

УДК 316:303.01

А. Г. СТАДНИК

ОСНОВНІ МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН ТА ЇХ РІЗНОВИДИ

У статті проаналізовано основні моделі ведення інформаційних війн. Розглянуто визначення понять інформаційної війни та її структури. Охарактеризовано різновиди інформаційних війн: від минулого до сучасності. Проаналізовано досвід інформаційних війн США. Виділено основну специфіку ведення інформаційної війни між Україною та Росією.

Ключові слова: інформаційна війна, інформаційний вплив, модель інформаційної війни, ЗМІ, інформація, громадська думка, масова свідомість.

Проблема інформаційної війни викликає дедалі більший інтерес. Це війна нового типу, об'єктом якої є свідомість людей. Вона заснована на можливості управління й маніпулювання суспільною свідомістю, підпорядкуванні волі людини. І це найчастіше відбувається неусвідомлено для тих, хто зазнає інформаційного впливу.

Інформаційну кампанію відрізняють такі характеристики: інтенсивність, раптовість, системність, надмірний негатив, багата візуалізація. Одним з її важливих та специфічних елементів є журналісти, що спеціалізуються на окресленій тематиці [9].

Інформаційна війна надає змогу інтенсивно впливати на різні соціальні, політичні, економічні процеси практично на всіх рівнях державного й суспільного устрою в будь-якій країні або регіоні. Її суть – це вплив на суспільну свідомість таким чином, щоб управляти людьми та змусити їх діяти певним чином, часто проти своїх інтересів. І саме методи ведення інформаційної війни вирішують те, як впливати на масову свідомість та громадську думку.

Останні події в сучасному світі показали можливості інформаційного впливу на масову свідомість. Впливу, який має принципово руйнівний характер. Новий інформаційний контент, який щоденно надають ЗМІ, має емоційне забарвлення, чинити опір якому населення не завжди може.

Питання інформаційної війни для будь-якого населення є дуже важливим. В умовах зростання впливу на населення з боку ЗМІ підвищується загроза негативного впливу на населення. Моделі, які застосовує інформаційна війна, все частіше переплітаються між собою, що ускладнює змогу населення зрозуміти де правда, а де ні. І, якщо в минулі часи інформаційна війна виступала як допоміжний механізм реальної війни, то в сучасному світі вона виступає як самостійна стратегія впливу на масову свідомість та громадську думку.

Дослідження специфіки інформаційної війни між Росією та Україною є складним, трудомістким і відносно новим процесом. Інформаційні

війни в сучасному світі стали з'являтися зі зростанням інформаційних можливостей впливу на людину й нашої можливості їх сприймати.

Те, як “працює” інформаційна війна, залежить від того, яку модель впливу вона використовує. Системні дослідження українського вченого Г. Г. Почепцова та деяких інших, вказують на такі моделі інформаційної війни: модель масової демонстрації; модель пропагандистської комунікації; модель дезінформаційної кампанії; модель кампанії нейтралізації; модель масової комунікації; семіотична модель; модель резонансного впливу. На жаль, глибоке їх вивчення на сьогодні відсутнє, що створює серйозну проблемну ситуацію, аналізу якої і присвячена наша стаття.

Наукових праць за темою інформаційної війни взагалі достатньо, але всі вони не розраховані на аналіз динамічності цього процесу в часі. Серед зарубіжних учених першими почали розглядати інформаційну війну Дж. Стейн і Р. Шафраньки. Теоретичні аспекти інформаційної війни висвітлювали такі українські та російські вчені, як: Д. А. Богуш, Г. В. Грачов, І. І. Завадський, А. В. Манойло, Н. І. Панарін, Г. Г. Почепцов, С. П. Расторгуєв, Д. А. Швець. Незважаючи на досить значний обсяг праць за темою інформаційної війни, на сьогодні бракує досліджень специфіки інформаційної війни між Україною та Росією.

Мета статті – на теоретичному рівні розглянути моделі та різновиди інформаційної війни; виявити характеристики ведення міжнародних інформаційних війн на прикладі США; з'ясувати специфіку ведення інформаційної війни між Україною та Росією.

Багато вчених висловлювало свою думку про значення інформаційної війни. Перший, хто заговорив про неї, був Т. Рона в 1976 р. У своєму тексті він зупиняється на такому аспекті, як важливість інформаційних потоків для впливу на дії противника, аналізуючи внутрішні й зовнішні інформаційні потоки. Т. Рона розглядає вперше всі ті аспекти, які сьогодні лягли в основу інформаційної війни: збільшення обсягу власної інформації, утруднення для противника доступу до правдивої інформації, розміщення в інформаційних потоках противника в загальному вигляді достовірної, але насправді фальшивої інформації [9].

Серед зарубіжних праць учених, що стосуються проблеми, так само можна відзначити підходи Дж. Стейна і Р. Шафраньки. Дж. Стейн у своїй статті 1995 р. “Інформаційна війна” говорить про інформаційну війну як про технологію досягнення національних цілей за допомогою інформації [13]. Р. Шафраньки в 1994 р. підкреслює важливість урахування в процесі такої війни ментального виміру й вищих цінностей населення. Предметом війни він вважає примус опонента підкоритися нашій волі. Тому він доходить такого висновку: “Знання цінностей супротивника і використання його репрезентативної системи дає нам змогу співвідносити цінності, спілкуватися з противником на вербальному й невербальному рівнях мовою ворога” [9].

Загальноприйнятого визначення інформаційної війни, на наш погляд, досі не вироблено. Якщо розглядати досвід вітчизняних науковців, то

Г. Г. Почепцов тлумачить поняття інформаційної війни як комунікативну технологію впливу на масову свідомість з короткочасними й довготривалими цілями [8, с. 20]. Тобто він визначає інформаційну війну як окрему й незалежну стратегію впливу на масову свідомість, відокремлюючи її від реальної війни. Це визначення, на нашу думку, найкраще підходить до сучасного світу, де інформація відіграє роль зброї.

Щодо російських авторів, то можна звернути увагу на таке: наприклад, В. І. Завадський, розглядав інформаційну війну як всеосяжну стратегію, зумовлену зростанням значущості й цінності інформації в питаннях командування, управління та політики [3].

За визначенням Н. І. Панаріна, інформаційна війна – це “комплексне спільне застосування сил і засобів інформаційної та збройної боротьби” [7, с. 15]. У свою чергу, Д. А. Швець, визначає інформаційну війну як комунікативну технологію впливу на інформацію й інформаційні системи противника з метою досягнення інформаційної переваги в інтересах національної стратегії, при одночасному захисті власної інформації та своїх інформаційних систем [12].

А. В. Манойло пише, що інформаційна війна – це цілеспрямовані дії, вжиті для досягнення інформаційної переваги шляхом завдання шкоди інформації, інформаційним процесам та інформаційним системам супротивника при одночасному захисті власної інформації, інформаційних процесів та інформаційних систем [5].

Інформаційна війна може набувати форми відкритих і прихованих, цілеспрямованих, спеціальним чином організованих інформаційних впливів соціальних, політичних та інших систем, спрямованих на придбання інформаційної переваги над противником і заподіяння йому матеріального, ідеологічного або іншого збитку.

В інформаційній (інформаційно-психологічній) війні інформаційну боротьбу ведуть сторони, що ворогують, у формі проведення таємних інформаційно-психологічних операцій із застосуванням інформаційної зброї [6, с. 310]. Р. В. Грачов визначає інформаційну війну як війну з метою захоплення сировинних, енергетичних, людських ресурсів іншої країни, з використанням такого впливу на розуми людей у сфері ідеології, релігії, політики, історії, філософії, науки, коли народу країни – жертві агресії – цілеспрямовано вселяють такі помилкові уявлення про те, що відбувається в суспільстві, в житті людей, які дають змогу агресору вільно маніпулювати як урядом, так і народом цієї країни та здійснювати захоплення ресурсів, практично не зустрічаючи ніякого опору, тобто без збройного вторгнення [2]. Зокрема, С. П. Расторгуєв визначає поняття інформаційної війни як “відкриті і приховані цілеспрямовані інформаційні впливи інформаційних систем один на одного з метою отримання певного виграшу в матеріальній сфері” [11, с. 35].

Спираючись на перелічені визначення, можна казати, що на сьогодні в світі вже немає дефіциту інформації, а навпаки, фіксується саме її над-

лишок. Тому можна дійти висновків, що інформаційна війна має такі ознаки: по-перше, завдання інформаційної війни полягає в отриманні певного виграшу зацікавленою стороною; по-друге, інформаційна війна ґрунтується на використанні інформаційного впливу. Але цих двох ознак мало для визначення інформаційної війни, тому слід вказати, що інформаційна війна використовує інформаційну зброю (вона може бути як прихована, так і відкрита), так само інформаційна війна не показує напрому своїх цілей. Ще одна особливість інформаційної війни полягає в тому, що вона може вестись у мирний час, від імені іншої держави, і громадськість може не знати, що зазнає інформаційного впливу.

Останні події в світі показали ефективність інформаційного впливу на масову свідомість. Серед яскравих прикладів, що ілюструють розвиток явища “інформаційна війна” за останній час, можна виділити інформаційну війну між Україною і Росією. І якщо в минулому обсяг інформації, що передається, був не настільки значним, і протистояти йому було не так уже й складно, то нові технології на сьогодні принесли із собою величезний масив інформації, який має руйнівний характер.

Та інформація, що подається нам з телеекранів, в основному впливає на емоції людини, утруднюючи можливості чинити опір. Такий вплив здійснюється не тільки на рівні індивідуальної свідомості, але і масової, не тільки всередині країни, але і на міжнародному рівні [8, с. 53]. Наприклад, події в Україні 2013 р., що починалися з акції протесту, пізніше переросли в Майдан, українську Революцію, яку багато в чому “стимулювала” передача пропагандистської інформації з Росії.

Таким чином, багато в чому саме інтенсивний інформаційний вплив на країну за короткий час призвів до революції в країні та зміни влади.

Під інформаційною війною найчастіше розуміють використання всіх можливих видів комунікації з метою знищення бажання ворога битися [8, с. 56]. Інформаційна війна відбувається за певної моделі руйнування. Також в основі інформаційної війни може лежати позитивна дія (наприклад, бажання покращити рівень життя), яка буде мати руйнівний характер. Найчастіше рівень такого інформаційного впливу не виправдовує очікувань населення.

Результати системних досліджень дають змогу краще зрозуміти сутність та природу інформаційних війн. За Г. Г. Почепцовим, існують такі моделі інформаційної війни:

1. Модель масової демонстрації. Початок цієї моделі закладено в масових заворушеннях громадян з якої-небудь причини, пізніше все переростає в безлад, які закінчуються поваленням існуючої влади. Такий інтенсивний інформаційний вплив, який вигідний певній групі людей, здатний призвести до зміни влади.

2. Модель пропагандистської комунікації. У цій моделі Л. Войтасик виділяє три основні кроки розвитку: а) переорієнтація громадської думки шляхом введення нової шкали цінностей; б) економічна дезінформація; в) поширення споживчих моделей кращого життя шляхом ЗМІ, кіно, серіа-

лів тощо [8, с. 57]. Тобто такі кроки “запускають” прийнятну для людей картину очікуваного життя, хоча часто очікування й отримана картина за результатом подій не відповідають дійсності.

3. Модель дезінформаційної кампанії. Найчастіше вплив на масову свідомість шляхом дезінформації здійснюється таким чином: а) залучення уваги; б) емоційна стимуляція; в) демонстрація того, як конфліктна ситуація може бути закінчена шляхом слідування порадам комунікатора. Такі пропагандистські повідомлення мають дезінформаційний характер, поширюють чутки для того, щоб заплутати людей і досягти поставленої мети.

4. Модель кампанії нейтралізації. Функціонування цієї моделі полягає в: а) замовчуванні конфлікту; б) введенні нової події; в) відповіді або спростуванні. Ця схема дає змогу сконцентрувати увагу громадськості на іншій проблемі. На цьому етапі добре сконструйована інформація слабо піддається перевірці на точність, тобто група, якій подається це повідомлення, часто вірить у нього.

5. Модель масової комунікації. Стандартна модель комунікації складається з таких елементів: джерело – кодування – повідомлення – декодування – отримувач [8, с. 268]. Саме завдяки використанню цієї моделі з’являється можливість здійснювати управлінський вплив на масову свідомість і актуалізувати різними суб’єктами діяльності свої життєво важливі інтереси в інформаційному просторі [6]. Так само підкреслимо, що масові комунікації відіграють не просто інформаційну роль, а й мають політичну значущість.

6. Семіотична модель. Ч. Пірс, виділяє три типи семіотики, відповідно до типології визначальних знаків для кожного з етапів [8, с. 210]: а) іконічні знаки у вигляді телевізійних знаків (як приклад, кіно показує картину життя, яка не відповідає реальності); б) знаки-індекси, які вказують на іншу реальність, представниками якої вони є; в) знаки-символи, тут ключову роль відіграють ЗМІ, які вводять нові пріоритети для суспільства й змінюють їх ієрархічний статус. Змінюючи ці коди, змінюється й країна, країни так само можуть зникати, приймаючи чужі коди (як це сталося з СРСР). При цій моделі населення повинне переорієнтуватися тільки вербальним способом.

7. Модель резонансного впливу. Її особливість полягає в тому, що основою впливу є не новизна інформації, а базування на вже існуючій інформації. Г. Г. Почепцов виділяє таку технологію резонансу: а) когнітивні схеми; б) комунікативні схеми; в) власне резонансні схеми [8, с. 132]. У цій технології важливою є як пропозиція мовця, так і позиція слухача. Тобто аудиторія, яка споживає інформацію, стоїть на тій самій сходинці за значущістю, як і ті, хто дає цю інформацію.

Проте, яку б модель впливу суб’єкти інформаційної війни не обирали для інформаційного впливу на масову свідомість, інформаційна війна діє за базовою схемою, яка виглядає так:

1. Наявність багатоцільового об’єкта для подальшого комунікаційного резонансу [8, с. 63]. Тобто в споживанні такої інформації повинні бути

зацікавлені всі верстви населення: від звичайного робітника до еліти суспільства; повинні бути враховані всі інтереси.

2. Як “динаміку” для масової свідомості використовують однорідну групу населення, яка не має чіткої залежності від існуючої влади [8, с. 64]. Швидше зазнає впливу саме молодіжна аудиторія через несформованість інтересів, вона більш активно засвоює інформацію, ніж будь-яка інша вікова аудиторія.

3. Критика, яка не спрямована безпосередньо на владу, і частіше таку критику влада підтримуватиме.

4. Усний канал. Інформація надходить до населення через телеканали, радіо тощо. Усна стихія цікава тим, що вона ніколи не запізнюється з реакцією, водночас письмова (газети, журнали) затримується настільки, що спроба будувати на ній спростування інформаційного впливу практично приречена на провал [8, с. 66].

5. Стимуляція обговорення інформації, яка проводиться шляхом поширення чуток.

6. Багатоканальний вплив. Населення отримує одне й те саме повідомлення але різними каналами (це можуть бути як національні ЗМІ, так і міжнародні), що дає можливість посилити ефект інформаційного впливу.

7. Опора здійснюється на однорідну аудиторію за певними параметрами: 1) зіткнення із загальною проблемою; 2) визнання проблеми значущою; 3) організація для прийняття вирішення проблеми.

Для того, щоб такий інформаційний вплив був ефективним, потрібна проблема, яка буде стосуватися більшої частини населення. І, мабуть, найголовніша відмінність інформаційної війни від будь-якої іншої – це те, що вона часто має прихований характер, людина може так і не зрозуміти, що перебуває під активним інформаційним впливом.

За всю історію ведення інформаційних війн, можна виділити такі її різновиди:

1. Інформаційна війна в мирний час. Головна зброя в такій війні – інформаційна, яка впливає на масову свідомість. Інформаційний вплив відбувається таким чином, щоб подіяти на громадську думку та змусити населення діяти в інтересах зацікавленої сторони: інформація, яка не відповідає правді; зміна пріоритетності інформації; зміна процесу подачі інформації. Найчастіше подібний різновид війни можна побачити під час виборчої кампанії.

2. Інформаційна війна у воєнний час. У цьому контексті інформаційна війна – допоміжний механізм реальної війни. Інформаційний вплив у воєнний час може допомагати виконувати військові функції або замінювати їх.

3. Інформаційна операція при вирішенні миротворчих проблем. Така операція виконує такі завдання: підтримка нової влади, вироблення єдиної думки щодо певної ситуації, введення пропагандистських повідомлень щодо опонентів тощо. При цьому завдання такої операції одне – сформулювати нову модель поведінки громадськості.

4. Інформаційна операція при вирішенні соціальних проблем. Найчастіше інформаційне повідомлення може втручатися в масову свідомість, диктуючи стиль поведінки та дій. У виняткових випадках суспільство може протистояти такому впливу, і відбувається його розпад.

5. Інформаційна війна пропагандистського та суто інформаційного характеру. Інформаційна війна виступала як допоміжний механізм збройної війни. У минулі часи можна було побачити, як трансформувалася подача інформації від функції інформування населення до ідеологічної функції. Так, за часів Першої світової війни вперше почали використовувати метод пропаганди. Але на той момент вона мала інформаційний характер, джерело повідомлення не приховували. Проте вже під час Другої світової війни почали використовувати “чорну пропаганду”: джерело повідомлення приховували, інформацію подавали не в повному обсязі або не зовсім точно, пропаганда почала мати багатфункціональний характер. У післявоєнний радянський період були створені досить великі інформаційні кампанії, пропаганда заповнила майже весь офіційний інформаційний простір.

Після цього відбувається перехід до інформаційного суспільства й створюється основа для ведення війни нового типу – суто інформаційної (як окремої стратегії впливу), в якій здійснюється вплив на суспільну свідомість. Одне із завдань цієї війни полягає в тому, щоб відірвати суспільну свідомість від реальності, змусити людей діяти в чужих інтересах.

6. Інформаційна війна з використанням Інтернету. Сьогодні інформаційна війна йде не тільки через офіційні канали ЗМІ, а й у просторах Інтернету. Інформаційних потоків стає все більше, створюються події, яких не було насправді, стає ще важче відрізнити правду від вигадки. Приклад інформаційної війни в сучасному світі ми сьогодні бачимо в ситуації протистояння світового співтовариства, що підтримує Україну, країні “інформаційного агресора”.

Якщо вивчати зарубіжний досвід, то варто звернути увагу на США, тому що саме в цій державі вперше заговорили про термін “інформаційна війна”, спочатку як про додатковий інструмент звичайної війни, а потім як про самостійну стратегію, яка здатна руйнувати держави зсередини. Тому для того, щоб розібратися в цій темі, потрібно звернути увагу на міжнародний досвід ведення інформаційних війн, а саме на досвід США.

Найбільш впливовим центром у сфері військових інформаційних технологій є американська корпорація “Ренд” (RAND), скорочення від науково-дослідних розробок (Research and Development). Саме цей інститут почав розглядати можливість панування США у сфері інформаційного протистояння, а також створення елітарного клубу держав, що домінують у цій сфері [1]. США велику увагу приділяє інформаційній безпеці. Уряд США завжди вважав, що вигідніше вкладати гроші в розвиток інформаційного простору, ніж у бойову зброю. Оскільки ймовірність використання зброї в сучасному світі мінімальна, а інформаційний вплив триває безперервно.

Також у США створене Управління глобальних комунікацій в апараті Білого дому. Його основне завдання – боротьба з антиамериканськими настроями в світі. А 2005 р. в Держдепартаменті США ініціюється Управління трансформацією політичних режимів. За фактом, це структура зі здійснення “демократичних” переворотів в інших країнах, яка фінансується за рахунок фондів і благодійних організацій [7].

США – одна з перших країн, у якій заговорили, а пізніше застосували методи введення інформаційної війни в цілому світі, і донині саме США активно справляє інформаційний вплив на населення світу в цілому.

США брали участь у багатьох війнах і конфліктах в історії, і набували нового досвіду для себе. Війна у В’єтнамі стала для США приводом для перегляду ролі громадської думки у збройних конфліктах. Тоді американці недооцінили її значення і багато в чому через це зазнали поразки. Уже в ході вторгнення в Гренаду керівництво США доклало чимало зусиль для обробки громадської думки. На всіх етапах операцій увагу приділяли підтримці контактів із ЗМІ. З боку США була зроблена добре керована система інформаційного забезпечення воєнної політики та військ США.

Під час війни в районі Перської затоки інформаційне забезпечення бойових дій було контрольованим. Інтерв’ю давали лише спеціально відібрані військовослужбовці. Відомості про загиблих і поранених зводили до мінімуму. Була введена жорстка цензура на розповсюдження інформації про хід бойових дій. Обмежено ефірний час, наданий противникам. Ефективність дезінформації в ЗМІ дала змогу приховати час початку операції.

Щодо агресії проти Югославії, то бойовим діям передувала потужна пропагандистська кампанія, яка передбачала формування серед населення західних країн “образу ворога” й забезпечення моральної підтримки агресії. Інформаційний вплив на населення виходив з одного офіційного джерела. У результаті американцям вдалося створити вигідне для себе інформаційно-психологічне середовище навколо війни в Югославії.

Проаналізувавши досвід ведення інформаційних воєн минулого, можна дійти висновку, що на той момент інформаційна війна виступала як допоміжний механізм у веденні реальної війни, щоб посилити або замінити військові дії. Але сьогодні ми можемо розглядати інформаційну війну як самостійну стратегію, яка може існувати без військових дій, але яка так само відбувається в прихованому змісті.

Більш детально інформаційну війну нового часу можна розглянути на прикладі українсько-російського конфлікту.

Як у минулі часи, так і зараз використовують однакові моделі запровадження інформаційної війни, які сприяють інформаційному впливу на масову свідомість.

Новинкою цієї війни була її віртуалізація. Більшість інформації, яку подавали ЗМІ, не мала реального підтвердження або не мала ніякої юридичної сили. Така пропаганда ґрунтувалася на емоційному контексті, тому вірити в неї російському населенню було значно легше. У цій інформаційній війні боротьба ведеться не за інформацію, а за людську увагу.

Слід зазначити, що сили в інформаційній війні Росії й України були нерівними. Так, населення Росії основну інформацію отримує з федеральних каналів, контрольованих державою, українці ж часто отримують інформацію з телевізійних каналів, яку напряду контролюють олігархи. Тобто довіра до телевізійних ЗМІ в Україні значно нижча, ніж у Росії. За роки незалежності в Україні не було побудовано системи інформаційного захисту, що значно ускладнило завдання інформаційного протиборства.

У цій війні ЗМІ часто зайняті не об'єктивним інформуванням населення, а збиранням фактів, які підтверджують ту чи іншу думку [10]. Специфікою інформаційної війни між Україною та Росією можна назвати таке:

- була створена теорія керованого хаосу;
- інформація почала створювати певну реальність, і чим інтенсивніше вона створювалася, тим більше шансів мала на успіх;
- трансформація цінностей, зокрема масова свідомість українців почала відокремлюватися від радянських традицій (наприклад, відміна святкування 23 лютого);
- спільна історія України й Росії стала ареною для бою (наприклад: поливання брудом нашої Перемоги, військової слави тощо).

Варто також визнати, що Росія вже давно зафіксувала у своїх новинах Україну, як і ряд інших пострадянських республік, як приклад країн, які стоять далеко позаду. Таким чином, нова комунікативно-пропагандистська кампанія стала продовженням того, що говорилося завжди, а не чимось новим. Відповідно, це значно полегшило вибудовування пропагандистських комунікацій [10].

Головна новинка інформаційної війни полягає в тому, що вона працювала з віртуальними об'єктами, не було очевидної реальності в пропагандистських повідомленнях (наприклад, “Новоросія” ніколи не була реальною). Масова свідомість часто не розрізняє реальне й віртуальне, тому російське населення дуже часто вірило в надану картину світу, яку показували з російських телеекранів. Частина українських громадян теж “побачила” у штучно створеному проекті “Новоросія” реальність свого подальшого розвитку. У результаті виникли штучні утворювання в образі “ЛНР” та “ДНР”. Проте життєздатної моделі розвитку їх існування не було. Бо платформою створення так званих “республік” була пропаганда інформаційної війни. Нічого іншого ці проекти під собою не мали, аніж розбалансування внутрішньої ситуації в країні, створення соціального напруження.

Висновки. Отже, під сучасною інформаційною війною ми розуміємо незалежну стратегію інформаційного впливу на масову свідомість та громадську думку з метою досягнення певного виграшу зацікавленої сторони. Такий інформаційний вплив сприяє формуванню безлічі думок, і в цьому хаосі людині достатньо складно визначити, де істина. Аналіз значущості моделей інформаційної війни й особливостей їх впливу на формування масової свідомості та громадської думки дав змогу зробити висновки про те, що такий вплив може нести в собі не тільки дрібні заворушення, а й рево-

люцію, яка може закінчитися розвалом країни. Необхідно усвідомлювати всю потенційну загрозу, що випливає з інформаційних війн.

У контексті проведеного аналізу можна констатувати, що в сучасних інформаційних війнах починають використовувати відносно нові моделі ведення, так, у конфлікті України й Росії – модель віртуалізації. Те, що показували ЗМІ, не мало ніякого реального підтвердження. Ця пропаганда ґрунтувалася на емоційному контексті, тому вірити в неї було неважко. Раніше цю модель не використовували в інформаційних війнах. Досвід США дав змогу зрозуміти, що в сучасному світі інформаційна зброя загрожує не менше, ніж воєнна.

Сучасна інформаційна війна є стратегією цілеспрямованої дії для досягнення цілей, але зараз в Україні немає розуміння необхідності задіяти її як спосіб протистояння експанській діяльності країни-агресора.

Список використаної літератури

1. Богуш Д. А. Кратко о RAND Corporation [Електронний ресурс] / Д. А. Богуш. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/rand.htm>.
2. Грачев Г. В. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия [Електронний ресурс] / Г. В. Грачев, И. К. Мельник. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text3/72.htm>.
3. Завадский И. И. Информационная война – что это такое? / И. И. Завадский // Защита информации. “Конфидент”. – 1996. – № 4.
4. Манойло А. В. Государственная информационная политика в особых условиях : монография / А. В. Манойло. – Москва : МИФИ, 2003. – 388 с.
5. Манойло А. В. Информационно-психологическая война: факторы, определяющие формат современного вооруженного конфликта [Електронний ресурс] / А. В. Манойло. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/psywar35.htm>.
6. Панарин И. Н. Информационная война и геополитика. Информационная геополитика США [Електронний ресурс] / И. Н. Панарин. – Москва : Поколение, 2006. – Режим доступа: http://www.ereading.ws/chapter.php/123890/38/Panarin__Informacionnaya_voينا_i_geopolitika.html.
7. Панарин И. И. Информационная война и Россия / И. И. Панарин // Мир безопасности. – Москва, 2001. – 160 с.
8. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. – Москва : Рефлбук ; Киев : Вакар, 2000. – 576 с.
9. Почепцов Г. Г. Информационная война: определения и базовые понятия [Електронний ресурс] / Г. Г. Почепцов. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/psyops/infowar25.htm>.
10. Почепцов Г. Г. Информационные операции и Крым: базовые причины для манипуляций [Електронний ресурс] / Г. Г. Почепцов. – Режим доступа: http://psyfactor.org/psyops/infowar_krym.htm.
11. Расторгуев С. П. Информационная война / С. П. Расторгуев. – Москва : Радио и связь, 1998. – 416 с.
12. Швец Д. А. Информационное управление как технология обеспечения информационной безопасности. [Електронний ресурс] / Д. А. Швец. – Режим доступа: <http://korolewstvo.narod.ru/psychostat/informvoini.htm>.
13. Stein G. J. AWC INFORMATION WARFARE [Electronic resource] / George J. Stein. – Режим доступа: http://www.airpower.maxwell.af.mil/airchronicles/apj/apj95/spr95_files/stein.htm.

Стаття надійшла до редакції 22.12.2015.

Стадник А. Г. Основные модели организации информационных войн и их виды

В статье проанализированы основные модели ведения информационных войн. Рассмотрены определения понятий информационной войны и ее структуры. Охарактеризованы разновидности информационных войн: от прошлого к современности. Проанализирован опыт информационных войн США. Выделена основная специфика ведения информационной войны между Украиной и Россией.

Ключевые слова: информационная война, информационное воздействие, модель информационной войны, СМИ, информация, общественное мнение, массовое сознание.

Stadnyk A. Key Models of Organization of Information War and Its Variety

The problem of information warfare is becoming a growing concern. This new type of war, the object of which is the consciousness of people. It is based on the management and manipulation of public consciousness, subordinated to the will of man.

In the article the basic models of information warfare, system studies Ukrainian scientist G. Pocheptsov and some other vihytsiv indicate the following models of information warfare: mass demonstration model; model advocacy communication; model deceptive campaign; model campaign neutralization; model of mass communication; semiotic model; model resonance effects.

Among the kinds of information war are the following: 1. Information warfare in peacetime; 2. The information war in wartime; 3. Information transactions in solving the problems of peace; 4. Information operation in solving social problems; 5. The information war propaganda and purely informational nature; 6. The information war, using the Internet.

Considering the definition of information war by different authors, we concluded that: First, the problem of information warfare is getting some winning party concerned, and secondly, information warfare is based on the use of information influence. Information warfare using information weapons, information warfare just does not show to direct its goals, it can also be conducted in peacetime, on behalf of another state, and the public can not know what information is exposed to impact.

By studying the international experience, we paid attention to the US, because it is in the United States first talked about the term “information war”, first as an additional tool to conventional war, and then as an independent strategy.

More specifically, the information war of modern times, can be considered an example of Ukrainian – Russian conflict.

The main feature of information warfare between Ukraine and Russia was its virtualization. Most of the information submitted media had no real proof or had no legal force. The main novelty of this information war, is that it worked with virtual objects was not obvious reality propaganda messages.

Key words: information war, information influence, model of information warfare, media, information, public opinion, mass consciousness.