

Наталія Коршикова, Регіна Михайліченко
Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка,
Полтава, Україна

*«Істинно тотальна війна – це війна
за допомогою інформації»
Маршалл Маклюен*

ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВОЄН ДЛЯ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті висловлено думку, що інформаційні війни із сфери міжкорпоративних конфліктів перейшли у площину політичну та міждержавну. Проаналізовано періоди розвитку засобів масової комунікації, охарактеризовано переваги та недоліки інформаційно-психологічного протистояння.

Ключові слова: інформаційні війни, айварник, інформаційно-психологічне протистояння, засоби масової комунікації, комунікація, соціальна комунікація.

В статье высказано мнение, что информационные войны из сферы корпоративных конфликтов перешли в плоскость политическую и межгосударственную. Проанализированы периоды развития средств массовой коммуникации, охарактеризовано преимущества и недостатки информационно-психологического противостояния.

Ключевые слова: информационные войны, айварник, информационно-психологическое противостояние, средства массовой коммуникации, коммуникация, социальная коммуникация.

The article suggested that the informational wars from intercorporate conflicts sphere moved to the political and interstate plane. The periods of development of the mass communication means had analyzed; the advantages and disadvantages of informational and psychological conflict had described.

Key words: informational wars, ayvarnyk, informational and psychological conflict, mass communication, communication, social communication.

У ХХІ столітті інформація стала регулятором усіх суспільних, політичних, економічних та соціальних відносин.

В останні роки з'явилося нове слово, що фіксує виникнення нової спеціальності, немислимої раніше, – айварник (від англ. I-War – інформаційна війна) – спеціалісти із ведення інформаційних

воєн.[2,25] Цей факт свідчить про те, що ведення інформаційно-психологічного протиборства перестає бути таємною сферою міжкорпораційних, міждержавних інтересів, а виходить на широку арену повсякденного життя. Засоби масової комунікації (ЗМК) у цьому процесі відіграють провідну роль. Нині рекомендації з ведення інформаційних воєн може знайти навіть в Інтернеті, що ще раз підтверджує глобальний характер інформаційно-психологічний впливів на людину, суспільство, державу.

Метою дослідження статті є еволюція етапів інформаційних воєн, виклики та загрози, що викликані ними для комунікацій у соціуму.

Комунікація – це інформаційний потік, сприйнятий та усвідомлений адресантом. Тобто, коли повідомлення, розраховане на певну аудиторію, артикулюється з урахуванням особливостей і потреб цієї аудиторії, воно доходить до неї й отримує відгук. Таким чином, ЗМК передбачають двосторонню комунікацію. Вони направляють одну й ту саму інформацію в анонімну аудиторію (масу). Навіть якщо ця інформація адресується окремим особам, групам осіб або організаціями, вона стає доступною для всіх аудиторій у межах зони охоплення цим засобом масової комунікації. [1;165]

Соціальна комунікація (англ.social communication)– обмін між людьми або іншими соціальними суб'єктами цілісними знаковими повідомленнями, у яких відображені інформація, знання, ідеї, емоції тощо, обумовлений цілим рядом соціально значимих оцінок, конкретних ситуацій, комунікативних сфер і норм спілкування, прийнятих у даному суспільстві.

Вплив інформаційного поля на індивідуальну й суспільну свідомість – значущий фактор формування особи й співтовариства, що дозволяє прогнозувати поведінку членів соціуму. Сучасна людина, її повсякденне життя стали більш залежними від масової комунікації. Новітні технології призводять до того, що соціальний ресурс адаптації людини до життя став активно використовуватися для маніпулювання свідомістю. Нині поширений метод інформаційного управління людьми.

При цьому в постійному припливі інформації для втілення таких цілей як орієнтування в сучасній ситуації й соціальному середовищі, розвиток кругозору та вирішення повсякденних практичних проблем реалізуються на 70% за рахунок спеціалізованої інформації, одержуваної з засобів масової комунікації. ЗМК створили в суспільстві своєрідну «другу» «суб'єктивну реальність». Відбувається формування «підпорядкованості» свідомості ідеям, які пропагуються ЗМК, що робить людину відкритою і беззахисною перед маніпулятивними технологіями. Отже, стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій несе не тільки нові можливості, але й низку загроз, що здатні дестабілізувати життя людей.

Як зазначає російський дослідник А.Васильєв, аббревіатура ЗМІ й найменування мас-медіа використовуються далеко не випадково: «Це викликано прагненням замаскувати маніпулятивно-регулятивну або програмуючу сутність засобів масової інформації. Основний парадокс ЗМІ полягає в тому, що під прапором розвитку раціональних початків у суспільному житті й свідомості членів суспільства, охоплюються й направляються силові лінії інформаційного поля, – насаджується ірраціоналізм».[1,28]

Інформаційні війни є медіавійнами, тому що під час них завжди використовуються відповідні канали передавання інформації. Саме їх медійний характер призвів до того, що людство зіштовхується з ними все частіше, оскільки це визначається місцем медіа в сучасному світі. Зважаючи на той факт, що інформаційна загроза призводить до насадження нових (інколи неадекватних) систем цінностей і, відповідно, формування нових ідеологічних концепцій, необхідно сприяти вирішенню проблеми забезпечення захисту громадян, особливо молоді, від впливу інформації, що несе загрозу морально-психічному здоров'ю.[3]

В усіх видах мас-медіа, зокрема у друкованих, слово є основним будівельним матеріалом. Звідси – його вплив на споживача інформації і значення для формування громадської думки, його сила в боротьбі з

негараздами суспільного життя та усталене сприйняття преси і журналістики як четвертої влади.

Дослідники виділяють чотири періоди розвитку ЗМК як інструменту інформаційно-психологічні протиборства (ІПсП), що активно використовується при веденні інформаційних воєн:

1. Епоха газет. Інформаційний вплив через газети набуває масового характеру. Не тільки влада використовує ЗМІ для цілеспрямованого впливу на своїх громадян, але й сили, що ведуть інформаційно-психологічні протиборства (ІПсП). Саме в цей час починає формуватися феномен громадської думки за допомогою друкованих ЗМІ.

2. Радіоепоха (газети + радіо). Ефективність інформаційного впливу вийшла на якісно новий рівень завдяки: а) розширенню кола об'єктів за рахунок нижчих класів; б) можливості одночасного впливу на велику кількість об'єктів; в) переведення інформаційного впливу з інформаційного до інформаційно-розважального сектору.

3. Телеепоха (газети + радіо + телебачення). Можливість синхронного впливу відразу на два органи чуття: зоровий та слуховий. Методи інформаційного впливу набувають тотального характеру. Телеепоха практично збігається з періодом «холодної війни» та закінчується апогеєм ЗМІ – виникненням феномену «мейнстрім медіа», що з економічної точки зору означає монополізацію та концентрацію ЗМІ, а із соціальної – глобальну інформаційну ізоляцію.

4. Епоха глобалізації (газети + радіо + телебачення + інтернет). Початок занепаду системи глобальних інформаційних впливів. Закони інформаційно-комунікаційного суспільства зумовлюють глобальний характер технологій впливу, призводять до зниження порогу критичного сприйняття інформації та різкого збільшення ефективності цього впливу.[1,169]

При веденні ІПсП за допомогою ЗМК виникає низка переваг і проблем. Переваги:

- розширення доступу інформаційно-психологічного впливу до сегментів суспільства;

- потенційне зростання суспільної підтримки і, як наслідок, посилення тиску на об'єкт ІПсП;
- дискусії навколо предмета інформаційно-психологічного протистояння;
- створення задовільних умов для глибшого охоплення питань і аудиторії;
- можливість точного викладу проблематики, що має стосунок до об'єкта протистояння.[1,168]
- Проблеми:
- нерозуміння правил взаємодії із ЗМК;
- перекручування інформації;
- негативний розголос;
- складність у підготовці матеріалів, розрахованих на всі сегменти аудиторії.[1,168]

Отже, динаміка й агресивність інформаційного середовища зростає разом із активізацією ЗМІ у соціумі, оскільки «полем бою» інформаційної війни є саме шпальти газет, часовий простір теле- та радіоефіру. Удосконалення технологій ведення інформаційних воєн повинно стимулювати до обачливого та уважного відбору інформації, фільтрування отриманих відомостей у процесі соціальної комунікації.

Література

1. Історія інформаційно-психологічного протистояння: підруч. / Я.М. Жарков, Л.Ф. Компанцева, В.В. Остроухов, В.М. Петрик, М.М.Присяжнюк, Є.Д.Скулиш; за аг. Ред. д. ю. н., проф., засл. Юриста України Є.Д.Скулиша. – К.: Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. – 212с.
2. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Інформаційні війни» для студентів спеціальності 7.030404 «Міжнародна інформація» / Б.М. Юськів. – Рівне: РІС КСУ, 2003. – 55 с.
3. http://www.4uth.gov.ua/library_science/publishing/opposition_to_war_2014.pdf