNN й інші «медійні монстри».

Також у сучасних умовах ЗМІ можуть виступати як інструмент ведення інформаційної війни і як недержавний суб'єкт забезпечення захисту інформаційного простору.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Больц Н. Азбука медиа. Москва : Европа, 2011. 136 с.
2. Васильев А.Д. Манипулятивная эвфемизация как атрибут дискурса СМИ. *Вестн. Краснояр. гос. пед. ун-та им. В.П. Астафьева*. 2010. № 1.
3. Діка Ольга. Інформаційна війна. *Сучасні тенденції веб-комунікації*. URL: <http://webstyletalk.net/node/97> (дата звернення: 09.07.2020).

4. Евдокимов В. Информационная война как феномен политической коммуникации. *Актуальные проблемы образования и воспитания: международный опыт и перспективы сотрудничества. Сборник научных статей*. Омск: Издательство НОУ ВПО «Омская гуманитарная академия». 2009. 188 с.

5. Жарков Я. Інформаційно-психологічна боротьба у військовій сфері: навч. посіб. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2014. 390 с.

6. Использование за рубежом сети Интернет в интересах ведения информационных войн. URL: <http://defpol.org.ua/site/index.php/ru/arhiv/alternativno/5986-2011-06-17-07-53-23>(дата звернення: 11.07.2020).

7. Кіслов Д. Інформаційні війни : монографія. Київ : Київ. нац. торг. економ. ун-т, 2013. 300 с.

8. Кондратюк М.О. Інформаційна війна та роль мас-медіа в міжнародних конфліктах. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2013. Вип. 41. С. 108–113. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/hak_2013_41_15 (дата звернення: 03.07.2020).

9. Монайло А.В. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. Москва : Горячая линия. 2013. 542 с.

10. Работа над ошибками: практика «противодействия» Украины информационной агрессии России в «газовом» вопросе. URL: <http://www.press-release.com.ua/releases/view/11899/> (дата звернення: 03.07.2020).

11. Роль СМИ в военно-политических конфликтах современности. URL: <http://www.fpsiholod.ru/smi.htm> (дата звернення: 19.06.2020).

12. Соціологи розповіли про ставлення українців до ЗМІ. *Слово і діло*. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2017/09/22/novyna/suspilstvo/socziolohy-rozpovily-pro-stavlennya-ukrayincziv-zmi> (дата звернення: 03.07.2020).

13. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. Москва : Аспект Пресс, 2004. 400 с.

14. Lippmann W. Public Opinion. N.Y., 1934. 392 p.

REFERENCES:

1. Bolts N. (2011) *Azbuka medya*. [ABC media] Moscow : Evropa.
2. Vasylev A. D. Manipuliatyvnaia эвфемизация как атрибут дискурса СМИ [Manipulative euphemization as an attribute of media discourse]. *Vestn. Krasnoiar. gos. ped. un-ta im. V.P. Astafeva*. 2010. № 1.
3. Dika Olha. Informatsiina viina [Information war] *Suchasni tendentsii veb-komunikatsii (2017)* URL: <http://webstyletalk.net/node/97>
4. Evdokymov V. (2009) *Informacionnaya vojna kak fenomen politicheskoy kommunikacii* [Information war as a phenomenon of political communication]. *Aktualnye problemy obrazovaniya i vospitaniya: mezhdunarodnyj opyt i perspektivy sotrudnichestva. Sbornik nauchnyh statej*. Омск: Издательство НОУ ВПО «Омская гуманитарная академия».
5. Zharkov Ya. (2014). *Informatsiino-psykholohichna borotba u voieni sferi* [Information and psychological struggle in the military sphere]: navch. posib. Kyiv: VPTs «Kyivskiy universytet».
6. Ispolzovanie za rubezhom seti Internet v interesah vedeniya informacionnyh vojn [The use of the Internet abroad in the interests of waging information wars]

(2017). URL: <http://defpol.org.ua/site/index.php/ru/arhiv/alternativno/5986-2011-06-17-07-53-23>.

7. Kislov D. (2013). *Informatsiini viiny* [Information wars] : monohrafiia. Kyiv : Kyiv. nats. torh. ekonom. un-t.

8. Kondratiuk M.O. (2013) *Informatsiina viina ta rol mas-media v mizhnarodnykh konfliktakh* [Information warfare and the role of mass media in international conflicts]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii kultury*. № 41. pp. 108–113. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/hak_2013_41_15.

9. Monajlo A.V. (2013) *Gosudarstvennaya informacionnaya politika v usloviyah informacionno-psihologicheskoy vojny* [State information policy in the context of information and psychological warfare]. Moscow : Goryachaya liniya.

10. Rabota nad oshibkami: praktika "protivodejstviya" Ukrainy informacionnoj agressii Rossii v "gazovom"

voprose (2013) [Correcting mistakes: Ukraine's practice of "counteracting" Russia's information aggression in the "gas" issue]. URL: <http://www.press-release.com.ua/releases/view/11899/>.

11. Rol SMI v voenno-politicheskikh konfliktakh sovremennosti [The role of the media in the military-political conflicts of our time] (2012)/ URL: <http://www.fpsiholod.ru/smi.htm>.

12. Sociologi rozpovili pro stavlennya ukrayinciv do ZMI [Sociologists spoke about the attitude of Ukrainians to the media]. *Slovo i dilo*. (2017). URL: <https://www.slovovidilo.ua/2017/09/22/novyna/suspilstvo/socziolohy-rozpovily-pro-stavlennya-ukrayincziv-zmi>.

13. Uebster F. (2004) *Teorii informacionnogo obshestva* [Information Society Theories]. Moscow : Aspekt Press.

Mass media and communication in the information war as a modern political practice

Pronoza Inna Ivanivna

Candidate of Political Sciences,
Senior Lecturer at the Department
of Political Science and Law
South Ukrainian National Pedagogical
University named after K. D. Ushynsky
Staroportofrankivska str., 26, Odesa,
Ukraine

The article analyzes the significance, place, role and influence of the media and communication in the information war, which is used as a modern political practice and tools for achieving political goals.

The concept of "information war" within the Ukrainian legislation is defined and the peculiarities of its course are established. Since there are many definitions of information warfare, the article formulates this definition in general: information warfare is actions aimed at achieving information superiority, support of national military strategy by acting on information and information systems of the enemy while ensuring security and protection of the information owner. Information warfare is now the most promising way to "continue politics by other means". We have considered five basic rules used in information campaigns: surveillance, exaggeration and distortion, orchestration or silence, transfusion and infection. It was found that the concept of informational influence of mass media on the person and a society follows from the analysis of these influences. Analysis of information warfare, its principles and methods allows us to understand the essence of these influences. This is very important given the hybrid Russian-Ukrainian war in modern conditions. The role of the Internet in the formation of public opinion is considered. The article also presents and analyzes the most commonly used models of media influence on society. Information influences can be both positive and negative. Moreover, positive information performs an educational function in society. The purpose of negative information (propaganda) is to inflame social conflicts, exacerbate differences in society. The problems of information warfare should be solved by counteracting the manipulative technologies of the enemy and improving methods of counteraction. It is proved that the effectiveness of the applied technologies determines the further location of forces in the political arena.

Key words: information war, information influence, mass media, information confrontation, media space.