

КАРПАТСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АВГУСТИНА ВОЛОШИНА
МІЖНАРОДНА АКАДЕМІЯ БОГОСЛОВСЬКИХ НАУК

ІНСТИТУТ СПЕЦІАЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ ТА ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»

В. М. Петрик, В. В. Бедь, М. М. Присяжнюк та ін.

ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНЕ ПРОТИБОРСТВО

Підручник

За загальною редакцією

доктора богословських наук, доктора юридичних наук, професора,
академіка Міжнародної академії богословських наук,
БЕДЬ Віктора Васильовича

кандидата наук з державного управління, доцента,
члена-кореспондента Міжнародної академії богословських наук
ПЕТРИКА Валентина Михайловича

Київ-2018

УДК 342.9 (477)
ББК 67.9 (4Укр) 301.17я7

Рекомендовано до друку Вченою радою Карпатського університету імені Августина Волошина — протокол № 10 від 25 травня 2018 року

Рекомендовано до друку Вченою радою ІСЗЗІ КПІ ім. Ігоря Сікорського — протокол № 5 від 31 травня 2018 року

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Пучков О. О. — кандидат філософських наук, професор, начальник Інституту спеціального зв'язку та захисту інформації національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

АНАНЬІН В. О. — доктор філософських наук, професор, професор кафедри військово-гуманітарних дисциплін Військового інституту телекомунікацій та інформатизації

ЯРЕМА О. М. — доктор психологічних наук, професор, завідувач кафедрою психології, педагогіки та соціальної роботи Карпатського університету імені Августина Волошина

УРСТА С. В. — доктор богословських наук, професор, завідувач кафедрою богослов'я та історії церкви Карпатського університету імені Августина Волошина

НАУКОВИЙ КОНСУЛЬТАНТ:

ЦИБУЛЬКІН В. В. — кандидат філологічних наук, доцент

ISBN 978-966-2577-11-2

Інформаційно-психологічне протиборство: підручник. Видання друге перекладене, доповнене та перероблене / [В. М. Петрик, В. В. Бедь, М. М. Присяжнюк та ін.]; за заг. ред. В. В. Бедь, В. М. Петрика. — К.: ПАТ «ВІПОЛ», 2018. — 386 с.

У підручнику розкриваються концептуальні основи інформаційної безпеки держави та еволюція інформаційно-психологічного протиборства. Розглядаються особливості сучасного етапу інформаційно-психологічного протиборства.

Підручник рекомендується для викладання навчальної дисципліни «Інформаційно-психологічне протиборство», а також може використовуватися для викладання таких дисциплін: «Основи захисту інформаційного простору України», «Інформаційна безпека держави», «Забезпечення інформаційної безпека держави».

УДК 342.9 (477)
ББК 67.9 (4Укр) 301.17я7

ISBN 978-966-2577-11-2

Внесок авторів:

Вступ: Петрик В. М.; **Частина 1:** Петрик В. М. — розділи 1-3; Жарков Я. М. — розділи 4-5, Присяжнюк М. М. — розділ 6, підрозділи 7.1, 7.3, Бакалинський О. О. — підрозділ 7.2; **Частина 2:** Петрик В. М. — розділ 1, Присяжнюк М. М. — розділ 2, Уфимцева О. С. — підрозділи 3.1-3.4, Мельник Д. С. — підрозділ 3.5, Петрик В. М. — розділи 4-5, підрозділи 6.1, 6.4, Криховецький Г. Я. — підрозділ 6.2, Кополовець Р. В. — підрозділ 6.3, Кальниш В. В. — розділ 7, Бедь В. В. — розділ 8, Петрик В. М. — розділ 9; **іменний та тематичний покажчики:** Петрик В. М.

© Петрик В. М., Бедь В. В.,
Присяжнюк М. М. та ін., 2018

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
-------------------	----------

ЧАСТИНА 1

ТЕОРІЯ ТА ЕВОЛЮЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОТИБОРСТВА

РОЗДІЛ 1. Визначення базових понять щодо інформаційної безпеки держави.....	11
--	-----------

1.1. Базові поняття щодо інформації.....	11
1.2. Інформаційна безпека та її різновиди.....	14
1.3. Базові поняття щодо інформаційних впливів.....	16
1.4. Основні реальні та потенційні загрози інформаційній безпеці України.....	26

РОЗДІЛ 2. Інформаційна війна як форма інформаційного протиборства.....	34
---	-----------

2.1. Форми і види інформаційного протиборства. Завдання інформаційних війн.....	34
2.2. Об'єкти посягань, об'єкти деструктивного інформаційного впливу та форми інформаційних війн.....	36

РОЗДІЛ 3. Сучасні технології проведення спеціальних інформаційних операцій.....	42
--	-----------

3.1. Етапи, ознаки, суб'єкти спеціальних інформаційних операцій.....	42
3.2. Методи проведення спеціальних інформаційних операцій.....	46

РОЗДІЛ 4. Становлення та розвиток інформаційно-психологічного протиборства.....	60
--	-----------

4.1. Інформаційно-психологічне протиборство у стародавньому світі та в епоху Середньовіччя.....	60
4.2. Розвиток інформаційно-психологічного протиборства у воєнних конфліктах XIX ст.	65

РОЗДІЛ 5. Формування основ теорії і практики інформаційно-психологічного протиборства в роки Першої світової війни та в міжвоєнний період.....	80
---	-----------

5.1. Інформаційно-психологічне протиборство під час Першої світової війни.....	80
5.2. Діяльність політорганів Червоної Армії серед військ противника в міжвоєнний період.....	84
5.3. Особливості пропаганди фашистської Німеччини в міжвоєнний період.....	90

РОЗДІЛ 6. Інформаційно-психологічне протиборство в роки Другої світової війни.....	102
---	------------

6.1. Особливості ведення пропаганди Німеччиною і СРСР серед військ та населення противника в роки Другої світової війни.....	102
6.2. Ведення пропаганди США, Англією та Японією в роки Другої світової війни.....	110

РОЗДІЛ	7.	Інформаційно-психологічне	протиборство
часів	«холодної	війни»	(1946–1991
			рр.).....117
7.1.	Психологічні операції США у війнах і збройних конфліктах.....		117
7.2.	Спеціальна пропаганда СРСР в Афганістані у 1979–1989 рр.....		129
7.3.	Історичні передумови розвалу СРСР		132

ЧАСТИНА 2

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ЕТАПУ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОТИБОРСТВА

РОЗДІЛ 1. Основні загрози особистісній безпеці від деструктивних інформаційних впливів.....	151
1.1. Інформаційно-психологічна безпека особи.....	151
1.2. Характеристика інформаційно-психологічних впливів та основні поняття, які пов'язані з маніпулюванням.....	156

РОЗДІЛ 2. Інформаційна зброя в сучасних умовах.....	164
2.1. Інформаційний простір як театр сучасних воєнних дій.....	164
2.2. Класифікація сучасної інформаційної зброї.....	168
2.3. Основні способи й методи застосування інформаційної зброї.....	179

РОЗДІЛ 3. Засоби масової інформації як засіб впливу на інформаційний простір.....	184
3.1. Особливості інформаційного впливу через ЗМІ.....	184
3.2. Характеристика впливу друкованих ЗМІ.....	189
3.3. Характеристика впливу телебачення.....	190
3.4. Характеристика впливу радіо та інформаційних агентств.....	191
3.5. Фактори впливу на діяльність ЗМІ.....	192

РОЗДІЛ 4. Американські неурядові дослідницькі організації як засіб впливу на інформаційний простір.....	201
4.1. Неурядові дослідницькі організації як фактор впливу на ситуацію в Україні.....	201
4.2. Технології усунення від влади невідконтрольних США урядів і керівників.....	209

РОЗДІЛ 5. Особливості впливу на інформаційний простір України російських та проросійських неурядових організацій	220
5.1. Характеристика діяльності російських і проросійських неурядових організацій в Україні.....	220
5.2. Особливості російської нешовіністичної ідеології О. Дугіна та її історичне підґрунтя	229
5.3. Аналіз підривної діяльності проросійських неурядових об'єднань як інструмент анексії Криму.....	247

РОЗДІЛ 6. Інформаційна складова терористичної діяльності.....	254
6.1. Порівняльний аналіз понять пов'язаних з тероризмом	254
6.2. Сутність та складові тероризму.....	259
6.3. Інформаційно-психологічні аспекти тероризму.....	263
6.4. Особливості ідеології екстремістського екстремізму та тероризму.....	267

РОЗДІЛ 7. Особливості інформаційно-комунікаційних процесів при формуванні натовпу.....	276
7.1. Ідентифікація поняття «натовп».....	276
7.2. Характерні ознаки та типи натовпу.....	281
7.3. Умови (механізми) формування і збереження існування натовпу.....	286
7.4. Моделювання поведінки натовпу.....	289
7.5. Методи контролю над поведінкою натовпу.....	317
РОЗДІЛ 8. Засоби та методи соціальної інженерії.....	327
8.1. Людський фактор як вразливість інформаційної безпеки.....	327
8.2. Головні вектори нападу при проведенні атак за допомогою методів соціальної інженерії.....	330
8.3. Характеристика основних методів соціальної інженерії.....	332
8.4. Види атак з використанням соціальної інженерії.....	336
РОЗДІЛ 9. ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЇ ВІД СОЦІАЛЬНОЇ ІНЖЕНЕРІЇ.....	343
9.1. Базові методи та організаційні заходи захисту від атак за допомогою соціальної інженерії.....	343
9.2. Питання, які повинні бути розглянуті в політиці інформаційної безпеки.....	346
9.3. Особистісно-психологічний захист від застосування методів соціальної інженерії.....	352
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	374
ІМЕННИЙ ПОКАЖЧИК.....	378
ТЕМАТИЧНИЙ ПОКАЖЧИК (з умовними скороченнями)	380

ВСТУП

Перехід до сучасного періоду інформаційного протиборства зумовлено розвитком нових інформаційних технологій. Сучасні інформаційні технології спираються на досягнення в галузі комп'ютерної техніки та засобів зв'язку. Бурхливий розвиток комп'ютерної техніки й інформаційних технологій став поштовхом до розвитку суспільства, яке одержало назву "інформаційного". В інформаційному суспільстві продукується та споживається інтелект, знання, завдяки чому зростає частка розумової праці. Матеріальною й технологічною базою інформаційного суспільства є різного роду системи на базі комп'ютерної техніки та комп'ютерних мереж, інформаційних технологій, телекомунікацій і зв'язку.

Отже, характерною рисою сучасної цивілізації є її детермінованість інформаційними процесами. Потенційні можливості розвитку основних сфер життя сучасного суспільства зокрема залежать від стану цих процесів. На сьогодні інформація вважається стратегічним національним ресурсом, одним з основних багатств країни. Повсюдне упровадження ЕОМ, сучасних засобів оброблення й передання інформації в різні сфери діяльності започаткувало новий еволюційний процес у розвитку людства – інформатизацію.

На сучасному етапі наука має в розпорядженні теоретичні побудови, на базі яких здійснюється технологізація інформаційного протиборства, тобто відповідні державні й недержавні структури, що причетні до такої діяльності, проводять розроблення та апробацію нових інформаційних технологій, прийомів, технічних засобів, методів здійснення психологічного впливу. Подібні зрушення не могли не відбитися на зростанні ефективності застосування інформаційних технологій, яке може приводити до кардинальних змін у суспільній, економічній, політичній та іншій сферах у масштабі окремої країни або ж світу загалом.

Сучасні можливості електронних ЗМІ, космічних систем передання інформації, поліграфії, розмножувальної й іншої техніки в поєднанні з науковою та публіцистичною літературою, періодикою дозволяють ефективно впливати на розум, свідомість і психіку мільйонів людей. Інформація та пропаганда стали сьогодні настільки могутніми, що здатні зумовлювати появу, перебіг і кінцевий результат політичних подій, навіть глобальних проблем миру й війни.

Сучасний етап науково-технічного розвитку, інформатизація усіх сторін громадського життя породили справжню революцію у військовій справі. Концепція тотальної війни, що збереглася в основі стратегічних установок багатьох держав, історично себе вичерпала. Подальше широкомасштабне використання зброї проти армій і народів у війнах веде до глобальної катастрофи, загибелі цивілізації й навколишнього середовища.

Сучасний світ вступає в смугу воєн нового покоління, спрямованих не стільки на безпосереднє знищення противника, скільки на досягнення політичних цілей війни без застосування масових армій. Тому війну нині варто

розглядати як складне суспільно-політичне явище, яке включає сукупність різних форм боротьби: політичної, економічної, збройної, інформаційної, психологічної й ін., – що ведуть між собою держави або їхні коаліції. При цьому збройна боротьба перестала бути неодмінним атрибутом війни.

На світовій політичній арені, у світовому інформаційному просторі з'явилися потужні різновекторні сили у вигляді міжнародного тероризму, домінуючого глобалізму, антиглобалізму, неоконсерватизму та пошуку національної ідентичності. Усі вони певною мірою є політичними акторами й суб'єктами зовнішньої та внутрішньої політики.

Інформаційна відкритість сучасного світу стає тим мостом, через який здійснюються комунікаційні процеси, зокрема в геополітичній сфері. Розглядаючи виникнення інформаційного суспільства як нової цивілізаційної реальності, яка має поєднувати константи життя локальних цивілізацій із комунікативними відносинами, варто зазначити, що становлення інформаційного суспільства створює не лише позитивні зрушення, але й передумови інформаційних катастроф. Це катастрофи як технічні й техногенні, так і гуманітарні, пов'язані з руйнуванням етичного та соціального коду, що забезпечує гармонійний розвиток суспільства. Це використання технологічної переваги як політики інформаційного домінування та примушення в геополітичній сфері.

Історичний досвід показав, що останнім часом критично важливим державним ресурсом, який чинить усе більший вплив на національну безпеку, стає інформація, що циркулює в автоматизованих системах управління та зв'язку, які є невід'ємними компонентами структури управління державою, економікою, фінансами й обороною. Усе це веде до того, що суперництво, яке розгортається довкола інформаційного ресурсу, боротьба за володіння останнім, досягнення та утримання інформаційної переваги сьогодні займають значне місце в геополітичній конкуренції розвинутих країн.

Інформаційний простір стає, з одного боку, ареною запеклої геополітичної конкуренції, з іншого – однією з найважливіших сфер життєдіяльності сучасного співтовариства; найважливішим інструментом впливу на світову громадську думку.

Сучасні інформаційно-комунікаційні технології орієнтовані на акумулювання таких обсягів інформації, які при відповідних методах її оброблення дозволяють *прогнозувати* сукупність можливих сценаріїв розвитку соціальних і політичних явищ із метою визначення найбільш імовірного з них; *формувати* інформаційне поле такої концентрації, яка б перевищувала інформаційний рівень структури, що має вплив на ці сценарії. Наведена схема розкриває сутність так званого інформаційного домінування в геополітичних відносинах.

Це явище породжує цілий комплекс негативних геополітичних наслідків. Передусім це прискорення поляризації світу, збільшення розриву між багатими, технологічно передовими та бідними, відсталими державами. Останні є головним джерелом нестабільності світової співдружності, сьогоднішніх і майбутніх

конфліктів, у тому числі глобального характеру.

Зазначені обставини безпосередньо стосуються наукової та прикладної проблеми, що полягає в необхідності усвідомлення суперечностей, специфіки та складності побудови інформаційного суспільства в умовах недружнього інформаційного впливу ззовні.

З іншого боку, глобальна інформатизація й геополітична конкуренція привели до того, що інформаційно-комунікаційна інфраструктура країни й національні інформаційні ресурси виявилися досить уразливими об'єктами впливу з боку геополітичних конкурентів, терористичних організацій, кримінальних угруповань та окремих зловмисників. Загроза постійних поразок від інформаційних агресій стає в сучасних умовах реальністю.

Окрім цього, слід ураховувати, що в інформаційному суспільстві традиційна боротьба за володіння матеріальними цінностями також зазнаватиме глибокої трансформації та зміщуватиметься більше в інформаційну сферу, що, звичайно, призведе до посилення інформаційного протистояння.

Світова спільнота вже давно “переросла” розуміння збройних конфліктів часів Другої світової війни. Завдяки вагомому внеску технічного прогресу тепер навіть ядерна війна є “вчорашнім днем” у військовому мистецтві. Якщо баталії Другої світової війни умовно відносять до воєн четвертого покоління, збройні конфлікти із застосуванням ядерної зброї – до п'ятого, то на новітньому етапі йдеться про війни шостого покоління. На зміну ідеологіям попередніх воєн приходить ідеологія ведення таких бойових дій, коли перемога досягатиметься рішучим придушенням волі противника до протидії, здатністю з перших годин війни паралізувати його систему державного та військового управління. Яскравим прикладом цього стали військові дії в зоні Перської затоки та в Югославії.

У наш час керівники низки держав вважають інформаційну війну ефективним інструментом реалізації зовнішньої політики. Найповніше ця тенденція проглядається в концепціях інформаційних воєн, які розробляються провідними у військовому відношенні країнами. Інформаційна війна розглядається під різними кутами як один з основних чинників забезпечення національної безпеки та національних інтересів у життєво важливих сферах державної й суспільної діяльності, зокрема у військовій.

З урахуванням цих чинників інформаційний розвиток України має здійснюватися в рамках системної та збалансованої державної політики, здатної забезпечити захист суспільства, держави і громадян від інформаційно-психологічної експансії суб'єктів геополітичної конкуренції.

На сьогодні є певна кількість навчальної та наукової літератури щодо інформаційної безпеки, де здебільшого розглянуто інформаційно-технічні аспекти, правові й загальні положення зазначеної проблематики. *Слід відмітити, що з метою підвищення ефективності захисту людини, суспільства та держави від негативних інформаційних впливів необхідно розробляти відповідну навчальну літературу (підручники, посібники) для підготовки висококваліфікованих фахівців (державних службовців, політологів, правознавців, соціологів, психологів, журналістів, представників силових відомств та ін.), а*

також формування критичного мислення широких верств населення. Тому тема і зміст нашого підручника є вкрай **актуальними**.

Підручник написано для викладання **навчальної дисципліни «Інформаційно-психологічне протиборство»**.

Мета навчальної дисципліни «Інформаційно-психологічне протиборство» полягає у набутті компетенцій, знань, умінь і навичок для подальшого використання у своїй практичній діяльності по захисту інформаційного простору України від шкідливих інформаційно-психологічних впливів з урахуванням досягнень науково-технічного прогресу та міжнародного досвіду.

Основні завдання навчальної дисципліни:

- розширити і систематизувати знання щодо загроз національній безпеці в інформаційній сфері;
- набути знання щодо історії та сучасності проведення акцій інформаційного впливу, спеціальних інформаційних операцій, інформаційних війн;
- сформувати критичне мислення для набуття навичок із захисту від маніпулятивного впливу;
- розвинути вміння щодо управління інформаційною безпекою держави.

Навчальна дисципліна «Інформаційно-психологічне протиборство» надає можливості отримання таких знань, умінь і досвіду.

Знати:

- базові поняття щодо інформаційної безпеки держави, суспільства і особи;
- види та сучасні технології інформаційних впливів;
- сутність форми і види інформаційного протиборства;
- етапи, ознаки, суб'єкти та методи проведення спеціальних інформаційних операцій;
- завдання, об'єкти посягань, форми проведення інформаційної війни;
- історію і особливості сучасного стану інформаційно-психологічного протиборства;
- особливості інформаційного впливу через ЗМІ;
- особливості діяльності неурядових організацій в контексті впливу на інформаційний простір;
- характеристику інформаційно-комунікаційних процесів при формуванні натовпу;
- основні методи, головні вектори та види атак з використанням соціальної інженерії.

Вміти:

- узагальнювати теоретичні уявлення щодо сутності інформаційної безпеки;
- виявляти існуючі та потенційні загрози національній безпеці України в інформаційній сфері;
- виявляти приховані та шкідливі інформаційно-психологічні впливи;

здійснювати порівняльний аналіз форм, методів, засобів та технологій проведення інформаційних війн, акцій інформаційного впливу та спеціальних інформаційних операцій;

здійснювати прогнози щодо можливих небезпек інформаційному простору держави;

моделювати поведінку натовпу;

використовувати світовий досвід щодо захисту інформаційного простору для його творчого впровадження на українських теренах.

Досвід:

проводити аналітичні дослідження у сфері інформаційної безпеки України;

захищати інформацію від атак, які проводяться за допомогою соціальної інженерії;

приймати участь у заходах із захисту інформаційного простору України.

ЧАСТИНА 1. ТЕОРІЯ ТА ЕВОЛЮЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОТИБОРСТВА

РОЗДІЛ 1. ВИЗНАЧЕННЯ БАЗОВИХ ПОНЯТЬ ЩОДО ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

1.1. Базові поняття щодо інформації

Інформація (згідно Закону України «Про інформацію») – це документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі.

Але більш повне визначення: **«інформація»** (лат. informatio – роз'яснення, виклад, тлумачення) – це відомості про осіб, предмети, технології, засоби, ресурси, події та явища, що відбуваються в усіх сферах діяльності держави, життя суспільства й в докільлі, незалежно від форми їх надання. Відомості можуть бути подані у вигляді сигналів, знаків, звуків, рухомих або нерухомих зображень чи в інший спосіб.

Одним із різновидів інформації є **інформація документована** – інформація, що зафіксована на матеріальному носії.

Особистість постійно перебуває під впливом інформації, що поширюється в просторі цілеспрямовано або довільно. До розвитку сучасних кібернетичних систем під простором поширення інформації розуміли атмосферу, стратосферу, космос, водні акваторії океанів і морів. Зараз розуміння інформаційного простору включає додатково кібернетичні та віртуальні системи. Розглядаючи вплив інформаційного простору на особистість, слід враховувати, що він здійснюється також і на суспільство та державу і через них опосередковано на кожного індивідуума. Цей вплив може носити конструктивний (безпечний) і деструктивний (небезпечний) характер.

Основними принципами інформаційних відносин є:

- гарантованість права на інформацію;
- відкритість, доступність інформації та свобода обміну нею;
- об'єктивність, достовірність, повнота і точність інформації;
- законність одержання, використання, поширення та зберігання інформації.

Суб'єктами інформаційних відносин є:

- фізичні особи;
- юридичні особи;
- держава.

Суб'єктами інформаційних відносин, відповідно до законодавства України, можуть бути також інші держави, їх громадяни та юридичні особи, міжнародні організації й особи без громадянства.

Об'єктами інформаційних відносин є документовані або публічно

оголошені відомості про події та явища у сфері політики, економіки, культури, охорони здоров'я, а також у соціальній, екологічній, міжнародній та інших галузях. У контексті цих відносин суб'єкти діють на об'єкти з метою задоволення своїх потреб.

Право на інформацію забезпечується:

- обов'язком органів державної влади та місцевого і регіонального самоврядування інформувати про свою діяльність та прийняті рішення;
- створенням у державних органах спеціальних інформаційних служб або систем, що забезпечували б у встановленому порядку доступ до інформації;
- вільним доступом суб'єктів інформаційних відносин до статистичних даних, архівних, бібліотечних і музейних фондів;
- обмеження цього доступу зумовлюються лише специфікою цінностей та особливими умовами їх схоронності, що визначаються законодавством;
- створенням механізму здійснення права на інформацію;
- здійсненням державного контролю за додержанням законодавства про інформацію;
- встановленням відповідальності за порушення законодавства про інформацію.

Інформаційна діяльність – це сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави.

Основними *напрямами інформаційної діяльності* є: політичний, економічний, соціальний, духовний, екологічний, науково-технічний, міжнародний тощо. Держава гарантує свободу інформаційної діяльності в цих напрямках всім громадянам та юридичним особам в межах їх прав і свобод, функцій і повноважень.

Інформаційні ресурси України – це вся інформація, яка належить нашій державі, незалежно від змісту, форм, часу й місця створення, поширення та зберігання. Україна самостійно формує інформаційні ресурси на своїй території та вільно розпоряджається ними, за винятком випадків, передбачених законами і міжнародними договорами. Національні інформаційні ресурси є основою інформаційного суверенітету України.

Одним з найважливіших елементів, що є основою реалізації державою своєї політики в інформаційній сфері, виступає інформаційна інфраструктура. **Інформаційна структура** – невід'ємний елемент, як стратегічних інформаційних ресурсів, що є основою обороноздатності держави, так і інформаційного ринку, що на сьогоднішній день багато в чому обумовлює економічний потенціал і перспективи розвитку держави.

Так, Законом України «Про національну програму інформатизації» окреслені основні *складові національної інформаційної інфраструктури* (національної інфраструктури інформатизації), що включає:

- міжнародні та міжміські телекомунікаційні і комп'ютерні мережі;
- систему інформаційно-аналітичних центрів різного рівня;
- інформаційні ресурси;
- інформаційні технології;

- систему науково-дослідних установ з проблем інформатизації;
- виробництво та обслуговування технічних засобів інформатизації;
- систему підготовки висококваліфікованих фахівців у сфері інформатизації.

Інформаційний суверенітет – це невід’ємне право людини, суспільства, держави на самовизначення та участь у формуванні, розвитку та здійсненні національної інформаційної політики відповідно до Конституції, чинного законодавства України, міжнародного права в національному інформаційному просторі України.

Інформаційний суверенітет України забезпечується:

- виключним правом власності України на інформаційні ресурси, що формуються за рахунок коштів державного бюджету;
- створенням національних інформаційних систем;
- встановленням режиму доступу інших держав до інформаційних ресурсів України;
- використанням національних інформаційних ресурсів на основі рівноправного співробітництва з іншими державами.

Інформаційний суверенітет України, крім цього, має забезпечуватися проведенням цілісної державної програми відповідно до Конституції та чинного законодавства України і норм міжнародного права шляхом реалізації відповідних доктрин, стратегій, концепцій та програм, що стосуються національної інформаційної політики. Головною передумовою існування інформаційного суверенітету є належний стан інформаційної безпеки держави, суспільства та його громадян.

Під **інформаційною сферою** на змістовом рівні слід розуміти безпосередньо інформацію та сферу її обігу. Тобто **безпека інформаційної сфери** – це стан захищеності інформації та сфер її створення, накопичення, зберігання, оброблення, розповсюдження і використання.

Безпека інформації – захищеність інформації в організації або технічній системі від несанкціонованого доступу (ознайомлення, крадіжки, змін, знищення). Держстандартом України прийняте наступне визначення терміна *безпека інформації*: «стан, що забезпечує захист інформації від загроз для неї» [Держстандарт України. *Технічний захист інформації. Терміни і визначення*]. Безпека інформації забезпечується шляхом захисту інформації від випадкового або навмисного доступу осіб, що не мають на це права, її отримання, розкриття, модифікації або руйнування. Реалізація вимог і правил щодо захисту інформації, підтримка інформаційних систем в захищеному стані, експлуатація спеціальних технічних і програмно-математичних засобів захисту та забезпечення організаційних і інженерно-технічних заходів захисту інформаційних систем, що оброблюють інформацію з обмеженим доступом в недержавних структурах, здійснюється відповідними службами.

1.2. Інформаційна безпека та її різновиди

Відповідно до Закону України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» *інформаційна безпека* – стан захищеності життєво важливих інтересів людини, суспільства і держави, при якому запобігається нанесення шкоди через: неповноту, невчасність та невірогідність інформації, що використовується; негативний інформаційний вплив; негативні наслідки застосування інформаційних технологій; несанкціоноване розповсюдження, використання, порушення цілісності, конфіденційності та доступності інформації.

Проте, це визначення сформульовано не за суттєвими ознаками й тому воно громіздке. У ньому присутня тільки пасивна складова «ступінь захищеності», але відсутня активна складова «інформаційний розвиток» (технічний, інтелектуальний, соціально-політичний, морально-етичний).

До того ж у Законі «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки», як і в інших законодавчих актах нашої держави, немає визначень різновидів інформаційної безпеки. Тому пропонуємо авторські визначення «інформаційної безпеки», «інформаційної безпеки особи, суспільства, держави».

Інформаційна безпека (ІБ) – стан захищеності особи, суспільства і держави, при якому досягається інформаційний розвиток (технічний, інтелектуальний, соціально-політичний, морально-етичний), за якого сторонні інформаційні впливи не завдають їм суттєвої шкоди.

Інформаційна безпека особи – це стан захищеності психіки та здоров'я людини від деструктивного інформаційного впливу, який призводить до неадекватного сприйняття нею дійсності та (або) погіршення її фізичного стану.

Інформаційна безпека суспільства – можливість безперешкодної реалізації суспільством й окремими його членами своїх конституційних прав, пов'язаних із вільним одержанням, обробленням, створенням і поширенням інформації, а також ступінь їх захисту від деструктивного інформаційного впливу.

Необхідний рівень ІБ суспільства забезпечується сукупністю політичних, економічних, організаційних заходів, спрямованих на попередження, виявлення й нейтралізацію тих обставин, факторів і дій, які можуть завдати збитків чи зашкодити реалізації інформаційних прав, потреб та інтересів країни і її громадян.

Слід відмітити, що ІБ особи та суспільства тісно пов'язані між собою. ІБ суспільства та окремих осіб *залежить від рівня:*

- інтелектуальності, спеціальної теоретичної й практичної підготовки;
- критичного мислення, морального та духовного вдосконалення;
- гармонійного розвитку особистості в суспільстві;
- технічних засобів захисту.

Інформаційна безпека держави – це стан її захищеності та інформаційного розвитку, при якому акції інформаційного впливу, спеціальні інформаційні операції, інформаційний тероризм, незаконне зняття інформації за допомогою спеціальних технічних засобів та комп'ютерна злочинність не

здають суттєвої шкоди національним інтересам (рис.1).

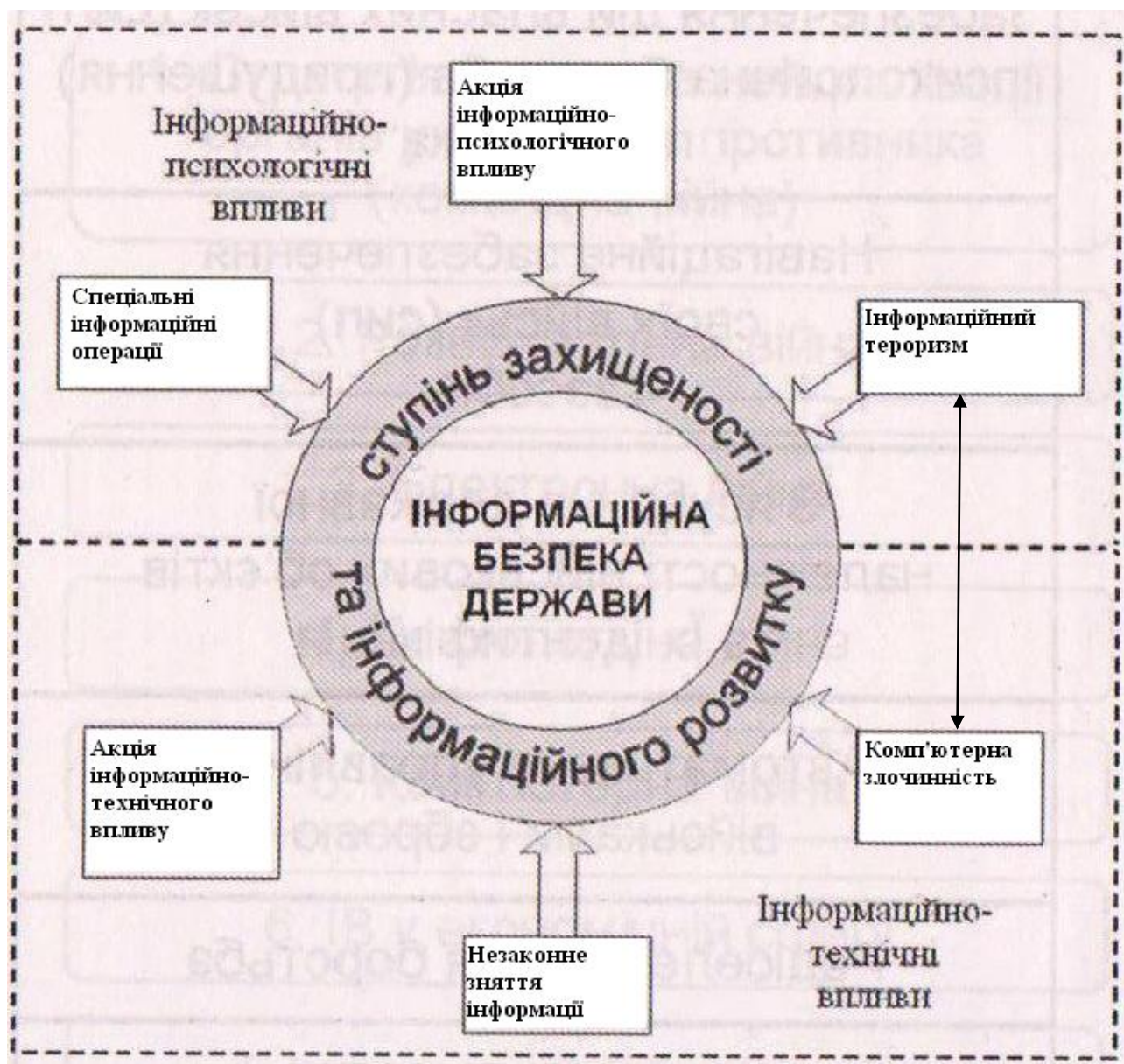


Рис.1. Структура інформаційної безпеки держави

Акція інформаційного впливу – одноразова акція інформаційно-психологічного та інформаційно-технічного впливу, яка передбачає спланований вплив на свідомість і поведінку людей шляхом поширення упередженої, неповної чи недостовірної інформації та (або) інформаційно-технічну інфраструктуру об'єкта (об'єктів).

Інформаційний тероризм – небезпечні діяння з інформаційного впливу на соціальні групи й окремих осіб, державні органи влади та управління, пов'язані з поширенням інформації, яка містить погрози переслідуванням, розправою, вбивствами, а також викривлення об'єктивної інформації, що спричиняє виникнення кризових ситуацій у державі, нагнітання страху й напруження в суспільстві.

Комп'ютерна злочинність – це відносно масове соціальне явище, яке

полягає в суспільно небезпечних діяннях, коли електронно-обчислювальні машини, мережі, системи та представлена в них інформація є знаряддям або предметом злочинних діянь.

Об'єкти забезпечення ІБ держави:

- інформаційно-телекомунікаційна інфраструктура (суб'єкти та засоби створення, поширення інформації й передання даних);
- інформація (особиста, конфіденційна, власність держави, з обмеженим доступом);
- свідомість (особи, групи осіб, суспільства).

1.3. Базові поняття щодо інформаційних впливів

Інформаційний вплив – це організоване цілеспрямоване застосування спеціальних інформаційних засобів і технологій для внесення деструктивних змін у свідомість особистості, соціальних груп чи населення (корекція поведінки), в інформаційно-технічну інфраструктуру об'єкта впливу та (чи) фізичний стан людини. Інформаційний вплив варто поділяти на інформаційно-технічний та інформаційно-психологічний.

Інформаційно-технічний вплив (ІТВ) – це вплив на інформаційно-технічну інфраструктуру об'єкта з метою забезпечення реалізації необхідних змін у її функціонуванні (зупинка роботи, несанкціонований доступ до інформації та її перекручення (спотворення), програмування на певні помилки, зниження швидкості оброблення інформації тощо), а також вплив на фізичний стан людини. ІТВ становить загрозу безпеці інформаційно-технічної інфраструктури й фізичному стану людини.

Безпека інформаційно-технічної інфраструктури – це стан захищеності, який забезпечує її ефективне використання та захист від можливого ІТВ.

Безпека інформаційно-технічної інфраструктури поділяється на безпеку:

- машинно-технічних засобів (автоматизованих систем та мереж);
- програмного забезпечення;
- режиму захисту від несанкціонованого витоку інформації.

Інформаційно-психологічний вплив (ІПсВ) – це вплив на свідомість та підсвідомість особистості й населення з метою внесення змін у їхню поведінку і світогляд. Базовими методами ІПсВ є *переконання й навіювання*.

Переконання звернене до власного критичного сприйняття дійсності об'єктом впливу. Воно має певні алгоритми впливу:

- логіка переконання має бути доступною інтелекту об'єкта впливу;
- переконання варто здійснювати, спираючись на факти, відомі об'єкту;
- переконлива інформація повинна містити узагальнювальні пропозиції;
- переконання має містити логічно несуперечливі конструкти;
- факти, що доносяться до об'єкта впливу, повинні мати відповідне емоційне забарвлення.

Навіювання, навпаки, спрямовується на суб'єктів, які некритично сприймають інформацію. Його особливостями є:

- цілеспрямованість і плановість застосування;

- конкретність визначення об'єкта навіювання (селективний вплив на певні групи населення з урахуванням їхніх основних соціально-психологічних, національних й інших особливостей);

- некритичне сприйняття інформації об'єктом навіювання (навіювання засноване на ефекті сприйняття інформації як інструкції до дії без її логічного аналізу);

- визначеність, конкретність поведінки, що ініціюється (об'єкту необхідно дати інструкцію щодо його конкретних реакцій і вчинків, які відповідають меті впливу).

Навіювання або сугестія – це процес впливу на психіку людини, пов'язаний зі зниженням свідомості й критичності при сприйнятті нав'язаного змісту, який не вимагає ні розгорнутого особистого аналізу, ні оцінки спонукання до певних дій. Суть навіювання полягає у впливі на відчуття людини, а через них – на її волю й розум.



Рис. 2. Структура інформаційного впливу

Навіювання є основним способом маніпулювання свідомістю, прямим вторгненням у психічне життя людей. При цьому маніпулятивний вплив організується так, щоб думка, уявлення, образ безпосередньо входили у сферу свідомості та закріплювалися в ній як дані безперечні й уже доведені. Це стає можливим при підміні активного відношення психіки до предмета комунікації навмисно створеною пасивністю сприйняття, що так властиво релігійним виданням (розсіювання уваги поданням великої кількості інформації, активна форма її подання, штучне перебільшення престижу джерел).

ІІсВ спрямовується на індивідуальну або суспільну свідомість інформаційно-психологічними чи іншими засобами, що зумовлює трансформацію психіки, зміну поглядів, думок, взаємин, ціннісних орієнтацій, мотивів, стереотипів особи з метою вплинути на її діяльність і поведінку. Кінцевою його метою виступає досягнення певної реакції, поведінки (дії або бездіяльності) особистості, яка відповідає цілям ІІсВ.

Процес сприйняття індивідом ІІсВ, спрямованого на емоційну сферу свідомості, специфічний. Загалом, він більше згорнутий, ніж, наприклад, процес сприйняття пропагандистського впливу: в ньому функціонують тільки сприйняття й запам'ятовування, діяльність мислення виражена досить слабо. Інформацію особистість сприймає або не сприймає, сприймає цілком чи частково, але у формуванні певних висновків практично не бере участі. Процес ІІсВ на емоційну сферу свідомості включає довільне сприйняття та запам'ятовування й характеризується дуже зниженим рівнем усвідомлення змісту впливу. Осмислення отриманої інформації відбувається пізніше, при більш високій пізнавальній активності індивіда.

Потужність і ефективність маніпулятивного впливу залежить від наявності певних переваг у маніпулятора над адресатом. Раніше вже наголошувалося на прихованому від адресата характері маніпулятивного впливу, що відразу створює переваги маніпулятора. Є й інші переваги, які дають змогу маніпулятору використовувати специфічні прийоми впливу та підсилюють його ефект.

Рівень ефективності ІІсВ залежить від таких умов (рис. 3):

- *змісту матеріалу:* його складності, конкретності, суспільної важливості тощо. Наприклад, за рівних умов чим простіша інформація, тим більше шансів, що дії, на які вона спонукає, можуть виконуватися автоматично, особливо коли не суперечать переконанням об'єкта. Тобто, чим конкретніший заклик до дії, тим вищий ступінь автоматизму реакції на неї;

- *психічного стану,* що характеризується наявністю високого рівня автоматизму відповідної реакції. Страх, пригніченість, апатія сприяють некритичному й підсвідомому сприйняттю впливу. Ступінь автоматизму у відповіді особи пов'язаний із рівнем усвідомленості та критичності сприйняття інформації. Якщо вплив сприймається підсвідомо й некритично, то відповідь аудиторії може бути автоматичною;

- *часового інтервалу* між впливами й відповідною реакцією: із збільшенням часового інтервалу автоматизм реакції зменшується внаслідок підвищення критичності й розумової активності об'єкта (пояснюється включенням змісту отриманої інформації в систему знань особи та усвідомленням його).

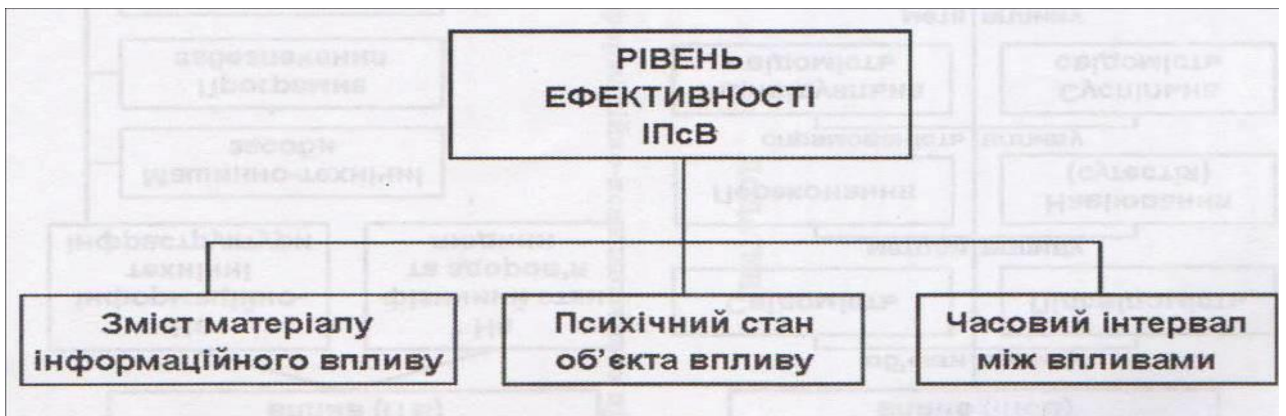


Рис. 3. Залежність рівня ефективності інформаційно-психологічного впливу

Джерела загроз інформаційно-психологічній безпеці людини в міжособистісній комунікації під час здійснення на неї маніпулятивного впливу доцільно структурувати на три основні групи (рис. 4).

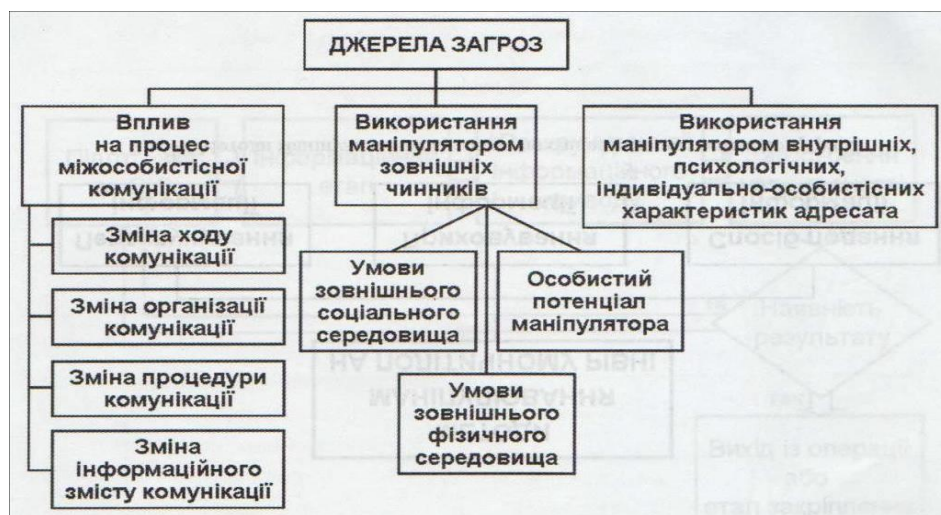


Рис. 4. Структура загроз інформаційно-психологічній безпеці людини в міжособистісній комунікації

Перша група включає загрози, пов'язані з можливостями маніпулятора впливати на сам процес міжособистісної комунікації. Тобто, відповідно до своєї мети змінювати його хід, організацію, процедуру, інформаційний зміст, використовуючи для цього певні прийоми.

Друга група об'єднує загрози, пов'язані з можливостями використання маніпулятором зовнішніх для адресата чинників, і поділяється на підгрупи:

- умови зовнішнього соціального середовища (наприклад, можливість використання інших осіб для здійснення впливу; соціальних зв'язків, що склалися з адресатом і його оточенням тощо);
- особистий потенціал маніпулятора (такі його статусні переваги, як рольова позиція, посада, вік, матеріальне становище, кваліфікація, освіта, здібності, знання, комунікативні навички, уміння тощо);
- умови зовнішнього фізичного середовища (вибір місця та часу

проведення міжособистісної комунікації, створення певної обстановки тощо).

Третя група включає загрози, пов'язані з можливостями використання маніпулятором внутрішніх, психологічних, індивідуально-особистісних характеристик адресата (зокрема його стану).

Застосовуючи відповідні прийоми впливу на різні психічні структури особистості адресата, маніпулятор досягає своєї мети. На відміну від міжособистісного, *маніпулювання на політичному рівні* знеособлене й передбачає вплив на широкі маси. Воля меншості (а то й окремої особи) в завуальованій формі нав'язується більшості. Маніпулювання свідомістю є системою ІПсВ із метою упровадження у свідомість певного світогляду, ціннісних установок, уявлень про мораль, моральність, нормативність тих чи інших форм поведінки.

Для маніпулювання використовуються такі методи, як перекручування, приховування та спосіб подання інформації.

Перекручування інформації варіює від відвертої брехні до часткових деформацій (підтасовування фактів або зміщення в семантичному полі поняття).

Приховування інформації найповніше проявляється як замовчування-приховування визначених тем. Набагато частіше використовується метод часткового висвітлення чи диференційованого подання матеріалу.

Спосіб подання інформації нерідко відіграє вирішальну роль у тому, щоб зміст, який передається, був сприйнятий так, як необхідно його відправнику. Наприклад, велика кількість інформації в «сирому» чи несистематизованому вигляді дає змогу заповнити ефір потоками незначних відомостей, що ще більше ускладнює й без того безнадійні пошуки індивідом їхньої суті. Так само інформація, подана невеликими порціями, не дає можливості ефективно скористатися нею. В обох випадках заздалегідь знімається питання дорікання в приховуванні тих чи інших відомостей.

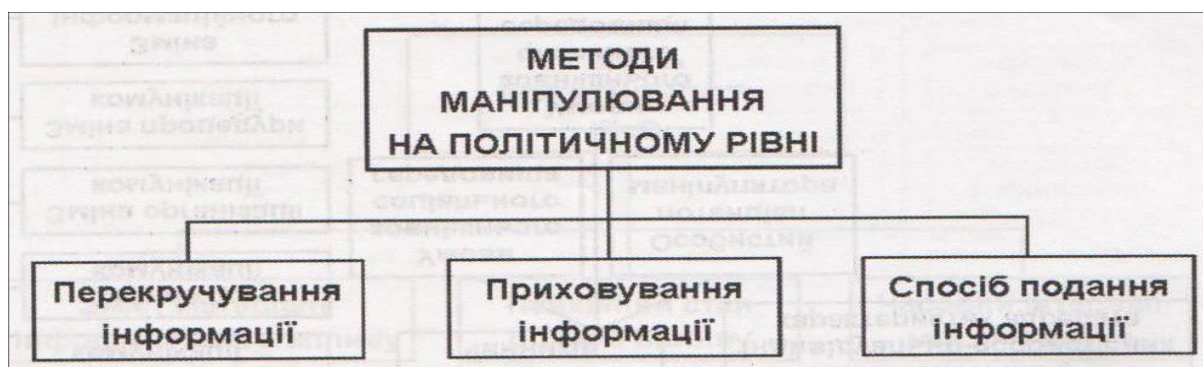


Рис. 5. Методи маніпулювання суспільною свідомістю на політичному рівні

Найближчий до маніпулятивного впливу прийом особливого компоновання тем, який начебто наводить одержувача інформації на цілком однозначні висновки. Важливу роль відіграє момент подання інформації.

Приховування маніпулятивного впливу. В літературі не розкрито рефлексної

відмінності між приховуванням факту маніпулятивного впливу, з одного боку, та намірів маніпулятора – з іншого. Проте варто розуміти, що найбільш ретельно приховуються саме наміри.

Засоби примушення. Тут ідеться про силу владних політичних структур чи засобів масової інформації, а також про ступінь примушення до силового тиску, його невідворотність, способи прихованого чи явного примушення, передумови силового тиску. Щодо міжособистісного впливу в рамках офіційних соціальних структур обговорюється прояв сильної чи слабкої позицій. Так, «правдива» позиція строгого начальника, що практикує тотальний контроль або часто звертається до явного використання своєї сили (перевага за посадою), розцінюється як слабка. Те ж стосується й підлеглих: відкрита конфронтація підлеглого до свого начальника швидше означає слабкість першого. І навпаки, непряме залякування чи неявне (неформальне) насильство з боку підлеглого є ознакою слабкості позиції начальника; це означає, що останній зробив якусь помилку.

Логіка маніпуляторів очевидна й закономірність однозначна: чим ширша аудиторія, на яку необхідно здійснити вплив, тим більш універсальними повинні бути мішені. Спеціалізованість і точна спрямованість масового впливу можливі тоді, коли його організатору відомі специфічні якості потрібних верств населення чи груп людей. Відповідно, чим вужча передбачувана аудиторія, тим точнішим має бути підстроювання під її особливості. У випадках, коли таке підстроювання за будь-яких причин не проводиться, з'являються універсальні збудники: гордість, прагнення до задоволення, комфорту, сімейного затишку, просування по службі, популярність, – цілком доступні й зрозумілі більшості людей цінності. Якщо ж при цьому щось не спрацьовує, то це можна розглядати як неминучу платню за вихідну економію.

Більш «продвинуті» технології маніпулювання передбачають попередню підготовку думок або бажань, закріплення їх у масовій свідомості чи уявленнях конкретної людини для того, щоб можна було до них потім апелювати (наприклад, створення міфу про дбайливого президента або респектабельність компанії, переконання партнера в тому, що йому хочуть допомогти чи йому загрожує небезпека).

Роботизація. Особливо слід виокремити лейтмотив роботоподібності, який полягає в тому, що люди – об'єкти маніпулятивного оброблення – перетворюються на маріонеток, керованих владними силами за допомогою «ниточок» – засобів масової інформації. На соціально-рольовому рівні обговорюється залежність підлеглих від тиску організації, перетворення службовців на «прислужників». На міжособистісному рівні увага звертається на наявність запрограмованих дій у відповідь на ті чи інші впливи з боку партнерів у спілкуванні.

Окрім використання готових до «вживання» програм стереотипної поведінки, зусилля маніпуляторів спрямовані на уніфікацію способів мислення, оцінки й реагування великих мас людей, що призводить до деіндивідуалізації та деперсоніфікації осіб, перетворення їх на податливих об'єктів маніпулювання.

Види змін в індивідуальній свідомості, які може спричинити ІІсВ:

- зміни психіки, психічного здоров'я людини. Оскільки в разі інформаційного впливу складно визначити межі норми й патології, показником змін може бути втрата адекватності щодо відображення світу у свідомості й індивідуальному ставленні до світу. Можна говорити про деградацію особистості, якщо форми відображення дійсності спрощуються, реакції грубішають і здійснюється перехід від вищих потреб (у самоактуалізації, соціальному визнанні) до нижчих (фізіологічних, побутових);

- зміни в цінностях, життєвих позиціях, орієнтирах, світогляді особистості. Такі зміни спричиняють антисоціальні вчинки й становлять небезпеку для усього суспільства, держави.

ІІсВ створюють загрозу інформаційній безпеці особи, суспільства та держави. Інформаційна безпека особи й суспільства є складовою інформаційної безпеки держави: її забезпечення займає особливе місце в державній політиці. Ця особливість визначається специфікою загроз та їхніх джерел, особливістю принципів і завдань державної політики.

Об'єктом інформаційно-психологічного захисту особи є стан її духовного та фізичного комфорту. Об'єкт захисту становлять і умови, фактори, які забезпечують розвиток усіх сфер життєдіяльності особи й суспільства, зокрема культури, науки, мистецтва, релігійних і міжнародних відносин. До об'єктів належать також мовне середовище, соціальні, ідеологічні, політичні орієнтири, суспільні й соціальні зв'язки, психофізичні фактори, що виявляються у вигляді фізичних, хімічних та інших впливів природного, антропогенного й техногенного походження; генофонд народів, які входять до складу населення держави тощо.

Найбільш важливими об'єктами інформаційно-психологічного захисту у сучасних умовах є індивідуальна та масова свідомість. Для особистості головними системотвірними якостями виступають цілісність (тенденція до стійкості) та розвиток (тенденція до зміни). При руйнуванні чи перекручуванні цих якостей особистість перестає існувати як соціальний суб'єкт. Це означає, що будь-який ІІсВ на особу має оцінюватися з позиції збереження чи руйнування її цілісності.

Для ефективного ІІсЗ необхідно знати ознаки, які дозволяють виявити маніпулятивність інформаційного впливу через ЗМІ (за В.І.Полєвим). Ці ознаки можна поділити на *організаційні* (притаманна системність та організованість) і *змістові*.

До організаційних належать:

1. Масове залучення фахівців із знанням мови держави – суб'єкта впливу (журналістів, письменників, редакторів, теле-, радіоведучих тощо) іноземними суб'єктами в короткий проміжок часу (особливо перед виборами).

2. Зосередженість компанії (організації, держави, інших суб'єктів) на інформаційному забезпеченні власної діяльності, а не на вирішенні проблем: знімають сюжет про безпечність виробництва та чудові умови праці замість того, щоб виділити кошти на утилізацію нечистот й очисні споруди.

3. Наявність у структурі організації інформаційно-аналітичних служб (прес-центр, інформаційна служба, власні видання, інтернетна сторінка) можливості яких значно перевищують статутні завдання.

4. Наймання фахівців із сфери піару, редакторів інформаційних служб, відомих телеведучих (*talking heads*) тощо в короткий проміжок часу.

5. Трансляція та ретрансляція теле- і радіопрограм (передусім інформаційних) іноземного виробництва.

6. Залучення журналістів видання, каналу до участі в тренінгах, що проводять іноземні громадські організації (у процесі підготовки до виборів популярними є тренінги щодо аналізу джерел інформації; оброблення результатів соціологічних досліджень; збирання інформації про конкретних політиків; психологічних аспектів формування громадської думки; специфіки висвітлення економічної, соціальної та політичної тематики; технологій журналістських розслідувань і т. ін.).

7. Отримання фінансової допомоги (в обмін на замовну спрямованість матеріалів).

8. Формування власного “agenda” – переліку інформаційних повідомлень, які будуть висвітлені у ЗМІ, основних новин, порядку їх подання. Наочною формою реалізації цього організаційного заходу є підготовка та поширення так званих “темників”.

9. Інформаційна ізоляція або запровадження цензури на інформацію, яка потрапляє до суб’єкта.

10. Притримування до певного часу (міждержавні офіційні переговори, закордонні візити, вибори), непоширення компрометуючої інформації, яка стала відомою ЗМІ.

11. Час виходу матеріалів – за відсутності можливості для відповіді або коли ця відповідь не буде почута (наприклад, 14 вересня 2005 р. о 19:30 в ефірі телеканалу “1+1” було оприлюднено інформацію про фінансування виборчої кампанії Ющенка Б.Березовським. У цей час президент Ющенко перебував за кордоном до 18 вересня 2005 р. на засіданні Генеральної Асамблеї ООН).

12. Інформація з маніпулятивними ознаками синхронно з’являється відразу в кількох джерелах (організувати це може лише єдиний координаційний центр). Відомі випадки, коли матеріал із покликанням на першоджерело виходив раніше, ніж його оприлюднювало першоджерело.

13. Акцентування уваги джерела на подіях, які є заздалегідь конфліктними в Україні. Ця ознака фіксується шляхом порівняння кількості повторів конфліктних тем у різних джерелах інформації (здійснюється за наперед визначеним переліком конфліктних тем). Організація прес-конференцій із метою формування власного переліку інформаційних повідомлень, що варті висвітлення у ЗМІ.

14. Інформація з’являється в заздалегідь визначених рубриках із негативним контекстом: “невдаха року”, “розчарування року”, “сварка року”... (див. випуски новин телеканалу “Інтер” 26.12.2005 р., 27.12.2005 р.).

15. Оприлюднення інформації через інтернет, який містить “спеціалізовані” загальнодоступні сайти для “зливу” компромату (наприклад, reporter.com.ua, compromat.ru, informacia.ru, Regnum.ru, vlasti.net тощо).

16. Джерелом інформації виступає особа (організація), діяльність якої пов’язана з іноземними спецслужбами (М. Мельниченко, Б. Березовський – о 19:30 14 вересня 2005 р. на “1+1” підтверджується інформація про фінансові зв’язки з Ющенком на тлі скандалу про фінансування виборчої кампанії).

17. Озвучувачем інформації є так звані “шоумени від політики”: скандально відомі особистості (В. Рабинович, О. Ляшко, Б. Береза, С. Каплін, Д. Корчинський, Н. Вітренко, Е. Мураєв, Е. Червоненко, В. Жириновський та ін.).

До змістових ознак здійснення маніпулятивного інформаційного впливу належить:

18. Розгубленість, невизначеність, багатоваріантність та страх як загальний контекст інформації. Будь-яка особа психологічно прагне стабільності, визначеності, конкретних цілей і безпеки. Подорожній камінь із трьома варіантами вибору дороги ставив у безвихідь навіть епічних богатирів.

19. Кількість повторів ключових слів, які визначають суть повідомлення й можуть прив’язувати текст до негативних штампів: фашизм, нацизм, корупція, зрада, біль, терор і т. ін.

20. Присутність сенсації штучного походження (вибухи, катастрофи, злочини тощо, а не стихійні лиха чи явища природи). У хрестоматійному голлівудському фільмі про політичний піар “Хвіст крутить собакою” для відвернення уваги від неетичної поведінки президента США в мас-медіа був запущений міф про початок бойових дій в Албанії, який успішно протримався в ефірі до моменту згасання уваги до проступків президента.

21. Анонімність, використання псевдонімів авторами інформації: “за повідомленням нашого поінформованого джерела”; “в кулуарах влади ходять чутки”, “джерело, яке побажало залишитись невідомим”...

22. Посилання на інший ЗМІ, а не на першоджерело інформації: Як повідомляє “Українська правда”, “зараз все те саме, тільки беруть більше. Лише ставка за ризик збільшилась”, – сказав Президент про корупцію.

23. Використання покликань на думку авторитетів: “як доведено науковцями”, “не відповідає світовим стандартам”, “експерти ФБР”, “у той час як ще Аристотель (Маркс, Пушкін) зазначав” тощо. Посилання на авторитети використовується, коли треба без раціонального доведення підтвердити власну позицію.

24. Використання готових тверджень без аргументації (доведення): “Україна позбавлена виходів у світовий інформаційний простір”, “у нас завжди так...”, “Україна відстає від розвинутих країн у розвитку інформаційних технологій на кілька десятиріч”, “Ющенко – американський шпигун”.

25. Використання загальноживаних штампів: “демократичні країни”, “світовий тероризм”, “права людини”, “кланово-олігархічна система”, “антисеміт”, “бюрократ” тощо.

26. Оперування так званими “ідеальними поняттями”: свобода, демократія, справедливість, порядність, чесність, істина, правда, любов, Батьківщина, Бог, віра, святість, щастя. Джордж Буш у своїй щорічній промові в Конгресі у 2004 році 52 рази вжив слово “свобода” в різних поєднаннях, демаскуючи справжній зміст послання, авторське прочитання якого асоціюється з поняттями “перевага” (*primacy*), “війна”, “агресія”, “новий світовий порядок”.

27. Невідповідність загального контексту інформаційного повідомлення задекларованій назві. Контекст визначається за сукупністю *collocation* – “слів-супутників”, індикаторів певної категорії. Залежно від специфіки дослідження індикаторами можуть виступати окремі слова, словосполучення, речення, висловлювання тощо. При цьому індикатори не завжди обов’язково присутні в тексті в явному вигляді (експліцитно). Тобто індикатор може міститись у документі імпліцитно (приховано).

28. Уміщення неоднозначного факту, ефект якого намагаються пом’якшити, на загальному позитивному фоні (побожний, розсудливий, мудрий священик, який має повагу прихожан, допомагає їм, відроджує та оберігає приміщення церкви від користолюбних олігархів і... благословляє одностатеві шлюби). Або ж навпаки: подання позитивного факту, особи на загальному негативному тлі. Яскравий приклад: формування у вересні 2005 року негативного штампів оточення Президента – “любі друзі”.

29. Викладення матеріалу у вигляді діалогу. Читач (глядач, слухач) виступає пасивним споживачем готових ідей, у той час як у процесі обговорення споживач інформації підводиться до потрібного висновку.

30. Кількість прикметників стосовно обсягу тексту. Прикметники надають тексту емоційної забарвленості, тоді як новини повинні найточніше відображати факти, а не давати їм емоційну оцінку. Будь-який виступ, документ, рішення можна охарактеризувати таким чином, що їх текст буде мати характер темного, страшного, агресивного, а ці характеристики викликають негативні емоції. Вам потрібне негативне ставлення до нововведень? – Надрукуйте їх чорними літерами на червоному тлі.

31. Використання метафор (поетично, образно висловлена думка), гіпербол (перебільшень), порівнянь. Це, знову ж таки, свідчить про суб’єктивізм, емоційність (а не об’єктивність) оцінок.

32. Уживання дієслів на позначення розумової дії та її часових меж (“зосередитися”, “уявляти”, “починати”, “закінчувати”, “продовжувати”, “здається” тощо).

33. Постановка запитань, які поступово підводять читача (глядача, слухача) до необхідної думки: “Скільки коштів бюджету США необхідно виділити на іракську кампанію?” замість “Чи є іракська кампанія легітимною? Чи підтримують громадяни цю кампанію?” Або “Які об’єкти газотранспортної системи України будуть передані в спільний російсько-український консорціум?” замість “Чи є допустимою зміна державної власності на об’єкти газотранспортної системи України?”.

34. Використання псевдонаукових термінів (на кшталт “кореляція детермінованих дефініцій”) призводить до втрати уваги чи навіть відлякування лівової частки аудиторії.

35. Використання неологізмів (новостворених слів): цінності Майдану, кучмократія, нацизм, мегатерорист.

36. Використання синонімів із потрібним контекстом. Замість “війна” – “примус до миру”, “миротворча операція”, “умиротворення”; замість “блокада” – “ембарго”; замість “акції непокори”, “бунт” – “прояви протестів” тощо. І навпаки.

37. Невідповідність змістового (текст, звук) та відеоряду: повідомлення про діяльність радикального політичного угруповання показують на фоні картинки про зіткнення в Північній Ірландії або терористичної атаки 11 вересня 2001 р. Тероризм – це завжди погано, отже, подія, про яку йдеться, – негативна.

38. Використання технічного прийому зйомки знизу, відомого як перспектива “жаби”, або показ об’єкта згори (перспектива “пташиного польоту”). Цей ракурс викликає антипатію до об’єкта, створює враження слабкості, порожності. Позитивна установка створюється за допомогою фронтальної зйомки на рівні очей, оскільки психологами доведено, що це викликає симпатію до об’єкта, враження спокою, невимушеності.

39. Прямі вказівки у ЗМІ на бажану для зовнішнього суб’єкта поведінку.

Зазначений перелік не є вичерпним і повинен доповнюватись у процесі подальших досліджень у сфері інформаційної безпеки. Підкреслимо, наявність лише однієї з ознак ще не становить високу ймовірність того, що ми маємо справу з маніпулятивним інформаційним впливом як складовою спецоперації. Оцінюванню підлягає відповідність інформації відразу низці ознак. Об’єктивність та неупередженість оцінок на основі перелічених критеріїв може забезпечити або колектив фахівців-аналітиків, або застосування математичної теорії ймовірності.

Для оцінки змісту текстових повідомлень широко використовується контент-аналіз (від англ. *content* – зміст) – формалізований метод вивчення текстової й графічної інформації, який полягає в переведенні інформації, що вивчається, в кількісні показники та її статистичному обробленні.

1.4. Основні реальні та потенційні загрози інформаційній безпеці України

До головних *чинників*, що впливають на стан морально-ідеологічної стабільності та безпеки в Україні, належать:

- відсутність цілісної системи інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади й управління;
- руйнування інтелектуального потенціалу, неготовність системи освіти до підтримання процесів випереджувального розвитку держави;
- повільність процесів усвідомлення прошарком колишньої радянської партійно-господарчої номенклатури, наукової й творчої інтелігенції, паростками нової буржуазії свого місця в суспільстві та формування власне української еліти, що призводить до неможливості сформувані керівними колами зрозумілої й привабливої для суспільства національної ідеї;

- низький загальний рівень розвитку інформаційної інфраструктури, що не виключає ймовірність експансії іноземних компаній на ринку інформаційних послуг; руйнування національного інформаційного простору та виникнення можливості його використання в антидержавних інтересах;

- недостатній професійний, інтелектуальний і творчий рівень вітчизняних виробників інформаційного продукту та послуг, їхня неконкурентоспроможність на світовому інформаційному ринку;

- інформаційна експансія провідних іноземних держав, розроблення й використання ними, міжнародними чи вітчизняними злочинними організаціями різних сучасних способів безпосереднього підриву;

- малоконтрольована діяльність окремих політичних сил, ЗМІ та осіб, спрямована на руйнування моральних цінностей, підрив морального й фізичного здоров'я нації; використання ЗМІ з позицій, протилежних інтересам громадян, політичних і громадських організацій, держави;

- втрата довіри до влади з боку значної частини населення внаслідок поширення компромату, застосування «брудних» політичних технологій, особливо під час виборчих кампаній;

- конкурентна боротьба за володіння ЗМІ, процес їхньої монополізації й концентрації інформаційної та політичної влади;

- маніпулювання громадською думкою (шляхом дезінформації, перекручування даних, замовчування правдивих відомостей тощо).

Відсутність цілісної системи інформаційно-аналітичного забезпечення органів влади та управління значно ускладнює прийняття ними зважених, науково обґрунтованих рішень, що породжує конфліктні ситуації у владних структурах і суспільстві.

Недостатнє інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності характерне для всіх державних органів – як на центральному, так і на регіональному рівнях. Владні структури не мають достатніх можливостей завчасно прогнозувати розвиток подій у державі та навколо неї, належним чином урахувувати сприятливі й обмежувати несприятливі фактори, що визначають результативність прийнятих політичних рішень, здійснювати планування навіть на середньострокову перспективу.

Організація роботи інформаційно-аналітичних підрозділів дотепер не має системного характеру, а в періоди чергових скорочень чисельності державних органів діяльність деяких таких підрозділів узагалі припиняється.

Руйнування інтелектуального потенціалу, неготовність системи освіти до підтримання процесів випереджувального розвитку країни призводить до того, що з огляду на рівень розвитку цієї галузі за кордоном і той факт, що багато держав світу приділяють особливу увагу інформаційній безпеці (створенню спеціальних органів і підрозділів для ведення інформаційних війн тощо), Україна й досі не має достатньої кількості кваліфікованих фахівців, які б змогли на належному рівні ефективно протидіяти інформаційній активності іноземних партнерів щодо її інформаційного простору.

Сучасне українське суспільство, зокрема соціальний прошарок, який має

репрезентувати так звану національну українську еліту, поки що перебуває в стані морально-психологічного скініння (відчуваються наслідки ідеологічних диверсій часів холодної війни), ідеологічного й політичного розколу. При цьому процес пошуку загальнонаціональних єднальних моральних та ідеологічних основ стратегії розвитку суспільства відбувається в умовах постійної жорсткої ідеологічної боротьби між іноземними конкурентами за геостратегічні позиції та вплив на правлячі кола України.

Низький загальний рівень інформаційної інфраструктури сприяє експансії іноземними компаніями ринку інформаційних послуг, що створює сприятливі умови для перерозподілу ефірного часу на користь іноземних програм, окремі з яких «засмічують» український інформаційний простір своїм баченням подій, пропагують власний спосіб життя та традиції, тим самим деструктивно впливаючи на суспільство й державу, руйнуючи морально-етичні основи генофонду української нації.

Недостатній професійний, інтелектуальний і творчий рівень вітчизняного виробника інформаційного продукту та послуг, його неконкурентоспроможність не лише на світовому ринку, а й в Україні, призводить до того, що українська аудиторія надає перевагу російським, американським, ізраїльським, польським, німецьким та іншим іноземним телесеріалам, розважальним й інформаційно-аналітичним програмам.

Недостатній контроль держави за дотриманням законів України політичними силами, ЗМІ й окремими особами, які займаються підприємницькою діяльністю в інформаційній сфері, спричиняє непоодинокі випадки надання ефірного часу теле- та радіопрограмам, спрямованим на руйнування моральних цінностей, свідомості української нації, підривання морального й фізичного здоров'я громадян.

У цьому випадку свідомо чи несвідомо ЗМІ створюють додатковий негативний вплив на психіку населення, «готуючи» її до проведення інших заходів прихованого вигідного іноземного впливу.

Утрата довіри до влади з боку значної частини населення відбувається, як уже зазначалося, внаслідок застосування «брудних» політичних технологій. Нині в Україні досить поширена практика оприлюднення «замовних» статей із метою дискредитації окремих громадян і посадових осіб, про яких свідомо розголошуються неправдиві чи конфіденційні відомості. Неправдива інформація і так званий компромат активно поширюються через інтернет. Для цього навіть створюються спеціалізовані вебсайти. Розміщена на них інформація поширюється дуже швидко і може завдати моральної чи політичної шкоди громадянам України.

Потенційні можливості для поширення конфіденційної інформації про особу (без її згоди) мають відповідні банки даних, сформовані в довідкових службах, житлово-експлуатаційних конторах, бібліотеках, різних державних органах, лікарнях та інших установах. Наявність таких відомостей створює передумови для протиправних дій, зокрема шантажу громадян.

Отже, свідоме поширення неправдивої чи конфіденційної інформації стає

важливим чинником інформаційно-ідеологічної безпеки, який завдає безпосередньої шкоди фізичним та юридичним особам у сфері забезпечення їхніх конституційних прав.

Нав'язування особі, суспільству бажаних іноземній стороні рішень у життєво важливих сферах суспільної та державної діяльності відбувається шляхом застосування великого арсеналу сил і засобів від ЗМІ до звичайних благодійних організацій, культурних обмінів між державами, а також різних місіонерських структур, що поширюють нетрадиційні релігійні вірування чи окультно-містичні традиції.

Ще одним чинником, який впливає на стан забезпечення інформаційної безпеки, є конкурентна боротьба за володіння ЗМІ та процеси їх монополізації й концентрації інформаційної та політичної влади. В нинішніх умовах боротьба за вплив в електронних і друкованих мас-медіа, за контроль над кінокомпаніями, видавництвами та інформаційними агентствами спричиняє їх зосередження у руках однієї особи чи обмеженого кола людей. Саме це призводить до концентрації влади над споживачами, які одночасно є й виборцями, над політичними партіями та громадськими організаціями, профспілковими об'єднаннями (їм може бути надана підтримка, або з ними боротимуться, або зовсім обійдуть увагою), над іншими видавцями, котрих можна загнати в глухий кут та журналістами, на яких можна «натиснути».

Злиття ЗМІ та виникнення монополістичних об'єднань призводить до:

- обмеження можливостей отримання інформації;
- здійснення впливу на свободу дій політичних партій;
- вигідного впливу на діяльність великих і малих видавництв.

Загрози національній безпеці України в інформаційній сфері – сукупність умов та факторів, які становлять небезпеку життєво важливим інтересам держави, суспільства й особи у зв'язку з можливістю негативного інформаційного впливу на свідомість і поведінку громадян, а також інформаційні ресурси й інформаційно-технічну інфраструктуру.

Основними реальними та потенційними **загрозами інформаційній безпеці України** є:

1) у зовнішньополітичній сфері:

- поширення у світовому інформаційному просторі викривленої, недостовірної та упередженої інформації, що завдає шкоди національним інтересам України;

- прояви комп'ютерної злочинності, комп'ютерного тероризму, що загрожують стабільному та безпечному функціонуванню національних інформаційно-телекомунікаційних систем;

- зовнішні негативні інформаційні впливи на суспільну свідомість через засоби масової інформації, а також інтернет;

2) у сфері державної безпеки:

- негативні інформаційні впливи, спрямовані на підрив конституційного ладу, суверенітету, територіальної цілісності й недоторканності кордонів України;

- використання засобів масової інформації, інтернету для пропаганди

сепаратизму за етнічною, мовною, релігійною й іншими ознаками;

- несанкціонований доступ до інформаційних ресурсів органів державної влади;

- розголошення інформації, яка становить державну та іншу передбачену законодавством таємницю, а також конфіденційної інформації, що є власністю держави;

3) у воєнній сфері:

- порушення встановленого регламенту збирання, оброблення, зберігання й передання інформації з обмеженим доступом в органах військового управління та на підприємствах оборонно-промислового комплексу України;

- несанкціонований доступ до інформаційних ресурсів, незаконне збирання та використання інформації з питань оборони;

- реалізація програмно-математичних заходів із метою порушення функціонування інформаційних систем у сфері оборони України;

- перехоплення інформації в телекомунікаційних мережах, радіоелектронне глушіння засобів зв'язку та управління;

- інформаційно-психологічний вплив

- на населення України, у тому числі особовий склад військових формувань, із метою послаблення їх готовності до оборони держави та погіршення іміджу військової служби;

4) у внутрішньополітичній сфері:

- недостатня розвиненість інститутів громадянського суспільства, недосконалість партійно-політичної системи, непрозорість політичної та громадської діяльності, що створює передумови для обмеження свободи слова, маніпулювання суспільною свідомістю;

- негативні інформаційні впливи, в тому числі із застосуванням спеціальних засобів, на індивідуальну та суспільну свідомість;

- поширення суб'єктами інформаційної діяльності викривленої, недостовірної та упередженої інформації;

5) в економічній сфері:

- відставання вітчизняних наукоємних і високотехнологічних виробництв, особливо у сфері телекомунікаційних засобів і технологій;

- недостатній рівень інформатизації економічної сфери, зокрема кредитно-фінансової системи, промисловості, сільського господарства, сфери державних закупівель;

- несанкціонований доступ, порушення встановленого порядку роботи з інформаційними ресурсами в галузях національної економіки, викривлення інформації в таких ресурсах;

- використання неліцензованого й несертифікованого програмного забезпечення, засобів і комплексів оброблення інформації;

- недостатній рівень розвитку національної інформаційної інфраструктури;

б) у соціальній та гуманітарній сферах:

- відставання України від розвинутих держав за рівнем інформатизації

соціальної та гуманітарної сфер, насамперед освіти, охорони здоров'я, соціального забезпечення, культури;

- недодержання прав людини і громадянина на отримання інформації, необхідної для захисту їх соціально-економічних прав;

- поширення в ЗМІ не властивих українській культурній традиції цінностей і способу життя, культу насильства, жорстокості, порнографії, зневажливого ставлення до людської й національної гідності;

- тенденція до витіснення з інформаційного простору та молодіжної культури українських мистецьких творів, народних традицій і форм дозвілля;

- послаблення суспільно-політичної, міжетнічної та міжконфесійної єдності суспільства;

- відставання розвитку українського кінематографу, книговидання, книгорозповсюдження й бібліотечної справи від рівня розвинутих держав;

7) у науково-технологічній сфері:

- зниження наукового потенціалу в галузі інформатизації та зв'язку;

- низька конкурентоспроможність вітчизняної інформаційної продукції на світовому ринку;

- відтік за кордон наукових кадрів та суб'єктів права інтелектуальної власності;

- недостатній захист від несанкціонованого доступу до інформації внаслідок використання іноземних інформаційних технологій і техніки;

- неконтрольована експансія сучасних інформаційних технологій, що створює передумови технологічної залежності України;

8) в екологічній сфері:

- приховування, несвоєчасне надання інформації або надання недостовірної інформації населенню про надзвичайні екологічні ситуації чи надзвичайні ситуації техногенного та природного характеру;

- недостатня надійність інформаційно-телекомунікаційних систем збору, обробки й передачі інформації в умовах надзвичайних ситуацій;

- низький рівень інформатизації органів державної влади, що унеможлиблює здійснення оперативного контролю та аналізу стану потенційно небезпечних об'єктів і територій, завчасного прогнозування й реагування на надзвичайні ситуації.

Діяльність органів виконавчої влади у сфері забезпечення інформаційної безпеки України має бути зосереджена на конструктивному поєднанні діяльності держави, громадянського суспільства та людини *за трьома головними напрямками:*

- інформаційно-психологічному, зокрема щодо забезпечення конституційних прав і свобод людини й громадянина, створення сприятливого психологічного клімату в національному інформаційному просторі для утвердження загальнолюдських та національних моральних цінностей;

- технологічного розвитку, зокрема стосовно розбудови та інноваційного оновлення національних інформаційних ресурсів, упровадження новітніх технологій створення, оброблення та поширення інформації;

• захисту інформації, зокрема щодо забезпечення конфіденційності, цілісності й доступності інформації, в тому числі технічного захисту інформації в національних інформаційних ресурсах від кібернетичних атак.

ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Зробіть порівняльний аналіз визначень щодо інформації. Розкрийте принципи, суб'єкти та об'єкти інформаційних відносин.
2. Дайте визначення понять «інформаційна сфера», «безпека інформаційної сфери», «інформаційна діяльність», «інформаційні ресурси», «інформаційна структура», «інформаційний суверенітет».
3. Розкрийте співвідношення понять «безпека інформації», «безпека інформаційної сфери» та «інформаційна безпека».
4. Визначіть поняття «інформаційна безпека», «інформаційна безпека особи, суспільства, держави».
5. Дайте визначення понять «інформаційний вплив», «інформаційно-психологічний вплив», «безпека інформаційно-технічної інфраструктури», «інформаційно-технічний вплив».
6. Розкрийте алгоритми здійснення переконання та навіювання.
7. Від яких умов залежить рівень ефективності проведення ІІСВ? Назвіть джерела загроз інформаційно-психологічній безпеці людини в міжособистісній комунікації.
8. Проаналізуйте такі методи маніпулювання, як перекручування, приховування та спосіб подання інформації.
9. Які засоби примушення використовуються в маніпулятивному впливі? Що таке роботизація? Які зміни в індивідуальній свідомості може спричинити ІІСВ?
10. Розкрийте чинники ескалації загроз і небезпек в інформаційно-ідеологічній сфері та їхні джерела й сутність.
11. Охарактеризуйте основні реальні та потенційні загрози інформаційній безпеці України.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДІЛУ 1

1. Інформаційна безпека держави: підручник / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Д.С. Мельник та ін.]; в 2 т. – Т. 1. / за заг. ред. В.М. Петрика. – К.: Вид-во ІСЗЗІ НТУУ, 2016. – 264 с.
2. Информационно-психологическое противоборство: учебник / [Петрик В. М., Присяжнюк Н. Н., Жарков Я. Н. и др.]; под ред. В. М. Петрика. — К.: Изд-во ИССЗИ КПИ им. Игоря Сикорского, 2018. – 374 с.
3. Інформаційно-психологічне протиборство (еволюція та сучасність) : навч. посіб. / [Петрик В.М., Бакалинський О.О., Жарков Я.М. та ін.]. – К. Вид-во ІСЗЗІ НТУУ «КПІ», 2012. – 248 с.
4. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / [В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк, Л.Ф.Компанцева та ін.] ; за заг. ред. Є.Д.Скулиша. – К. : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2010. – 248 с.
5. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти) : підруч. / [В.В.Остроухов, В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк та ін.] ; за ред. Є.Д.Скулиша. – К. : КНТ, 2010. – 776 с.
6. Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации : учеб. пособ. / [В.М.Петрик, В.В.Остроухов, А.А.Штоквиш и др.] ; под. ред. В.В.Остроухова. – К., 2008. – 544 с.
7. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій : навч. посіб. / [В.М.Петрик, В.В.Остроухов, О.А.Штоквиш та ін.]. – К. : Росава, 2006. – 208 с.
8. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е.Л.Доценко. – СПб. : Речь, 2003. – 304 с.
9. Цуладзе А.М. Политические манипуляции, или Покорение толпы / А.М.Цуладзе. – М. : Книжный дом «Университет», 1999. – 144 с.
10. Закон України «Про інформацію», прийнятий Верховною Радою України 2 жовтня 1992 року // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1992. – № 48. – Ст. 651; із змінами від 06.04.2000 // ВВР. – 2000. – № 27. – Ст. 213; від 07.02.2002 // ВВР. – 2002. – № 29. – Ст. 194; від 03.04.2003 // ВВР. – 2003. – № 28. – Ст. 214.
11. Закон України «Про основи національної безпеки України» // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 39. – Ст. 351. Із змінами, внесеними згідно із Законом № 3200-IV (3200-15) від 15.12.2005 // ВВР. – 2006. – № 14. – Ст. 116.

РОЗДІЛ 2. ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА ЯК ФОРМА ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОТИБОРСТВА

2.1. **Форми і види інформаційного протиборства. Завдання інформаційних війн**

Акції інформаційного впливу (АІВ), спеціальні інформаційні операції (СІО) та інформаційні війни є формами ведення інформаційного протиборства (ІП). Слід відмітити, що інформаційні війни складаються з певної кількості СІО й АІВ, узгоджених між собою метою й упорядкованих у часі, але СІО та АІВ можуть і не бути складовими інформаційної війни.

ІП у наукових колах розрізняють у широкому й вузькому розумінні.

Інформаційне протиборство (у широкому розумінні) – це форма боротьби, що становить сукупність спеціальних (політичних, економічних, дипломатичних, технологічних, військових та інших) методів, способів і засобів вигідного впливу на інформаційну сферу об'єкта зацікавленості та захисту власної інформаційної сфери в інтересах досягнення поставлених цілей.

Інформаційне протиборство (у вузькому розумінні – у військовій, оборонній сферах) – це комплекс заходів інформаційного характеру, здійснюваних з метою захоплення й утримання стратегічної ініціативи, досягнення інформаційної переваги над противником і створення сприятливого пропагандистського підґрунтя при підготовці й веденні бойової й іншої діяльності збройних сил.

Види ІП: інформаційно-технічне й інформаційно-психологічне (ІПсП). Головними об'єктами впливу інформаційно-технічного протиборства є системи телекомунікацій і зв'язку, радіоелектронні засоби тощо. Об'єктом ІПсВ залишаються свідомість і психіка населення й особового складу збройних сил, спецслужб противника та системи формування суспільної думки і прийняття стратегічних рішень.

Інформаційна війна (ІВ) – форма ведення ІП між різними суб'єктами (державами, неурядовими, економічними або іншими структурами), що передбачає здійснення комплексу заходів із завдання шкоди інформаційній сфері конфронтуючої сторони й захисту власної інформаційної безпеки.

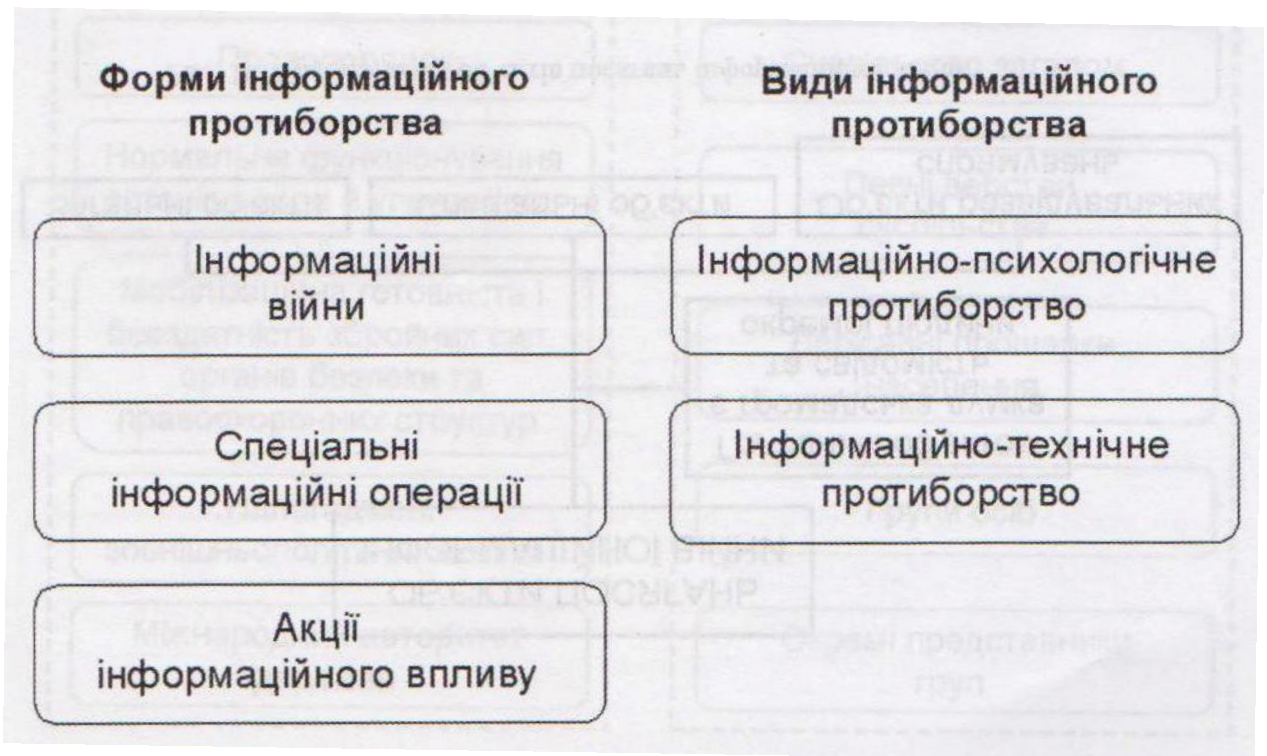


Рис. 1. Форми та види інформаційного протиборства

Завданнями ІВ є:

- створення атмосфери бездуховності, негативного ставлення до культури та історичної спадщини в суспільстві конкурента чи ворога;
- маніпулювання громадською думкою й політичною орієнтацією населення держави з метою створення політичного напруження та стану, близького до хаосу;
- дестабілізація політичних відносин між партіями, об'єднаннями й рухами для розпалення конфліктів, стимулювання недовіри, підозри, загострення ворожнечі, боротьби за владу;
- провокування та застосування репресій із боку влади щодо опозиції;
- зниження рівня інформаційного забезпечення органів влади й управління, інспірація помилкових управлінських рішень;
- уведення населення в оману щодо роботи державних органів влади, підрив їхнього авторитету, дискредитація їхніх дій;
- провокування соціальних, політичних, національно-етнічних і релігійно-конфесійних зіткнень;
- ініціювання страйків, масових заворушень, інших акцій протесту та непокори;
- підрив міжнародного авторитету держави, її співпраці з іншими країнами;
- створення чи посилення опозиційних угруповань або рухів;
- дискредитація фактів історичної, національної самобутності народу; зміна системи цінностей, які визначають спосіб життя і світогляд людей;
- применшення та нівелювання визнаних світових досягнень у науці,

техніці й інших галузях, перебільшення значення помилок, недоліків, наслідків хибних дій та некваліфікованих урядових рішень;

- формування передумов до економічної, духовної чи військової поразки, втрати волі до боротьби та перемоги;

- подання свого способу життя як поведінки та світогляду майбутнього, які мають наслідувати інші народи;

- підрив морального духу населення і, як наслідок, зниження обороноздатності та бойового потенціалу;

- здійснення іншого деструктивного ідеологічного впливу;

- завдання шкоди безпеці інформаційно-технічної інфраструктури (машинно-технічним засобам, програмному забезпеченню, мережам передання даних, засобам та режиму захисту від несанкціонованого витоку інформації);

- захист від іншого деструктивного ІПсВ й ІТВ.

Сили та засоби проведення ІВ. Аналіз історичного досвіду ІВ показує, що в різні часи до її ведення залучалися сили, різні за ступенем організації, відношенням до державно-урядових структур. Слід зазначити, що спеціальні підрозділи для проведення ІВ у складі військ з'явилися в кінці XVIII ст., а в державних органах сторін протистояння – лише під час Першої світової війни. Подальший досвід організації ІП показав, що сили, які залучаються до створення сприятливих умов для реалізації політичних і військових заходів у межах державної зовнішньої політики, можуть належати як до окремих підрозділів спеціальних установ та організацій, так і до таких, що не мають серед своїх основних функціональних обов'язків виконання завдань підривного характеру.

Основне завдання ІВ (між державами) – здійснення безпосереднього негативного руйнівного впливу на сукупну політичну могутність держави шляхом послаблення її реальних і потенційних можливостей щодо забезпечення власної безпеки, створення труднощів у внутрішньому розвитку й проведенні активної зовнішньої діяльності, а також у підтриманні міжнародних зв'язків; завдання шкоди політичному іміджу, тобто послаблення панівної еліти, установленого нею соціально-політичного режиму чи навіть сприяння усуненню останньої від влади.

2.2. Об'єкти посягань, об'єкти деструктивного інформаційного впливу та форми інформаційних війн

Загалом об'єкт – це те, на що спрямовані певні дії, на що суб'єкт ІВ намагається вплинути з метою досягнення позитивного для себе результату.

Головним об'єктом, на якому концентрується безпосередній інформаційний деструктивний вплив у межах заходів ІВ, є громадська думка та свідомість окремої людини.

Об'єкти посягань ІВ поділяються на загальні, спеціальні та об'єкти розвідувальних спрямувань (рис 2-4).

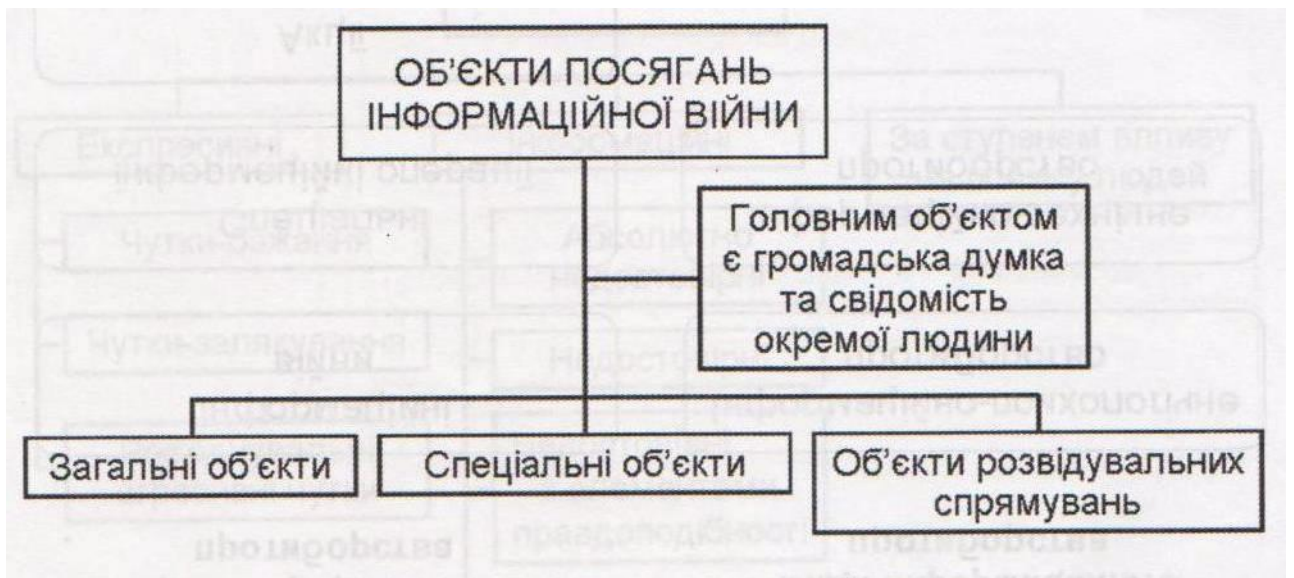


Рис. 2. Класифікація об'єктів посягань інформаційної війни

До *загальних об'єктів* належать: правопорядок, нормальне функціонування органів влади й управління, мобілізаційна готовність і боєздатність збройних сил, органів безпеки та правоохоронних структур, налагоджені зовнішньополітичні зв'язки, міжнародний авторитет держави.

До *спеціальних об'єктів* відносять: суспільство загалом та певні його верстви, прошарки, групи осіб, окремі їхні представники. Це може бути той чи інший етнічний або соціальний прошарок чи навіть специфічні групи осіб, приміром представники маргінальних елементів (засуджені, безхатченки, сектанти, політизовані радикали з націоналістів, анархістів тощо).

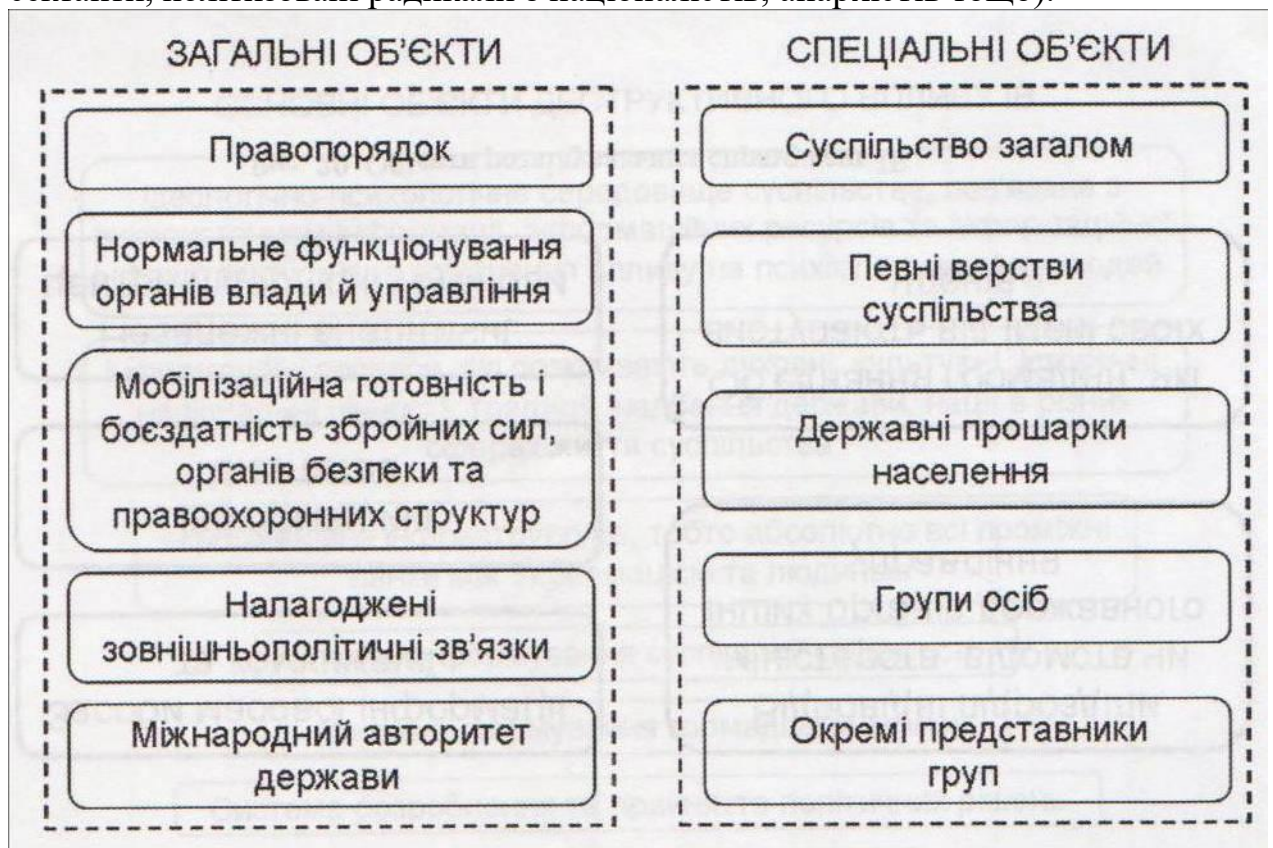


Рис. 3. Категорії загальних та спеціальних об'єктів посягань ІВ

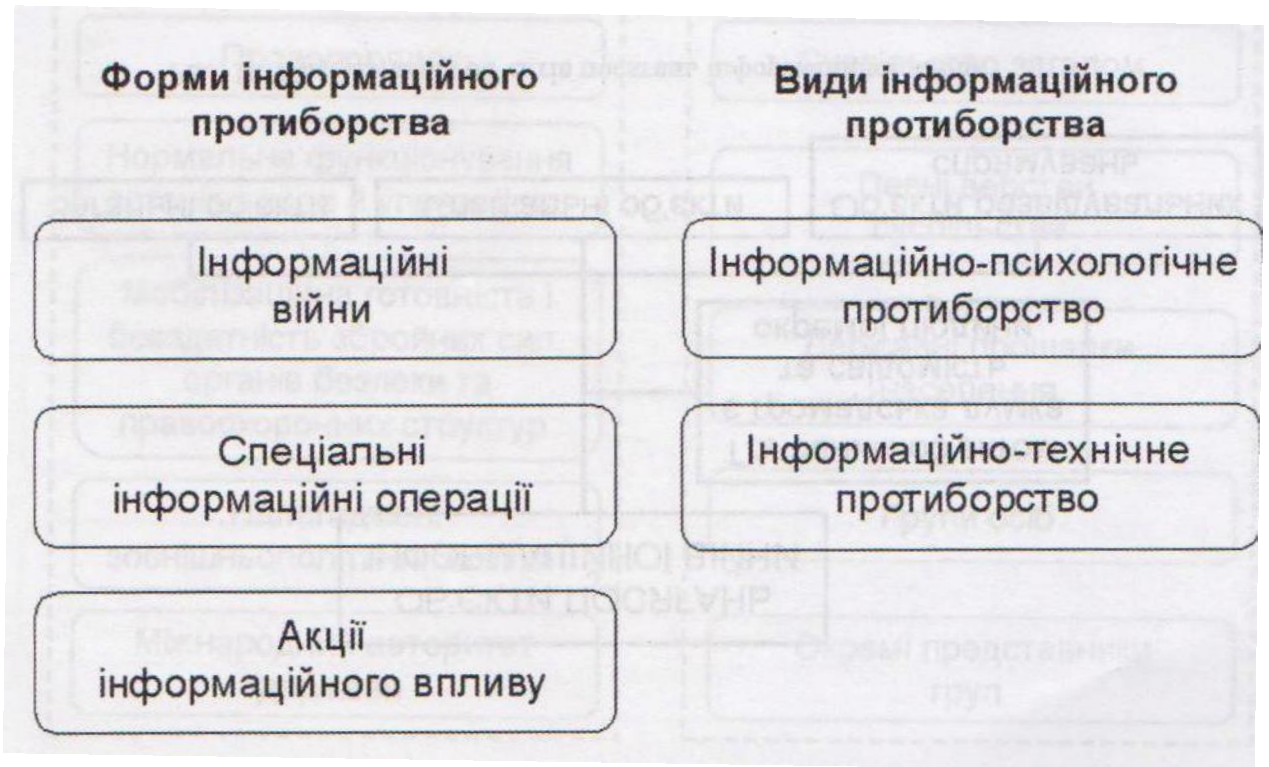


Рис. 4. Об'єкти розвідувальних спрямувань ІВ

До категорії *об'єктів розвідувальних спрямувань ІВ* належать:

- засоби масової інформації та комунікації, інформаційні агентства, незалежні аналітичні центри й дослідні установи, які постійно займаються висвітленням ситуацій, що виникають у державі, регіоні та світі, здійснюють аналіз і прогнозування можливого перебігу подій, тенденцій у суспільно-політичних, геополітичних, геоекономічних та геостратегічних процесах;

- відповідні підрозділи міністерств, відомств чи інших органів державного управління, на які покладається обов'язок налагодження й підтримання зв'язків із громадськістю та інформування останньої щодо діяльності зазначених установ; а також інші об'єднання громадян, які виступають від імені своїх членів. Такими структурами є політичні партії та блоки, громадські організації, профспілки й т. ін., які певним чином впливають на політичні процеси в державі.

Отже, основними *об'єктами деструктивного впливу ІВ* є:

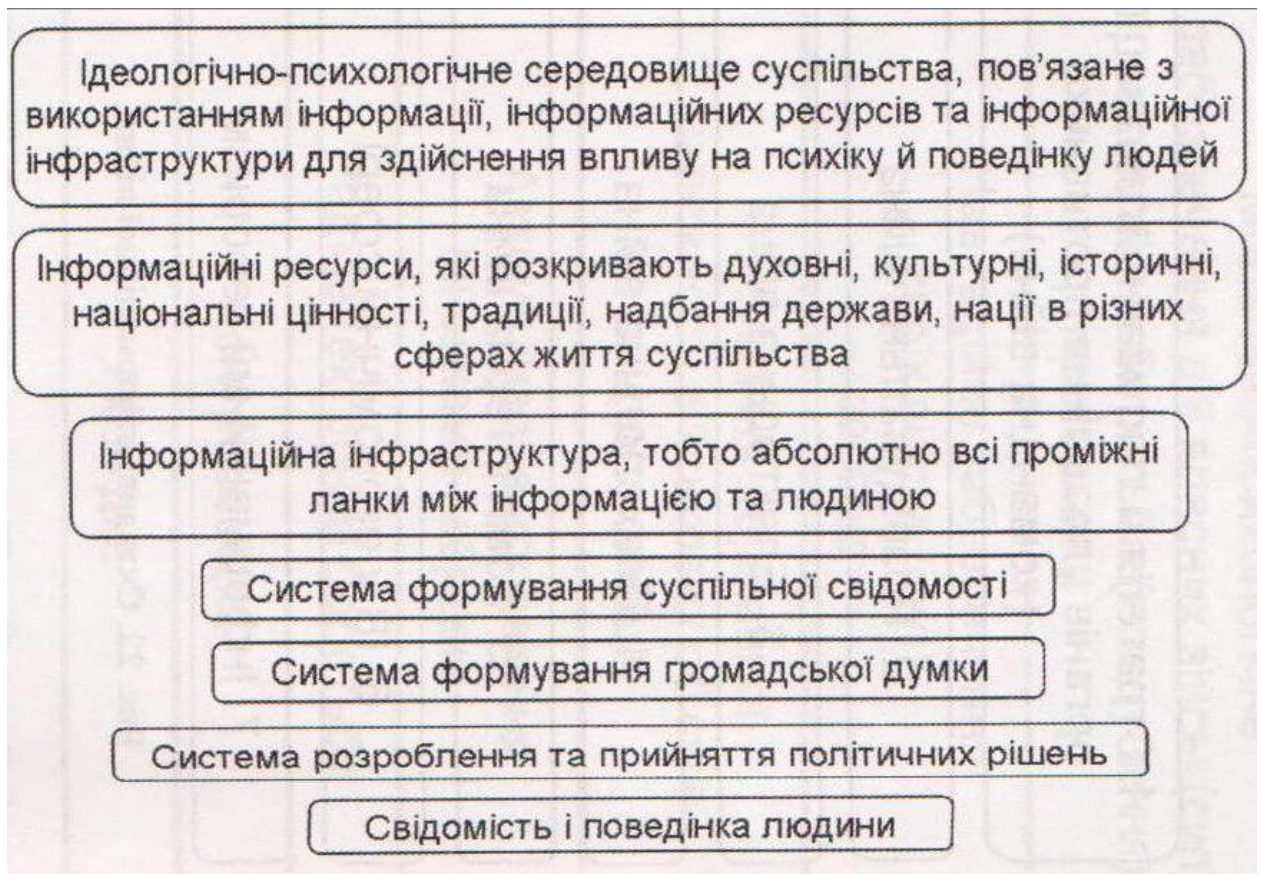


Рис.5. Класифікація об'єктів деструктивного впливу ІВ

- ідеологічно-психологічне середовище суспільства, пов'язане з використанням інформації, інформаційних ресурсів та інформаційної інфраструктури для здійснення впливу на психіку й поведінку людей;
- інформаційні ресурси, які розкривають духовні, культурні, історичні, національні цінності, традиції, надбаня держави, нації в різних сферах життя суспільства;
- інформаційна інфраструктура, тобто абсолютно всі проміжні ланки між інформацією та людиною;
- система формування суспільної свідомості (світогляд, політичні погляди, загальноприйняті правила поведінки тощо);
- система формування громадської думки;
- система розроблення та прийняття політичних рішень;
- свідомість і поведінка людини.

Попри все, головним об'єктом ураження залишається людина, прихований вплив на яку здійснюється через її нервову систему та психіку, здебільшого на підсвідомому рівні. При цьому використовується подвійна психобіологічна природа інформації. Так, «комфортна» на рівні психобіологічного сприйняття інформація може спричинити шкоду на психосоціальному рівні чи, навпаки, «цікава» – призвести до неусвідомлених психобіологічних негараздів, стимулюючи девіантну поведінку особи та руйнуючи позитивні соціальні тенденції в суспільстві.

Цілеспрямований інформаційний вплив на населення передбачає панівне становище суб'єкта ІВ у всіх сферах життєдіяльності іншої держави: економічній, політичній, психологічній, релігійній, науково-технічній, мистецькій, а також міжнаціональних і міжнародних зв'язків. Зростання ефективності заходів безпосереднього підриву, зокрема інформаційної війни, досягається за рахунок установлення контролю над інформаційним простором іноземної країни, точності та цілеспрямованості таких акцій з урахуванням необхідного обсягу й рівня достовірності інформації, що доводиться, ступеня диференціації населення за системами матеріальних і духовних цінностей, здатності адекватно сприймати відомості й реагувати на них, а також політичної, економічної, етнорелігійної та іншої ситуацій у державі й регіоні.

Нині наявна велика кількість різноманітних технологій здійснення негативного впливу на духовно-ідеологічну сферу життєдіяльності суспільства. Їх можуть застосовувати спецслужби іноземних держав, терористичні організації, політизовані радикальні угруповання, кримінальні структури, транснаціональні корпорації та інші формальні й неформальні учасники сучасних міжнародно-правових відносин.

Крім цього, характер деструктивних впливів на інформаційний простір, тобто на процеси отримання, оброблення, збереження й поширення інформації, визначає *три форми ІВ*:

- вплив на форму повідомлень, механізми їх передання, зберігання, оброблення даних тощо;
- блокування передавання повідомлень;
- вплив на зміст повідомлень шляхом проведення СІО та АІВ.

Інститут національно-стратегічних досліджень США та деякі західні експерти і вчені виокремлюють *сім складових ІВ*:

1. Стратегія й тактика нейтралізації органів управління противника (командна війна).
2. Розвідувальна війна.
3. Електронна війна.
4. Психологічна війна.
5. Комп'ютерна війна.
6. ІВ у економічній сфері.
7. Інформаційний тероризм.

Основними компонентами ІВ у військовій сфері прийнято вважати:

- розвідку;
- контррозвідку (насамперед протидію розвідці противника, включаючи маскування та дезінформацію);
- радіоелектронну боротьбу;
- автоматизоване управління військами і зброєю;
- з'ясування державної належності військових об'єктів, їх ідентифікація;
- навігаційне забезпечення своїх військ (сил) і засобів;
- морально-психологічне забезпечення дій власних військ (сил), психологічну боротьбу (придушення) противника.

ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Які форми та види інформаційного протиборства? Розкрийте співвідношення понять «інформаційне протиборство», «інформаційна війна», «спеціальна інформаційна операція», «акція інформаційного впливу».
2. Які завдання ІВ?
3. Назвіть об'єкти посягань, об'єкти деструктивного інформаційного впливу та форми ІВ.
4. Назвіть сім складових ІВ та основні компоненти ІВ у військовій сфері.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДІЛУ 2

1. Інформаційна безпека держави: підручник / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Д.С. Мельник та ін.]; в 2 т. – Т. 1. / за заг. ред. В.М. Петрика. – К.: Вид-во ІСЗЗІ НТУУ, 2016. – 264 с.
2. Информационно-психологическое противоборство: учебник / [Петрик В. М., Присяжнюк Н. Н., Жарков Я. Н. и др.]; под ред. В. М. Петрика. — К.: Изд-во ИССЗИ КПИ им. Игоря Сикорского, 2018. – 374 с.
3. Інформаційно-психологічне протиборство (еволюція та сучасність) : навч. посіб. / [Петрик В.М., Бакалинський О.О., Жарков Я.М. та ін]. – К. Вид-во ІСЗЗІ НТУУ «КПІ», 2012. – 248 с.
4. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / [В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк, Л.Ф.Компанцева та ін.] ; за заг. ред. Є.Д.Скулиша. – К. : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2010. – 248 с.
5. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти) : підруч. / [В.В.Остроухов, В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк та ін.] ; за ред. Є.Д.Скулиша. – К. : КНТ, 2010. – 776 с.
6. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій : навч. посіб. / [В.М.Петрик, В.В.Остроухов, О.А.Штоквиш та ін.]. – К. : Росава, 2006. – 208 с.

РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОВЕДЕННЯ СПЕЦІАЛЬНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ

3.1. Етапи, ознаки, суб'єкти спеціальних інформаційних операцій

Спеціальна інформаційна операція (СІО) – це сплановані дії, спрямовані на ворожу, дружню або нейтральну аудиторію з метою схилення до прийняття управлінських рішень або (та) вчинення дій, вигідних для суб'єкта інформаційного впливу. СІО можуть передбачати також вплив на інформаційно-технічну інфраструктуру, але для більш ефективного впливу на свідомість і поведінку людей.

СІО здійснюються в кілька етапів і можуть бути довгостроковими (більше місяця), середньостроковими (два-чотири тижні) й короткостроковими (один-два тижні). АІВ тривають один-три дні. Слід зауважити, що СІО складається з поєднаних між собою часом, метою, завданнями, силами й засобами проведення акцій інформаційного впливу.

Перед здійсненням СІО може відбутися низка АІВ для «розігріву» цільової аудиторії, крім випадків, коли потрібен фактор несподіваності. Як правило, СІО проводяться від двох тижнів до місяця, оскільки цього часу достатньо для ефективної обробки цільової аудиторії. Водночас тривале поширення негативної інформації притупляє сприйняття її людською психікою, що призводить до зниження ефективності СІО. До того ж значна тривалість СІО зумовлює її ґрунтовну підготовку, а також потребу в додаткових силах, засобах і фінансах.

Підготовка СІО передбачає планування операції, визначення форм та способів її здійснення, цілей, завдань, сил і засобів, прийомів та методів впливу, цільової аудиторії. У екстрених випадках підготовка до СІО може проходити в стислі терміни.

СІО здійснюються за приблизно однаковим алгоритмом:

1. *Інформаційний етап* передбачає створення інформаційного приводу – конкретної або вигаданої події, яка використовується в СІО.

2. *«Розкручування» інформаційного приводу* забезпечує поступове зростання напруження (кількості повідомлень і їх сенсаційності, тенденційності, емоційності та, як правило, недостовірності).

3. *Загострення напруження* є основною частиною СІО, що полягає у використанні інформаційного приводу для досягнення цілей операції.

4. *Вихід із операції або етап закріплення* – забезпечення плавного завершення СІО після досягнення поставленої мети. Якщо мету не досягнуто, як правило, готується нова СІО.

Слід виокремити основні *ознаки* проведення:

1. Збільшення кількості повідомлень негативного змісту з певної соціально-політичної або (та) економічної тематики.

2. Зростання емоційності.

3. Зростання тенденційності.

4. Збільшення сенсаційності.
5. Лавиноподібність (на першому етапі – поступове, на другому – значне, на третьому – різке зростання напруження).
6. Взаємоузгодження дій суб'єктів проведення СІО.
7. Час проведення (від одного тижня до двох місяців, але переважно від двох тижнів до місяця).

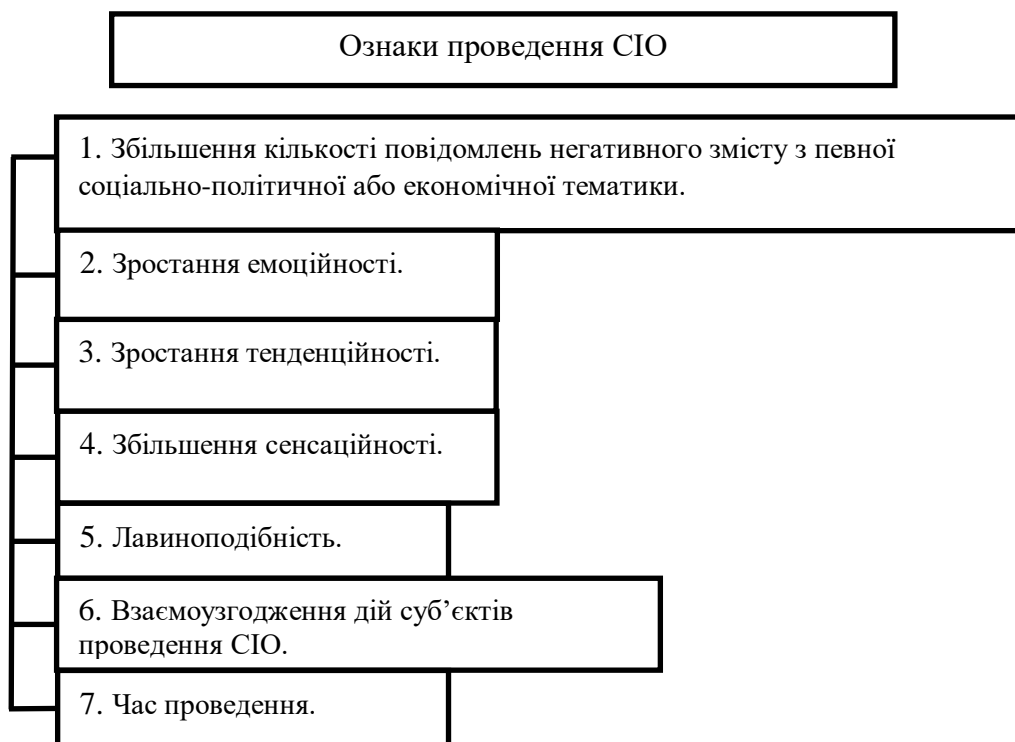


Рис.1. Ознаки проведення СІО

Необхідно визначити *суб'єктів* проведення СІО:

1. Керівництво іноземної держави – головний суб'єкт, всі інші – виконавці.
2. ЗМІ (іноземні та підконтрольні вітчизняні).
3. Неурядові організації (іноземні й підконтрольні вітчизняні).
4. Спецслужби іноземної держави.
5. Інтернетні ресурси.
6. Агентура впливу іноземних держав та підконтрольні лобістські структури із представників влади, управління, місцевого самоврядування, політичних партій, громадських і релігійних організацій та діячів культури.

Представники військової науки не використовують термін «спеціальна інформаційна операція», а послуговуються поняттям «інформаційно-психологічна операція» або «психологічна операція» (ПсО). Причому СІО називають довгостроковими та середньостроковими ПсО, а АІВ – короткостроковими ПсО. У зв'язку із синонімічністю цих понять термін ПсО можна використовувати для опису цих операцій і акцій у військовий час.



Рис.2. Основні суб'єкти проведення СІО

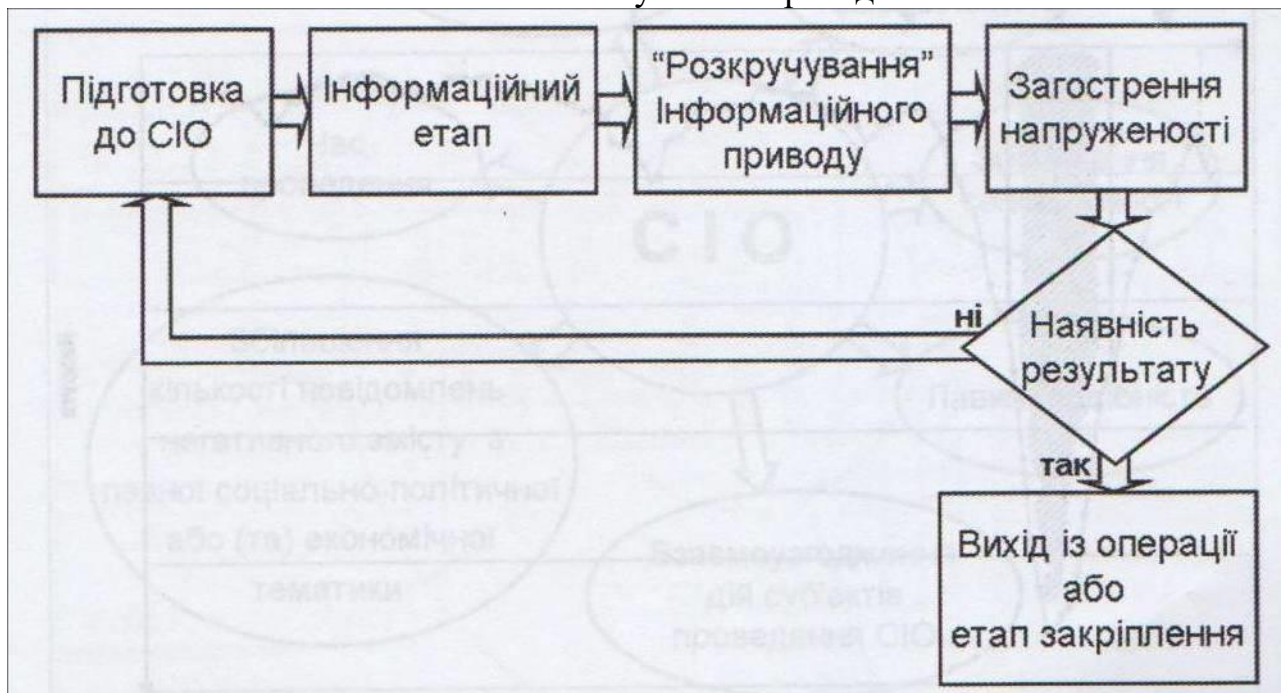


Рис.3. Алгоритм проведення СІО

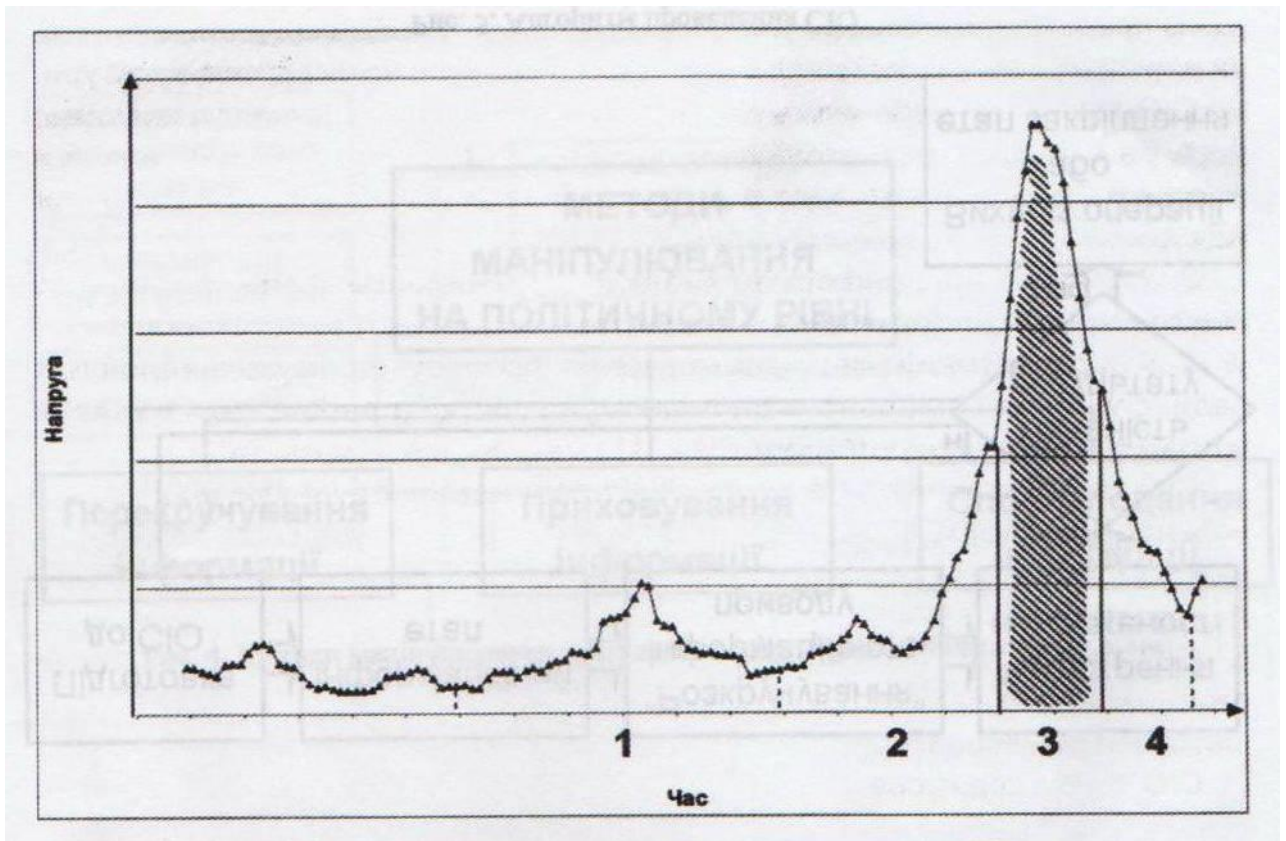


Рис.4. Рівні напруженості за етапами проведення СІО

СІО та АІВ передбачають досягнення таких цілей:

1. У мирний час: домінування в інформаційному просторі, вплив на соціально-політичну ситуацію в регіоні, формування власного позитивного іміджу.
2. У воєнний час: інформаційно-психологічне забезпечення діяльності вищого військово-політичного керівництва.
3. У післявоєнний час: забезпечення процесу формування лояльної влади, сприяння соціально-економічному розвитку в регіоні, впровадження програм гуманітарної допомоги.

СІО та АІВ поділяють залежно від спрямованості на такі:

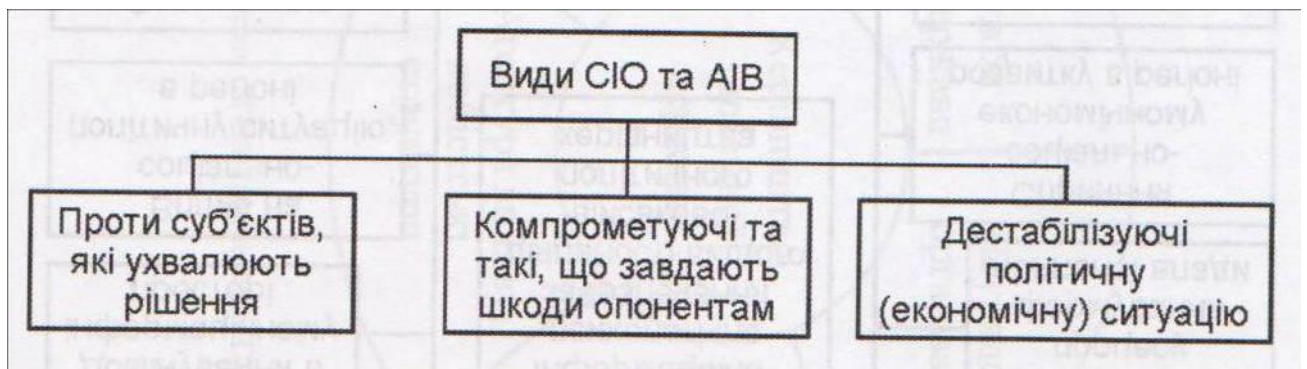


Рис.5. Види СІО та АІВ

- проти суб'єктів, які ухвалюють рішення;
- компрометуючі та такі, що завдають шкоди опонентам;
- дестабілізуючі політичну (економічну) ситуацію.

СІО й АІВ замовляє, як правило, керівництво іноземних держав, але можуть організувати і транснаціональні структури, й навіть приватні особи зі світовим рівнем авторитету та капіталу.

СІО й АІВ спрямовані на ідеологічний, ідейно-політичний і соціальний вплив на особу, групу осіб чи суспільство загалом із метою їх переорієнтації на інші цінності й ідеали; а також можуть використовуватися для підштовхування до вчинення протиправних дій із підризу державного й суспільно-політичного устрою.

У післявоєнний час: забезпечення процесу формування лояльної влади, сприяння соціально-економічному розвитку в регіоні, впровадження програм гуманітарної допомоги.

СІО та АІВ поділяють залежно від спрямованості на такі *види*:

- проти суб'єктів, які ухвалюють рішення;
- компрометуючі та такі, що завдають шкоди опонентам;
- дестабілізуючі політичну (економічну) ситуацію.

СІО й АІВ замовляє, як правило, керівництво іноземних держав, але можуть організувати і транснаціональні структури, й навіть приватні особи зі світовим рівнем авторитету та капіталу.

СІО й АІВ спрямовані на ідеологічний, ідейно-політичний і соціальний вплив на особу, групу осіб чи суспільство загалом із метою їх переорієнтації на інші цінності й ідеали; а також можуть використовуватися для підштовхування до вчинення протиправних дій із підризу державного й суспільно-політичного устрою.

3.2. Методи проведення спеціальних інформаційних операцій

Основні *методи СІО*:

1. Дезінформування.
2. Пропаганда.
3. Диверсифікація громадської думки.
4. Психологічний тиск.
5. Поширення чуток.



Рис.6. Методи СІО

Дезінформування – це метод, який передбачає обман чи уведення об’єкта впливу в оману щодо справжності намірів для спонукання його до запрограмованих дій.

Найчастіше у світовій практиці застосовуються такі форми дезінформування:

1. *Тенденційне викладення фактів* – полягає в упередженому висвітленні фактів чи іншої інформації щодо подій за допомогою спеціально підібраних правдивих даних. Як правило, використовуючи цей метод, об’єкту впливу доводять дозовано, із постійним зростанням напруження, спеціально сформовану інформацію. Такий напружений стан об’єкта підтримується шляхом постійного «підкидання» нових порцій суворо обмежених і дозованих даних у середовище інформаційного дефіциту. Російські ЗМІ дозовано опубліковують правдиві новини:

- про розвал української економіки, відсутність мінімально необхідних обсягів енергоресурсів для виживання населення в зимовий період;
- про ультранаціоналістичну політику в Україні, нелегітимність і не-кваліфікованість влади;

– про непрофесіоналізм українського військового керівництва, поразки і деморалізацію українських Збройних сил на Сході.

2. *Дезінформування «від зворотного»* – відбувається шляхом подання правдивих відомостей у перекрученому вигляді чи в такій ситуації, коли вони сприймаються об'єктом впливу як неправдиві. Внаслідок застосування подібних заходів виникає ситуація, коли об'єкт фактично знає правдиву інформацію про наміри чи конкретні дії протилежної сторони, але сприймає її неадекватно та не готовий протистояти негативному впливу.

Досить часто в зоні бойових дій для обміну інформацією військові використовують незахищений зв'язок, тобто зв'язок, який легко перехоплюється противником. Дезінформування «від зворотного» полягає у тому, що військові спеціально надають противнику інформацію про події, які суперечать одна одній, або події, що фактично неможливі. Внаслідок цього, навіть при перехопленні правдивих повідомлень противник не сприймає достовірну інформацію як правдиву.

3. *Термінологічне «мінування»* – полягає у викривленні первинної правильної суті принципово важливих, базових термінів і тлумачень загальносвітоглядного та оперативно-прикладного характеру.

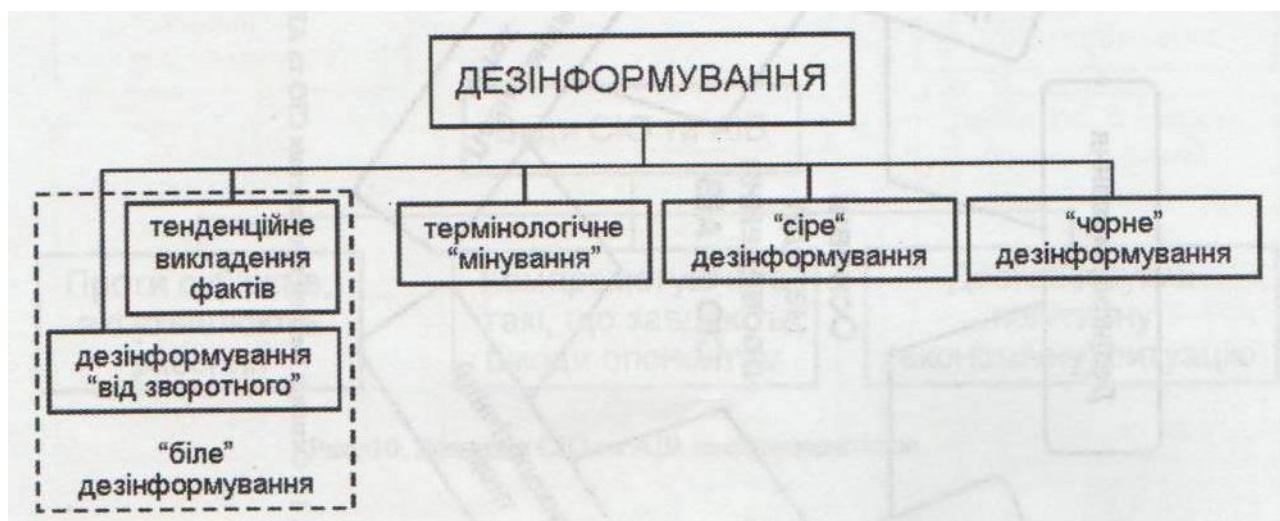


Рис.7. Основні форми дезінформування

Розповсюджуються пропагандистські листівки та ілюстрації у соціальних мережах:



Рис.8. Термінологічне мінування

В соціальних мережах створюються групи, де поняття «нацизму» та «націоналізму» ототожнюються:

«Украина без Нацизма!

Описание:

В последнее время в мире растет количество сторонников националистической идеологии. Эта группа призвана донести до людей опасность нацистской идеологии. Не важно какой ты нации! Не важно какую религию ты исповедуешь! Не важно где ты живешь! Главное чтобы ты был ЧЕЛОВЕКОМ!!! Эта группа для людей которые хотят мира во всем мире! И не судят людей по их происхождению, национальной и языковой принадлежности!!!

Местоположение:

Украина»

Також прикладом може слугувати фільм «Нацизм на Украине. 10 признаков». Цитата із книги: *«Люди в Европе не верят, что на Украине воцарился профашистский режим. Западные СМИ так долго рассказывали им о торжестве демократии в Киеве, что даже при виде трупов сожженных заживо людей, они никак не связывают это с режимом киевской хунты. В документальном фильме сведены воедино признаки нацистской сути*

политического мейнстрима Украины 1991-2014 годов. Фильм содержит шокирующие кадры».

4. «Сіре» дезінформування – передбачає використання синтезу правдивої інформації з дезінформацією.

Типовим прикладом можуть слугувати слова Володимира Путіна: *«Россия ничего не аннексировала. Все, что произошло с Крымом, — результат противоправных действий определенных политических сил на Украине, которые довели дело до государственного переворота, — парирует президент России. — А Крым присоединился к России в результате волеизъявления людей, проживающих на этой территории».*

5. «Чорне» дезінформування – означає застосування переважно неправдивої інформації.

– Збожеволілі в своїй русофобії укронацисти варварськи знесли монумент «Батьківщина-мати» (У соціальній мережі «Однокласники» з'явився пост з пам'ятником "Батьківщина-мати" без голови і підписом "допригались?". Сенсацію з радістю підхопили багато проросійських пабліків в соцмережах. Насправді, це була фотографія 1980 року, на якій зображена будівля пам'ятника.)

– українці масово втікають до південних областей Росії. Сюжет із таким повідомленням показав «Первый канал». Колону біженців мав демонструвати кадр із пропускного пункту. Однак уважний глядач міг відразу помітити, що це пропускний пункт Шегині на українсько-польському кордоні.



Рис.9. Біженці з України

– НТВ та «Россия 1» підготували два сюжети про одну й ту ж людину — громадянина Німеччини Андрія Петкова (Петхова). Глядачам НТВ його представили як прихильника «Правого сектора», який привіз 500 тисяч

євро для Майдану. Водночас глядачі «Россия 1» дізналися про нього як про прихильника федералізації, якого побили за участь в мітингу.

– ЗМІ активно видавали за бомбардування Слов'янська фосфорними бомбами кадри з іракського міста Ель-Фалуджа, які канал CNN зняв у 2004 році. Першим фейкові кадри показав телеканал міністерства оборони Російської Федерації «Звезда». Згодом до них приєдналися «Россия 24», НТВ, LifeNews. Після цього повідомлення про фосфорні бомби міцно закріпилося в дискурсі, який пропагувало російське телебачення.

– «Первый канал» показав інтерв'ю біженки зі Слов'янська Галини Пишняк. Жінка розповіла історію про нібито публічну страту українськими військовими трирічного хлопчика на центральній площі Слов'янська. Дитину, за словами жінки, розіп'яли на дощі оголошень, після чого знущалися з її матері.

У загальному вигляді акції дезінформування можуть проводитися шляхом створення видимості випадкового витoku закритої інформації, успіхів розвідки іноземних партнерів, використання засобів масової інформації (власні інформаційні агентства, теле-, радіокомпанії, друковані видання, «кишенькові» журналісти й т. ін.).

Пропаганда – поширення політичних, філософських, наукових, художніх, інших мистецьких ідей із метою їх упровадження в громадську думку та активізації використання цих ідей у масовій практичній діяльності населення. Водночас до пропаганди належать повідомлення, які поширюються для здійснення вигідного впливу на громадську думку, провокування запрограмованих емоцій та зміни ставлення чи поведінки певної групи людей у напрямі, безпосередньо чи опосередковано вигідному організаторам.

Форми проведення пропаганди:

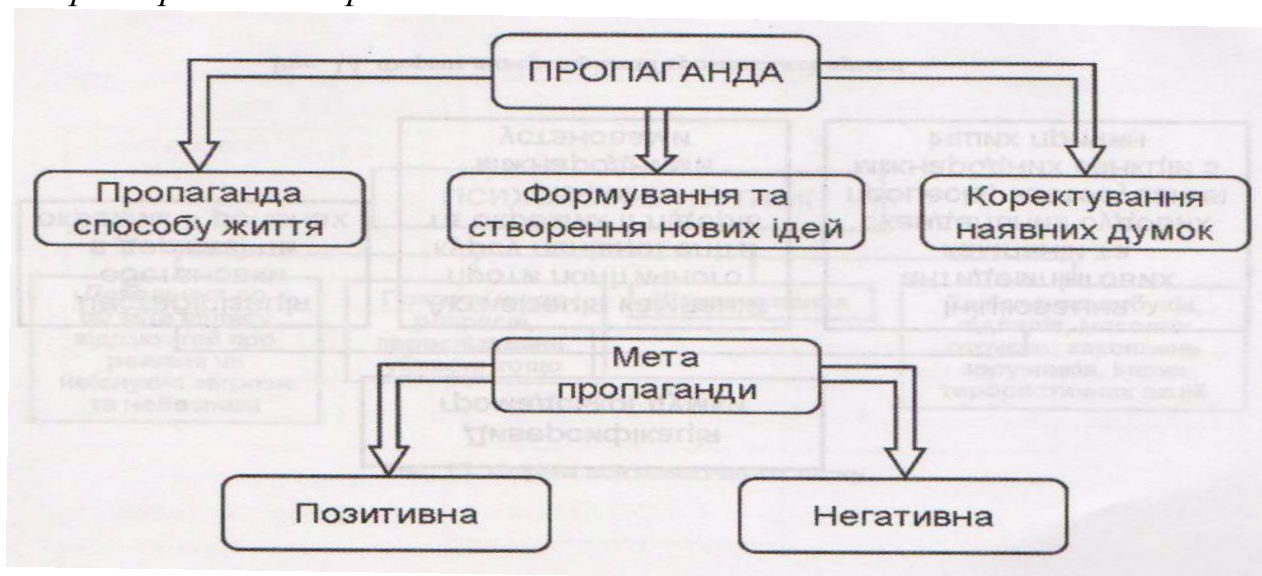


Рис.10. Форми проведення та цілі пропаганди

- пропаганда способу життя (соціологічна) – натуральний показ досягнень, переваг, перспектив конкретної держави тощо;
- формулювання та створення нових ідей;

- коректування наявних думок.

Пропаганда поділяється залежно від мети на *позитивну* й *негативну*.

Мета позитивної пропаганди – сприяти соціальній гармонії, злагоді, вихованню людей у дусі загальноприйнятих цінностей. Позитивна пропаганда виконує виховну та інформаційну функції в суспільстві. Вона здійснюється на користь тих, кому адресована, а не обмеженого кола зацікавлених осіб; не допускає обману та приховування фактів. У цьому її відмінність від негативної. Позитивна пропаганда не містить маніпулятивної мети, тому використовується не для проведення СІО та АІВ, а для захисту населення від них.

Завдання негативної пропаганди – нав'язати людям певні переконання за принципом «мета виправдовує засоби». *Мета негативної пропаганди* – розпалювання соціальної ворожнечі, ескалація соціальних конфліктів, загострення суперечностей у суспільстві, пробудження похитливих інстинктів у людей тощо. Це дає змогу роз'єднувати людей, робити їх слухняними щодо волі пропагандиста. Технологія створення «образу ворога» дає можливість згуртувати натовп навколо пропагандиста, нав'язати людям потрібні переконання та стереотипи. Основна функція негативної пропаганди – створення ілюзорної, паралельної реальності з «хибною» системою цінностей, переконань, поглядів. При цьому активно використовується низька критичність та навіюваність мас із метою маніпулювання останніми на користь обмеженої групи осіб.

Яскравим прикладом ведення пропагандистських кампаній є діяльність ідеолога та пропагандиста фашизму Йозефа Геббельса, який проголосив такі принципи пропаганди:

- а) пропаганда має бути спланована і вестися з однієї інстанції;
- б) тільки авторитет може визначити, має бути результат пропаганди істинним чи фальшивим;
- в) чорна пропаганда використовується, коли біла неможлива або вона не має належного ефекту;
- г) пропаганда має характеризувати події та людей відмітними фразами чи гаслами;
- д) для кращого сприйняття пропаганда повинна викликати інтерес в аудиторії і передаватися через привабливе увазі середовище комунікацій.

Приклади пропагандистських прийомів:

– Книга «Россия. Крым. История» авторами якої є Микола Стариков і Дмитро Беляев. *«Россия и Крым. Крым и Россия. Это одно целое, это сплетение истории и геополитики. Это героические страницы двух оборон Севастополя. Это Суворов и Кутузов, это адмиралы Нахимов, Корнилов и Истомин. Это мудрая политика Екатерины Великой и граничащее с предательством сумасбродство Никиты Хрущева...»*

- Приклад пропаганди у соцмережі:



Рис.11. Російська пропаганда

– демонізація Євросоюзу й НАТО, дискредитація євроінтеграційного курсу, формування цілого ряду брехливих міфів стосовно цих міжнародних інституцій (не гребуючи пропагандою гомофобії й ототожненням ЄС із одностатевими шлюбами, маніпуляцією релігійними питаннями тощо).



Рис.12. Дискредитація євроінтеграційного курсу

Наприкінці листопада 2014 р. У програмі «Спеціальний кореспондент» («Россия 1») глядачам показали черговий сюжет про «загниваючий Запад». Цього разу аргументом мали слугувати нібито фотографії оголених чоловіків на стіні дитячої кімнати. В репортажі є відео із шокуючим хлопчиком, який заходить нібито до такої кімнати. Та насправді журналісти використали

відеомонтаж. На оригінальному відео стіну прикрашає велика наклейка машини, яка була подарунком хлопцеві від його батьків. Як свідчить відео, подарунок йому сподобався.

Диверсифікація громадської думки – це розпорошення уваги панівної еліти держави на різні штучно акцентовані проблеми й відволікання цим від вирішення нагальних завдань суспільно-політичного та економічного розвитку для нормального функціонування суспільства й країни.

Форми диверсифікації громадської думки:



Рис.13. Форми диверсифікації громадської думки

- дестабілізація обстановки в державі чи окремих її регіонах;
- активізація кампаній проти політичного курсу панівної еліти та окремих її лідерів різними міжнародними установами;
- ініціювання антидемпінгових кампаній й іншого роду скандальних судових процесів, застосування міжнародних санкцій з інших причин.

За рахунок агентів впливу в Україні обговорюються питання, що відволікають увагу від нагальних проблем, таких як розвиток економіки, обмін полоненими та завершення збройного конфлікту на Сході. Спочатку почалася «сміттєва люстрація» та не законне знищення та пошкодження пам'ятників. Постійно приділяється увага проведенню декомунізації, зміні назв населених пунктів та вулиць, обговоренню мовного питання. Усе це є типовими прикладами диверсифікації громадської думки.

Психологічний тиск – вплив на психіку людини шляхом залякування, погроз із метою її спонукання до запланованої моделі поведінки.

Форми психологічного тиску:

- доведення до об'єкта впливу відомостей про реальні чи неіснуючі загрози та небезпеки;
- прогнози щодо репресій, переслідувань, убивств тощо;
- шантажування;
- здійснення вибухів, підпалів, масових отруєнь, захоплень заручників,

інших терористичних акцій.

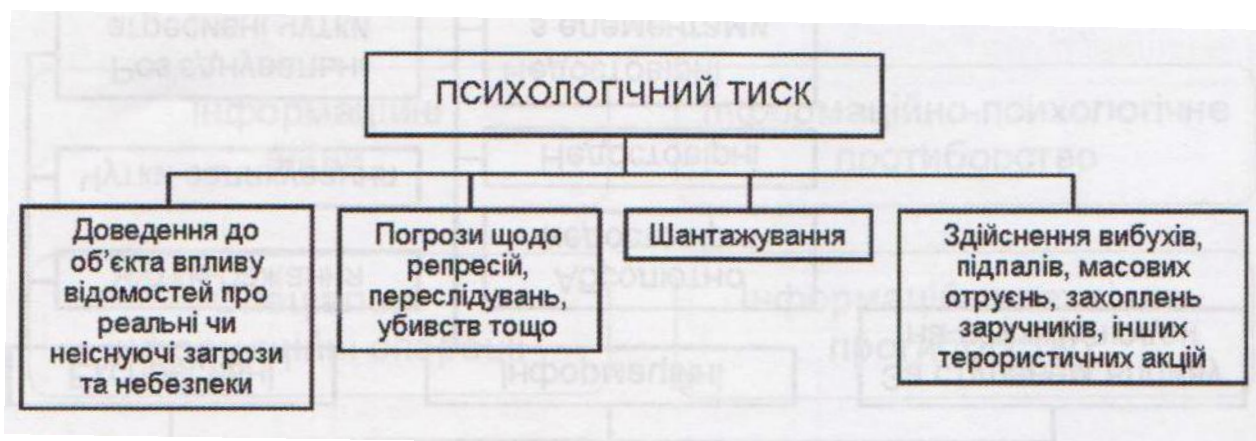


Рис.14. Форми психологічного тиску

Інструментом та одним із найбільш поширених прийомів здійснення психологічного тиску став так званий «телефонний тероризм», тобто телефонні дзвінки з інформацією про ніби-то замінування місць масового скупчення людей (торговельні центри) або об'єкти інфраструктури (вокзали).

В інформаційній агресії проти України були застосовані також методи психотропної дії, а саме використання забороненої технології 25-го кадру. «У Службі безпеки України (СБУ) заявили про те, що мають докази використання російськими телеканалами технології «25-го кадру» для інформаційно-психологічного впливу на глядачів. Начальник прес-служби СБУ Марина Остапенко продемонструвала журналістам відеофрагмент випуску новин на телеканалі «Росія-24», в якому використовується маніпулятивна технологія. Так, протягом усього випуску про події в Одесі 2 травня в куті екрана з'являються малопомітні написи: «підпал: «Правий сектор», «людей убивають бандерівці», «нацгвардія – вбивці».

СБУ також вдалося встановити, що російські ЗМІ використовують інші методи впливу на глядачів: поширюють напівправду, показують деталізовані сцени вбивств і насильства й намагаються емоційно впливати на глядача.

Поширення чуток – це діяльність щодо поширення різної інформації (переважно неправдивої) серед широких верств населення здебільшого неофіційними каналами з метою дезорганізації суспільства та держави або їхніх установ чи організацій.

За одним із визначень, *чутки* – це циркулююча форма комунікації, за допомогою якої люди, котрі перебувають у неоднозначній ситуації, об'єднуються, утворюючи зрозумілу їм інтерпретацію цієї ситуації, спільно використовуючи при цьому власні інтелектуальні можливості.

Чутки можна класифікувати за *трьома параметрами*: експресивними (емоційні стани, виражені в змісті чутки, і відповідні типи емоційних реакцій), інформаційними (ступінь достовірності сюжету чутки) та за ступенем впливу на психіку людей



Рис.15. Класифікація чуток

За експресивною характеристикою визначають чутки-бажання, чутки-залякування й роз'єднувальні агресивні чутки.

1. *Чутки-бажання.* Інформація поширюється з метою викликати розчарування з приводу нездійснених очікувань і деморалізацію об'єкта впливу.

2. *Чутки-залякування.* При їх поширенні в особи ініціюється стан тривоги, непевності. Це можуть бути чутки про смертельну суперзброю, якою володіє противник (сторона, що поширює чутки), про нестачу продовольства, зараження місцевості, питної води тощо.

3. *Роз'єднувальні агресивні чутки.* Поширювана інформація має на меті внести розлад у суспільство, порушити соціальні зв'язки.

За інформаційною характеристикою чутки поділяються на абсолютно недостовірні, недостовірні, недостовірні з елементами правдоподібності та правдоподібні.

У соцмережах поширюються великі обсяги недостовірної (фейкової) інформації: неперевірені «фотофакти», «відео очевидців», «коментарі учасників» тощо. Загалом через соцмережі поширюються ті самі міфи й стереотипи, які створює російська пропаганда; також культивується емоційний стан тривоги, постійної готовності до захисної агресії.



Рис.16. Чутки з демонізації українських військових

Поширюються чутки про руйнування інфраструктури населених пунктів українськими військами.



Рис. 17. Чутки про руйнування інфраструктури населених пунктів

Чутки самопоширювані. Їхня природа базується на інформації, яку важко втримати. Достатньо створити відповідну чутку та запустити її в обіг у потрібному місці в слушний час. «Людський погослос» зробить решту. Позитивний чинник використання цієї форми СІО полягає ще й у тому, що

практично немає ефективних засобів протидії чуткам. На офіційному рівні зупинити їх неможливо: це викликає протилежний ефект: чим численніші намагання їх спростувати, тим більша упевненість у їхній достовірності. Єдиний можливий спосіб подолання чуток – цілковите їх ігнорування. Через певний час напруження спадає, зайва активність в обговоренні уже неактуальних новин згасає, інтерес до порушеної в чутках проблеми зникає.

СІО становлять комплекс заходів інформаційно-психологічного характеру, що здійснюються за єдиним планом із метою порушення системи державного та військового управління, впливу на морально-психологічний стан військово-політичного керівництва, населення й особового складу військ визначеного об'єкта, запобігання інформаційному та психологічному впливу на власні сили й засоби.

СІО та АІВ належать до специфічних форм і методів впливу, ефективне використання яких потребує відповідної підготовки та високої майстерності, ґрунтовних наукових розробок і постійного практичного вдосконалення.

Для організації та ведення СІО й АІВ використовуються традиційні канали ПсВ – теле-, радіопропаганда, поліграфічні засоби, усне мовлення, наочна агітація, робота з місцевим населенням; нові способи – супутникові, оптиковолоконні системи, телекомунікаційні засоби, інтернет; нетрадиційні форми впливу – нейролінгвістика, парапсихологія, психотронні й психотропні засоби, інфразвук, 25-й кадр, тобто такі, що впливають на підсвідомість.

Сучасна розвинена держава спроможна за допомогою СІО та АІВ отримати певну перевагу над противником ще до застосування бойових засобів. СІО якісно змінюють характер бойових дій, про що свідчать останні локальні конфлікти: перемагає той, хто здобув інформаційну перевагу.

Здійснення СІО й захист від них є невід'ємною передумовою забезпечення національної безпеки держави, вони проводяться як за мирного часу, так і у воєнний період. Основні аспекти СІО – психологічний, культурний, інтелектуальний, технологічний та економічний.

Концепції національної безпеки багатьох провідних країн світу визначають основні напрями застосування збройних сил у ХХІ столітті. Підкреслюється, що головною рисою нового століття буде перенесення акцентів у галузь інформаційного протиборства, а досягнення інформаційної переваги стане обов'язковою умовою перемоги над будь-яким противником.

ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Охарактеризуйте етапи, ознаки та суб'єктів проведення спеціальних інформаційних операцій.
2. Назвіть методи СІО, форми дезінформування і пропаганди. Наведіть приклади.
3. Які є форми диверсифікації громадської думки, психологічного тиску й поширення чуток? Наведіть приклади.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДІЛУ 3

1. Інформаційна безпека держави: підручник / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Д.С. Мельник та ін.]; в 2 т. – Т. 1. / за заг. ред. В.М. Петрика. – К.: Вид-во ІСЗЗІ НТУУ, 2016. – 264 с.
2. Информационно-психологическое противоборство: учебник / [Петрик В. М., Присяжнюк Н. Н., Жарков Я. Н. и др.]; под ред. В. М. Петрика. — К.: Изд-во ИССЗИ КПИ им. Игоря Сикорского, 2018. – 374 с.
3. Інформаційно-психологічне протиборство (еволюція та сучасність) : навч. посіб. / [Петрик В.М., Бакалинський О.О., Жарков Я.М. та ін]. – К. Вид-во ІСЗЗІ НТУУ «КПІ», 2012. – 248 с.
4. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / [В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк, Л.Ф.Компанцева та ін.] ; за заг. ред. Є.Д.Скулиша. – К. : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2010. – 248 с.
5. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти) : підруч. / В.В.Остроухов, В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк та ін. – К. : КНТ, 2010. – 776 с.
6. Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации: учеб. пособ. / В.М.Петрик, В.В.Остроухов, А.А.Штоквиш и др. – К., 2008. – 544 с.
7. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій : навч. посіб. / В.М.Петрик, В.В.Остроухов, О.А.Штоквиш та ін. – К. : Росава, 2006. – 208 с.

РОЗДІЛ 4

СТАНОВЛЕННЯ Й РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОТИБОРСТВА

4.1. Інформаційно-психологічне протиборство у стародавньому світі та в епоху Середньовіччя

Люди здавна усвідомили необхідність впливати на психіку воїнів під час збройних зіткнень. Найбільш рання з відомих форм впливу на противника – це не використання бойових засобів, а залякування своєю (іноді показною) бойовою могутністю з метою підризу його психологічного стану. Біблійна легенда розповідає про Гедеона, який для перемоги над більш численним ворожим військом удавався до різних хитрощів. Одного разу він із трьомастами воїнами підійшов до табору противника і за допомогою труб, глечиків, світильників та криків так залякав вороже військо, що воно розгубилося, запанікувало і свої ж солдати почали нападати один на одного.

Китайський полководець Сунь-Цзи в кінці VI – початку V століття до н. е. вважав, що найкраща перемога – це перемога без бою. І в древньокитайській військовій історії найбільшу повагу мали ті полководці, які саме так перемагали противника.

В історії китайського військового мистецтва такі прийоми застосовувалися не раз і в міжусобних війнах, і під час повстань, як, наприклад, у кінці Суйської епохи правління Ян-Ді (605–616), коли одне з повстань набуло небезпечного розміру. Відправлений проти повстанців полководець спробував діяти методами жорстокого придушення, але це спричинило ще більший спалах протесту. Тоді Ян-Ді доручив цю операцію іншому своєму полководцеві – Лі Юаню, майбутньому засновникові Танської династії.

Лі Юань розумів, що повстання викликане жорстокістю самого Ян-Ді та його тиранічним правлінням. Тому він замість битви здійснив всі заходи для того, щоб певними благами схилити повстанців до завершення заколоту, що йому і вдалося. Таким чином, із повстанням було покінчено без війни. Крім того, Лі Юань, прагнучи скинути Суйську династію і захопити владу, привернув на свій бік симпатії населення, а криваве придушення повстання викликало б озлоблення на адресу не стільки Ян-Ді, скільки самого приборкувача.

Древні правителі й полководці намагалися підкорити противника без битви трьома способами. *По-перше*, веденням мудрого правління, поліпшенням добробуту держави та мирними досягненнями свого народу. *По-друге*, мудрою політикою по відношенню до противника, політикою уваги та пошани до його бажань і потреб, урахуванням його інтересів. *По-третє*, заходами військово-стратегічного характеру в поєднанні з поширенням відповідної інформації, що приводило противника до усвідомлення повного безглуздя опору. Позаяк, стародавні правителі й полководці прагнули своїми діями вплинути на свідомість противника і цим досягли перемоги без пролиття крові. І в кожному способі цієї концепції неабияк значення мав інформаційний елемент. Вісті про культурний і політичний престиж країни, розумну й доброзичливу по

відношенню до противника політику та стратегічне знесення останнього поширювалися всіма доступними засобами.

У Стародавньому Китаї декілька тисяч років тому було систематизовано стратегії, які застосовувалися в політиці та військовій діяльності. Вони в сучасній літературі отримали назву «стратегем» (від гр. *strategema* – військові хитрощі). Кожна стратагема, виражена в певному лаконічному висловлюванні («На сході шуміти, на заході наступати», «Прикрасити сухі дерева штучними квітами»), насправді є схемою опосередкованого способу впливу, неявного маніпулювання чужою поведінкою. Застосовуючи її, можна було увести противника в оману, тобто дезінформувати стосовно власних намірів, планів та дій і тим самим добитися переваги над ним, досягти успіху з мінімальними втратами.

У військовій історії є велика кількість засвідчених сучасниками прикладів прагнення вплинути на моральний дух противника. Стали хрестоматійними слова «Трактату про військове мистецтво», в якому Сунь-Цзи узагальнив досвід, накопичений у сфері придушення морального духу армії для полегшення перемоги над ворогом. Він навчав:

1. Знищуйте все хороше, що є в країні вашого противника.
2. Втягуйте впливових представників противника в злочинні справи.
3. Підривайте їхній престиж і виставляйте в потрібний момент на ганьбу громадськості.
4. Використовуйте допомогу найбільш підлих і мерзенних людей.
5. Розпалюйте сварки й зіткнення серед громадян ворожої країни.
6. Підбурюйте молодь проти старших.
7. Заважайте всіма способами діяльності урядів.
8. Перешкоджайте всіма способами оснащенню, забезпеченню й наведенню порядку в збройних силах.
9. Сковуйте волю воїнів противника безглуздими піснями і музикою.
10. Знецінюйте волю, традиції й богів ваших ворогів.
11. Посилайте жінок легкої поведінки для того, щоб доповнити справу розкладання.
12. Будьте щедрі на пропозиції й подарунки для купівлі інформації й спільників.
13. Узагалі не заощаджуйте ні на грошах, ні на обіцянках, тому що вони приносять багаті дивіденди.

Одним із найважливіших методів психологічного впливу, на думку Сунь-Цзи, є дезінформація. Він писав: «Війна – це шлях омани. Тому, якщо ти можеш що-небудь, показуй противнику, що не можеш; якщо ти користуєшся чим-небудь, показуй йому, нібито ти цим не користуєшся; хоч ти й близько від нього, показуй, нібито ти далеко; хоч ти й далеко від нього, показуй, що ти близько...».

У книзі китайського історика та письменника Ло-Гуань-Чжуна «Троєцарствіє» наведено текст документа, написаного близько 200 року і знаного в історіографії як «Прокламація 200 року н. е.»: «Цао-Цао і його однодумці, спонукувані почуттям великого обов'язку, повідомляють усім

Піднебесній: лиходій Дун-Чжо вчиняє злочин проти Неба і губить землю. Він убив імператора та розоряє державу, ославляє палац і мучить народ. Лютий і нелюдський, він винний у багатьох підлих учинках. Нині ми одержали секретний наказ сьогочасного імператора збирати військо. Клянемося, що очистимо імперію і знищимо розбійників. Ми надіємося на те, що ви теж піднімете військо, щоб разом із нами вилити свій справедливий гнів, підтримати імператора і врятувати народ. Виступайте негайно, як тільки одержите цей заклик».

Розглядаючи цей документ із точки зору сучасної методології психологічної боротьби, бачимо, що в ньому:

- 1) дано характеристику ворога;
- 2) є звернення до простих людей як до найкращих представників нації;
- 3) яскраво виражено симпатію до простих людей;
- 4) акцентується увага на підтримці правителя;
- 5) позитивно оцінюється сила та моральний дух власного війська;
- 6) народ закликається до єдності дій та попереджається про відповідальність за незаконні дії;
- 7) практичні поради й заклики пов'язуються з віросповіданням населення.

У проведенні акцій інформаційного впливу використовувався метод дезінформування. Про це свідчать події 1312 р. до н. е. Хетам удалося за допомогою неправдивої інформації увести в оману військо єгиптян на чолі з фараоном Рамзесом II і в бою під фортецею Кадеш завдати йому несподіваного удару. Це змусило Рамзеса II відмовитися від подальшого штурму Кадеша і повернутися в Єгипет.

Класиком дезінформування Стародавньої Греції можна уважати стратега й царя спартанців Лісандра. Він удвічі збільшив платню гребцям на власних кораблях, а афінянам оголосив, що вони отримають таку саму платню, якщо перейдуть до нього на службу. Афінські матроси-найманці стали масово бігти до нього. За короткий час афінський флот залишився майже без гребців, за рахунок чого спартанцям удалося завоювати перевагу на морі без бою. Саме Лісандру належить знамените висловлювання: «Де не придатна шкіра лева, там треба підшити лисячу», – тобто там, де не допомагає сила, слід використовувати хитрість.

Перед походом на Грецію перський воєначальник Ксеркс свідомо вдався до дезінформування для досягнення максимального емоційного впливу шляхом створення художнього образу. Він розпустив чутку про численність перського війська у вигляді легенди про те, що якщо всі перські воїни одночасно випустять стріли в повітря, то вони затьмарять світло сонця.

До цього періоду належать також свідчення істориків, що дійшли до нас в описах, про найбільш ранні випадки використання писемної мови з метою ПсВ, спрямованого на розпалення суперечностей у таборі противника. Датуючи цей випадок 480 р. до н. е., грецький історик Геродот пише: «Фемістокл вирушив до джерела питної води й висік на камені напис, який прочитали іонійці, які прибули наступного дня в Артемісії. Напис гласить: «Іонійці, ви

вчиняєте гріх проти своїх батьків, допомагаючи поневолити Грецію! Тому краще переходьте до нас. Якщо не зможете зробити цього, то відведіть свої війська з поля бою й умовте карійців відійти також. Але якщо ні те, ні інше вам не вдасться й ви змушені будете виступити на полі бою, то боріться тільки для вигляду, пам'ятаючи, що ви походите від нас і ворожість варварів до нас бере початок від їхньої ворожості до вас».

Цікаво, що сам Геродот писав про подвійний ефект зазначеного «пропагандистського» заходу: зрештою, або іонійці зрадять Ксеркса і перейдуть до еллінів, або ж, якщо цього не станеться, Ксеркс, дізнавшись про наявність подібних закликів, поставить під сумнів вірність іонійців справі приборкання непокірних еллінських міст, тому не поклатиметься на них у вирішальних сутичках, чим значно зменшить міць власного війська.

На період греко-перських воєн припадає і згадка про спроби використання театру з метою політичної пропаганди, а також протидії цьому з боку політичних опонентів. На політико-пропагандистське забезпечення діяльності тієї чи іншої політичної групи значною мірою було орієнтовано художню літературу й ораторське мистецтво Еллади. Драматичні твори Софокла, Фемістокла (до речі, саме останньому приписують авторство наведених вище закликів до іонійців) сприяли процесу етноконсолідації грецьких полісів перед спільною загрозою поневолення перськими полчищами, що насувалися зі сходу. Із «східним питанням» пов'язане й залучення до арсеналу пропаганди та психологічної війни ораторського мистецтва. Метою відомих публічних промов Демосфена, так званих філіппік, було викриття перед грецьким світом загрози тиранічного панування, зумовленої амбіціями Македонської династії. Представник протилежного табору – афінянин Сократ – шліфував свій талант промовця, агітуючи якраз за Філіппа. Ці два імені стали своєрідними символами започаткованої в Греції науки риторики. Формулювання теоретичних положень риторики мало величезне значення для розвитку теорії пропаганди.

В історичних записках Плутарха можемо знайти ще один приклад тогочасних АІВ. Олександр Македонський під час походу на Індію (у 326 р. до н. е.) майже вичерпав морально-бойові можливості своїх військ. Із метою недопущення погоні під час відходу він наказав виготовити зразки зброї (списи, мечі, стріли, луки), амуніції (одяг, взуття), що втричі перевищували нормальні розміри, та розкидати їх на місці табору на березі Інду – нібито все це було забуто випадково. Коли зброя та одяг були зібрані й передані царю індусів Таксилу його розвідниками, які тільки здалека здійснювали спостереження за македонським військом, то цар відмовився від переслідування, уважаючи, що в Олександра всі воїни – велетні.

Таким чином, у стародавньому світі вже проглядаються основні елементи й напрями інформаційно-психологічного впливу як способу ослаблення морального духу противника, надихання своїх військ, формування сприятливої суспільної думки як у своїй країні, так і на захопленій чи належній противникові території. У цей час значного поширення набули такі способи

ІІсВ: залякування своєю могутністю; використання письмових джерел; використання найбільш очевидних суперечностей у таборі противника й розкол його союзників. Війни починають поділятися на такі, що проводяться бойовими і небойовими способами. Свідоме застосування слова з метою зниження бойових можливостей противника через ІІсВ розпочалось на одній із найбільш ранніх стадій розвитку військового мистецтва.

Перші елементи ІВ у древньоісторичний період мали форму військової хитрості, але з часом удосконалювалися і не лише посідали важливе місце в діяльності окремих воєначальників, але й відображувалися у військовій теорії.

Основні напрями та форми інформаційно-психологічного протиборства, які склались у війнах стародавніх держав, набули подальшого розвитку в епоху Середньовіччя. Значний внесок у справу засвоєння спадщини античного світу, а також китайських та індійських теоретиків стародавності зробили араби часів Халіфату й татаро-монголи. Останні розвинули деякі форми впливу на моральний стан своїх противників.

Це, наприклад, яскраво проявилось в завоюваннях монголів, які захопили під час своїх походів практично всі значні регіони світу, за винятком Західної Європи. Наступаючи, монголи майстерно використовували прийоми ІВ. Влаштувалися АІВ, спрямовані на те, щоб підірвати волю майбутнього противника до опору: поширювалися чутки про безжалісність і кровожерливість монгольських варварів, про поголовне винищення всіх, хто чинитиме опір, продажність урядових чиновників, зраду полководців, нездатність правителів протистояти непереможному монгольському війську.

З одного боку, в цих чутках була чимала частка правди; з іншого – якщо противник виявляв готовність до співробітництва й особливо якщо він володів потрібними технічними чи управлінськими навиками, поводитися з ним досить милостиво.

Побутує думка, що Чингізхан зміг здійснити свої завоювання за допомогою незліченних орд татарської кінноти. Однак дослідження свідчать, що територія внутрішньої Азії була малонаселеною і татаро-монгольське військо не могло мати чисельної переваги над противником, що жив на великих густонаселених територіях, які межували з Монголією. Чингізхан здобував перемоги передусім завдяки великій рухливості військ, добре налагодженій розвідці й широкому застосуванню ІІсВ.

Чернець П'єро Карпіні в 1245 році їздив від папи Інокентія IV до Монголії. У своєму творі («звіті») він дає опис військових звичаїв монголів. Зокрема, він зазначає: «У війнах вони досить хитрі... Коли ж вони бажають вступити в бій, то розташовують усі війська так, як вони повинні битися. Вожді або начальники війська не вступають у бій, але стоять віддалік проти війська ворогів і мають поруч із собою на конях отроків та жінок. Інколи татаро-монголи виготовляють манекени людей і саджають їх на коней; це вони роблять із метою уведення противника в оману. Перед себе вони посилають загін полонених і представників інших народів поміж них, серед яких можуть бути й татари. Інші загони татаро-монголи відправляють далеко праворуч і ліворуч, щоб їх не бачив противник, і

в такий спосіб оточують противника та замикають у кільце; а потім починають наступ з усіх боків. І хоча їх іноді мало, оточеному противнику здається, що багато. Особливо коли вони бачать тих, котрі перебувають при вожді чи командувачу війська: отроків, жінок, коней і муляжі, яких уважають за воїнів, – і внаслідок цього противника охоплює страх і паніка».

Пропаганда, що породжувала песимістичні настрої в таборі противника, була доведена монголами до досконалості. Так, під час більш ніж тридцятирічного походу в Південний Китай (1234–1271) монголам удалося деморалізувати величезну армію держави Сун шляхом поширення чуток про зраду уряду, і, щоб підтвердити чутки фактами, монголи через свою агентуру підкупили одного високопоставленого чиновника й самі ж допомогли викрити його.

Такий негативний ПСВ татаро-монголів на війська противника й підрив морального стану населення за допомогою прийомів пропаганди, під час ведення якої джерело приховане або фальсифіковане, сьогодні називають маскувальними пропагандистськими матеріалами. Цей прийом у психологічній війні відомий як чорна пропаганда.

Розбивши угорців та їхніх союзників на р. Шайо в березні 1241 р., монголи серед захоплених трофеїв знайшли королівську печатку. За наказом Батия грамотні полонені від імені короля Білі написали угорською мовою указ, копії якого, скріплені королівською печаткою, були розіслані в різні кінці ще не остаточно завойованої країни.

Великий поштовх подальшому розвитку пропаганди серед противників дала перша загальноєвропейська війна, що увійшла в історію під назвою Тридцятирічної війни (1618–1648). Для досягнення своїх військово-політичних цілей сторони (габсбурзький блок під прапором католицизму й антигабсбурзька коаліція, що виступала на захист протестантизму) інтенсивно використовували всі доступні їм засоби бойового та психологічного впливу на війська противника й контрольоване ними цивільне населення. Досягнення граверного мистецтва дозволили широко застосовувати ілюстровані листівки, що випускалися значними для того часу тиражами. Із друкованого верстата сходили перші «інформаційні» листівки, що сповіщали аудиторію про події.

Феодальний період, що закінчився з епохою антифеодальних селянських воєн, уніс в арсенал форм і способів ПСВ на противника низку помітних нововведень. Важливою була поява ідеологічних тем, які розпалювали серед об'єктів впливу майнові, релігійні й правові суперечності, що на практиці призводило до деморалізації військ противника й отримання прихильників серед населення ворожої країни. До кінця феодального періоду воєн усвідомлюється роль пропагандистських матеріалів і важливість створення умов для їхнього поширення, чітко визначається аудиторія, на яку здійснюється інформаційно-психологічний вплив. Мовні засоби широко доповнюються графічним оформленням, що робить зміст тексту зрозумілим і покращує його запам'ятовування.

В інформаційно-психологічному забезпеченні війн часів Середньовіччя

певну роль відіграли релігійні ідеї. Особливо це виявилось в ідейно-пропагандистському забезпеченні хрестових походів. Офіційно метою цих походів, організованих феодалними правителями Європи й освячених Папою Римським, було визволення «Гробу Господнього» в Єрусалимі. Ця версія маскувала загарбницькі цілі світських і церковних правителів, їхнє прагнення заволодіти казковими багатствами Сходу.

Поряд зі стратегічною лінією церковної пропаганди, що представляла агресивні війни як священні, під час хрестових походів відпрацьовувалися прийоми, які згодом стали типовими для психологічної війни. До них можна віднести дискредитацію противника шляхом поширення версії про його звірства, розпалювання суперечностей між державами Сходу, відлучення від релігійної громади та прокляття, заборону поховання на громадському цвинтарі тощо.

У такому контексті вагомих результатів досягли єзуїти, які не тільки здійснювали систематизований моральний тиск на своїх противників, але й започаткували використання листівок, лозунгів та організували фахову підготовку членів ордену, яким доручалася справа дискредитації противника у воєнний та мирний час. У XIV–XVII століттях в ордені єзуїтів, який контролював політику майже усіх урядів Європи та налічував близько 300 тис. активних членів (усе населення Європи на той час не перевищувало 25 млн осіб), існувала структура так званих «рад за чистоту релігії та боротьбу з еретизмом».

Не менш активно використовували канони релігії й мусульманські завойовники, що тримали своїх підданих у стані перманентної «священної війни» (джихад, газават), під час якої догми непримиренності до іновірства уживались із тактичними хитрощами. Тим, кого прагнули привернути до мусульманства, обіцяли різні привілеї, зокрема звільнення від податків чи рабства.

Отже, ШсП бере початок ще з часів виникнення людства. Значною мірою воно використовувалося при організації й веденні збройної боротьби. За цей час набули поширення: дезінформація, розповсюдження чуток, використання друкованої пропаганди тощо.

Свідоме застосування слова з метою зниження бойових можливостей противника шляхом пропагандистської діяльності почалось на одній із перших стадій розвитку військового мистецтва. Уже в рабовласницький період завдання війни поділяють на виконувані бойовими і небойовими (пропагандистськими й психологічними) способами.

Разом із тим, технічні можливості щодо ведення пропаганди серед населення і військ противника в стародавні часи були незначні. Вони зводилися переважно до написів на каменях, деревах і будівлях, поширення чуток. Пізніше з'явилися так звані «підкидні листи». З удосконаленням видавничої справи стали використовуватися друкарські засоби пропаганди.

Винахід І.Гуттенбергом у середині XV ст. книгодрукування став поворотним пунктом в історії ІВ. Духовенство першим усвідомило велике значення відкриття німецького винахідника й стало застосовувати верстат для

видання релігійних творів, і лише півстоліття потому друкарський верстат І. Гуттенберга стає незамінним знаряддям ІВ. До 1500 року в понад 1100 друкарнях у більш ніж 200 містах було видано 36 тис. книг різних назв загальним накладом 12 мільйонів примірників.

Література активно використовувалась у конфлікті між католицизмом і протестантизмом. Письменники й філософи-гуманісти того часу Еразм Ротердамський, Ульріх фон Гуттенром і їхні послідовники у своїх творах, написаних на хвилі Реформації, непримиренно висловлювались про старий порядок. Цей період характерний зародженням сатиричного жанру в антикатолицькій пропаганді. З авторів XVI ст. двоє, поза всяким порівнянням, перевершували інших величезною кількістю видань і впливом на сучасників – світський письменник, гуманіст-філолог Еразм Ротердамський і церковний реформатор Мартін Лютер. Спеціальні друкарні були зайняті в основному розмноженням їхніх творів.

Ураховуючи зростання ролі друкованого слова в боротьбі за громадську думку, німецький церковний діяч середини XVI століття Канізіус писав, що результати боротьби між католицизмом і протестантською ерессю багато в чому визначаються наслідками боротьби за контроль над друкарнями й випусками агітаційної літератури. «Бо, – додавав він, – у Німеччині один письменник вартий десяти професорів». Канізіус запропонував створити спеціальну колегію, яка мала готувати католицьких публіцистів. Він детально розробив і склав пропагандистські катехізиси для кожного року навчання у всіх школах й університетах.

Проте церква ясно усвідомлювала не лише значення пропаганди в книгодрукуванні, а й ту загрозу, яку вона становила для панівної ідеології.

Публікація 95 тез Мартіна Лютера в 1518 р. та подальше різке загострення релігійного протистояння викликали уведення жорсткої цензури в переважній більшості європейських держав. Покарання для викритих у публікації недозволених книг були суворими. Так, у 1527 р. в Лейпцигу був обезголовлений за таку провину книговидавець Ганц Гергот. Услід за організацією цензури були оформлені офіційні списки заборонених книг, перший із яких, що пізніше систематично поповнювався, був опублікований за наказом німецького імператора Карла V у 1524 р.

Прийнятий у 1559 р. на Тридентському соборі «Індекс заборонених книг» перетворився на важливе знаряддя боротьби з протестантизмом, і в нього стали включати все більше творів, що раніше схвалювалися римськими владиками. Папа Павло IV (1555–1559) навіть наказав внести до індексу твір, який він написав до того, як був обраний главою церкви.

У 1529 р. в Голландії був виданий указ, за яким усі книги повинні були мати спеціальний дозвіл на видання. Видавці, які не проходили цензуру, піддавалися жорстоким покаранням – тавруванню, виколюванню очей, вириванню язика, відсіканню руки. У 1538 р. увезення книг без дозволу було заборонене, а за едиктом 1544 р. не можна було друкувати на іспанській, англійській, італійській, а також інших мовах, які в Нідерландах не розуміли.

Едикт 1546 р. увів ще більші обмеження. Заходи імперського правління досягли апогею в 1550 р., коли був обнародований «Вічний едикт», іменованій також «Кривавим плакатом». Під страхом страти заборонялося будь-яке виробництво та продаж еретичних книг, а також читання й тлумачення Біблії.

У XVII столітті в Англії отримала широкий розвиток політична книга. З 50 тис. найменувань книг, брошур, листівок велика частина належала до суспільно-політичної літератури. Уряд прагнув посилити контроль за друкарським словом. У 1637 р. «Зіркова палата» ухвалила «Закон про цензуру», що відкрив найтемніший період в історії англійської друкованої книги. Проти цензури взагалі, проти цього закону зокрема виступив видатний поет, революціонер і суспільний діяч середини XVII століття Джон Мільтон. Його всевітньо відома «Ареопагитика, або Промова в захист свободи друку», озвучена ним у парламенті в 1644 р., де він наводив аргументи проти права уряду заздалегідь обмежувати публікацію й закликав до знищення цензури, потрясла Англію і всю Європу. Згодом її принципи лягли в основу конституційних прав про свободу друку багатьох демократичних держав.

Періодичні видання почали чинити помітний вплив на формування громадської думки із XVII ст. В середні віки відомості про те, що відбувається в інших місцях, поширювалися усно та письмово. Їх передавали солдати, купці, мандрівні ченці, проповідники та інші подібного роду люди. Ці повідомлення дуже цінилися публікою того часу. У Венеції в 1500 р. важливі новини записували на аркуші паперу, які вивішували на площах. Магістрат Венеції збирав і розсилав усім послам Венеціанської республіки різні звістки з метою їх інформування про події у світі. Із цих магістратських зведень робилися копії і для приватних осіб, за які платили дрібну монету, – *gazetta* (звідси походить термін «газета»). Там же, у Венеції, під час війни між Венецією і Туреччиною 1499–1503 років за розпорядженням уряду з'явилася прилюдна газета, яка видавалася щомісячно у вигляді манускрипту й читалася вголос на майданах.

У XV столітті в Німеччині з'явилися періодичні рукописні газети, і в другій половині XVI ст. існували професійні газетні писарі, які складали з листів та інших джерел рукописні газети і продавали їх. Як тільки виникло поштове сполучення, поштмейстери стали обмінюватися газетами.

У XVI столітті центрами поширення звісток були Венеція, Аугсбург, Віттенберг, Франкфурт на Майні, Кельн, Антверпен і Гаага. Розповсюджувалися «Летючі листки», які були попередниками газет.

Проте не можна стверджувати, що Європі належить пріоритет у появі газет. Відомо, що в Китаї ще в XIV ст. друкувалася на дерев'яних таблицях пекінська газета «Столичний кур'єр». Але вперше друковані газети починають регулярно виходити в Німеччині. Тут епоха Реформації створила широкий потік «летючої літератури» – листків, публіцистських злободенних трактатів, у тому числі написаних М.Лютером і Т.Мюнцером; із 1609 р. видається регулярна газета «Авізо». У Франції періодичний друк починається з «Газети», яка виходить із 1631 р. В Англії перші друковані газети «Інформатор» і «Новини» з'являються в другій половині XVII століття. Потім у 1665 р. почала виходити «Оксфордська

газета», яка згодом стала називатися «Лондонською газетою».

Своєрідним історичним рубежем для появи масової пропаганди серед противників і союзників була французька революція кінця XVIII ст. Із цього часу пропаганда серед військ і населення противника стала набувати сучасного вигляду, почалося бурхливе вдосконалення її форм і методів.

Кожен відомий полководець добре розумів необхідність інформаційного, пропагандистського забезпечення військових дій. Наші предки також уміли відповісти на пропагандистський випад противника продуманим контрударом або нейтралізувати його.

У 1708 році майстер, що випускав російські книги в друкарні Яна Тіссена в Амстердамі, виїхав зі всім її майном до Росії, але в Данцигу потрапив у полон до шведів, які не забарилися використати друкарню для друкування слов'янським шрифтом звернень до російського народу. Петро I віддає в тому ж році розпорядження контрпропагандистського характеру, наказуючи «таким листам зовсім не вірити і в себе не тримати», «а у кого такі листи з'являться, таких людей ловити і розпитувати, де хто такі листи узяв, і на кого скажуть, тих людей знаходити з великою старанністю і присилати до Москви».

На початку XIX ст. з'являється листівка-перепустка – документ, що об'єднав у собі пропагандистський текст і юридичні гарантії для того, хто здається в полон. У цей же період починає застосовуватися зворотний відпуск військовополонених.

Славетну сторінку в розвиток інформаційно-психологічного протиборства вписали й українські козаки завдяки досить високому рівню військового мистецтва, одним із елементів якого було використання «військових хитрощів».

Із джерел воєнного мистецтва українського козацтва історія ПсП збагачується специфічними тактичними прийомами, що мають національний характер та вживаються як елемент військово-психологічного супроводження бойових дій, належать до сфери «військових хитрощів» на полі бою і в районах воєнних дій.

Так, запорожці надзвичайно багато уваги приділяли формуванню громадської думки про справедливість їх отаманів та дисциплінованість запорізького війська. Кожний випадок злочину стосовно місцевого населення суворо карався в присутності потерпілих. У період бойових дій було категорично заборонено вживання спиртного, контакти з жінками та провокації з поборами, а тим більше грабуванням населення. Стосовно противника проводилась пропаганда гуманного ставлення до військово-полонених і роз'яснення умов переходу до лав запорізького війська як окремих вояків, так і цілих підрозділів. Так, пропагандою інтересів запорожців займались кобзарі, які в емоційно доступній формі здійснювали, вживаючи сучасну термінологію, «заходи консолідуючої пропаганди».

Поширеною формою морального впливу на війська та населення противника було писання листів образливого характеру, які дискредитували керівництво противника. Запоріжці писали листи не тільки турецькому султану,

але й польському королю, російському царю, римському Понтифіку. Нічого не відомо про отримання листів адресатами та відповіді на них, але в результаті подібних заходів значно зменшувалась довіра до командування противника серед його рядових вояків. Подібні заходи позитивно впливали на формування високого морально-психологічного стану власних військ та населення країни.

Черкаський і канівський староста Остафій Дашкович (1508–1535) підготував перший український військовий трактат 1533 р., який було представлено польському королю Сигізмунду I як «Проект оборони України та створення регулярної прикордонної служби». Дашкович, крім усього, знав мову татар і, часто буваючи на розвідках, лишався невпізнаним у їхньому таборі. Татари уважали його за свого, а завдяки здобутим відомостям він розбивав їх ущент.

Гетьман Дмитро Байда-Вишневецький увійшов до історії не лише як талановитий воєначальник. Велику спритність виявив Вишневецький у 1553 р., коли разом із нечисленним підрозділом козацького війська (як свідчать документи, «з усією своєю ротою, себто з усім козацтвом і хлопством, яке тримав коло себе») здійснив похід до самого Царгорода (Константинополя), де намагався дипломатично домовитися з турецьким султаном про припинення нападів турецьких орд на Україну. Чим закінчилися переговори, історії не відомо, однак є свідчення, що Вишневецький виїхав із турецької столиці з великими почестями й особистими дарунками від султана. Уже у 60-ті роки XVI ст. у народній думі, вписаній до рукопису Матвія Пійонтка, професора Краківської академії, знаходимо вказівки про використання психологічних прийомів у міжнародних контактах:

*В Царгороді на риночку
Ой н'є Байда мед-горілочку;
Ой н'є Байда – та не день не два,
Не одну нічку та годиничку,
Цар турецький до нього присилає,
Байду до себе підмовляє:
«Ой ти, Байдо, ти славнесенький!
Візьми в мене ти царівноньку,
Будеш паном на всю Вкраїноньку!»*

Уже тоді надзвичайну увагу Вишневецький звертав на морально-психологічні чинники оцінки боєздатності військ противника. Про це свідчить думка самого Байди: «Цар кримський (хан Девлет-Гірей) з усіма людьми кримськими підступив під моє місто на Хортицький острів і приступом брав 24 дні. І Божим милосердям... відбився і побив у царя багатьох людей кращих, і пішов цар від мене з великим соромом».

Постать іншого видатного козака Северина Наливайка була оповита легендами ще за його життя. Майбутній український гетьман народився в першій половині 60-х років XVI ст. В Острозькій академії здобув престижну на той час освіту. «Бавився з молодих літ за багатьох гетьманів козацьких багато, на багатьох місцях в землях неприятельських хлібом козацьким», –

згадує сам Наливайко про роки своєї молодості. У вересні 1594 року він захопив одну з наймогутніших фортець на Придністров'ї – м. Тячин. Під час походу козацьке військо спалило м. Яси, де захопило багато зброї та провіанту. Головне, що це спричинило зміщення турецького ставленика з посади молдавського голови і тим самим сприяло здійсненню психологічного тиску стратегічного рівня на урядові кола Туреччини. Психологічні тактичні прийоми описані в розповіді случького старости М.Халецького про штурм козаками Наливайка укріплень білоруського Могильова восени 1595 року. Спочатку Наливайко обстрілював замок із гармат. Після цього козаки підкотили під одну вежу два вози пороху, продовжуючи гарматну стрільбу та демонструючи намір їх підпалити. Побачивши це, більшість міщан, які обороняли мури, просто повтікали зі страху, а українські козаки без перешкод захопили одне з найбільших тогочасних міст Великого князівства Литовського.

Литовські війська через деякий час намагалися відвоювати місто, але козаки самі залишили його, організувавши рухомий табір: «Досить потужно з густою стрільбою той Наливайко відходить, ні одного з людей своїх до битви не відпускаючи, за ним литовці нічого йому вчинити не можуть, а він людям нашим дуже шкодить». Успішні дії проти переважаючих сил ворога забезпечувалися добре організованою розвідкою і контррозвідкою, умінням збирати й аналізувати інформацію, поширювати дезінформацію. За словами тогочасних шпигунів, Наливайко «жодному полковнику не звіряється, що за годину має учинити». Сам Северин на питання про його майбутні плани відповідав: «Давно би я по світу не ходив, якби хто відав, куди я маю обернутися».

У період визвольної війни Богдана Хмельницького із так званих «військових хитрощів» також застосовувалися тактичні прийоми, які мають безпосереднє відношення до тактики психологічної боротьби. Гнат Хоткевич описує такий випадок: «Два тижні тягнув Хмельницький переговори, але татар не було, прийшов лиш малий їх відділ. Тоді Хмельницький пускається на військову хитрість: посилає переодягненого попом козака так, аби його могли схопити поляки, і от сей піп на муках зізнається, що Хмельницький присяг платити ханові щороку велику данину, а за те хан прислав Хмельницькому 40 тис. татар. А на ранок Хмельницький велів частині козаків замотати голови чалмами, і змішавшись із татарами відділу Карабіш-мурзи, з криком «Алла-алла!» напасти на табір. Це мало створити ілюзію приходу 40-тисячної татарської армії. Хитрощі вдалися. На свої очі поляки побачили, що піп говорив правду, – і страх напав на польське військо». Але, напевно, не так страх, як дезорганізація.

Термін «психологічна боротьба» тоді ще не використовували, а користувалися поняттям «військові хитрощі». Хоча для козаків психологічний тиск на противника завжди був елементом боротьби.

4.2. Розвиток інформаційно-психологічного протиборства у воєнних конфліктах ХІХ ст.

Початок ХІХ ст. пов'язують із воєнними діями французів, які в досягненні перемоги над ворогом значну роль відводили ІІСВ. На початку ХІХ ст. у французьких підрозділах логістики з'явилась перша у військовій хронології штатна структура психологічної боротьби. Такою установою можна назвати друкарню армії Наполеона, що супроводжувала його штаб майже у всіх кампаніях. Сам Бонапарт надзвичайно уважно ставився до питань організації ІІСВ на противника і вороже населення. «Моральний чинник співвідноситься із матеріальним як три до одного», – говорив він своїм маршалам. У європейських кампаніях 1804–1807 років надзвичайно ефективно використовувалась така форма ІІСВ, як розповсюдження фальшивих друкованих грошей із метою порушення системи матеріального забезпечення німецьких та австрійських військ.

Заохочувався перехід у полон, поширювалися прокламації тощо. В італійській та австрійській кампаніях 1804–1807 років Наполеон уміло використав газети та кореспондентів нейтральних держав (Швейцарії, Англії) для дезінформування стосовно дислокації власних військ. Із цією метою він «створив резервний корпус на швейцарському кордоні, де постійно втрачалися таємні документи».

24 червня 1812 року шестисоттисячна армія Наполеона Бонапарта вторглася в Росію. Для завоювання Росії Наполеон інтенсивно використовував не лише економічні та військові ресурси підвладних йому європейських країн, але й можливості їхньої преси. Блискучі якості полководця, лідера й організатора у військових і державних справах, воля і влада, а також розуміння ролі друку й засобів публіцистики, які він уміло застосовував на всіх етапах своєї діяльності, дозволили йому досягти успіху у впливі на суспільну думку.

Перед війною з Росією, коли Наполеону було конче необхідно виправдати свій похід, у Франції та інших європейських державах формувалася думка про Росію як природного агресора, про російський народ як варвара, що прагне знищення європейської цивілізації. Для цього була запущена фальшивка – так званий «заповіт» Петра І, на основі якого за велінням Наполеона французький історик Лезюр випустив книгу «Про зростання потужності Росії з її виникнення до початку ХІХ століття», де говорилося про нібито ретельно розроблену Росією програму завоювання сусідніх європейських країн. Таким чином, Наполеон намагався подати свою агресію як превентивний захід щодо захисту західноєвропейської цивілізації від Росії у її прагненні панувати у світі. Цим він шукав собі підтримку в усій Європі, додавав війні характеру загальноєвропейської боротьби проти неминучого вторгнення варварів зі сходу.

У Наполеона був значний досвід використання печатного слова як ефективної зброї в одержанні перемоги над противником. Його методи інформаційного впливу та керування пресою не раз сприяли досягненню політичних, військових і власних цілей.

Проте на початку бойових дій у Росії в 1812 р. розповсюдження

друкованих матеріалів французькою мовою та фальшивих асигнацій абсолютно не мало успіху, тому що російські селяни просто не вмiли читати навіть російською мовою та не розумiли вартостi паперових грошей i тому майже всi асигнацiї з друкарнi Наполеона (якi за якiстю не вiдрiзнялись вiд російських) були зiбранi та переданi до штабу Кутузова. У цьому випадку ефективнiсть штатних пiдроздiлiв психологiчної боротьби на тактичному рiвнi в армiї Наполеона була невисокою. Натомiсть штаб Наполеона на стратегiчному рiвнi успішно здiйснив заходи щодо дискредитацiї найвищого командування російської армiї в початковий перiод вiйни. Через дипломатичнi та приватнi канали й регулярнi видання були поширенi чутки про пiдкупнiсть генералiв російської армiї нiмецького походження Барклая де Толлi, Вiтгенштейна, Тотлебена. У результатi усунення скомпрометованих генералiв та старших офiцерiв вiд командування на перiод розслiдування було суттєво послаблено управлiння вiйськами, на що вказує багато дослiдникiв цього перiоду.

Пiднявшись на гребенi Великої французької революцiї, яка привела в рух глибиннi пласти населення, збудила енергiю й самосвiдомiсть народних мас, Наполеон розумiв, що i в цьому планi умови ведення воєн докорiнно змiнилися передусiм тому, що в полiтичному життi зросло значення морального духу народу й армiї. I як жоден iнший полководець минулого, Наполеон пiдпорядкував воєнно-стратегiчним цiлям буквально всi доступнi тодi способи приборкання громадської думки.

Великого значення вiн надавав пресi. Вiдомий вислiв Наполеона: «Чотири газети зможуть принести вороговi бiльше зла, нiж стотисячна армiя». Його дiяльнiсть у цьому напрямi була незвичайно широкою. Для змiцнення своєї диктатури вiн пiднiс цiлеспрямований вплив на громадську думку до рiвня високої державної полiтики. Цю думку вiн не раз висловлював у колi своiх однодумцiв. Так, у квітнi 1800 року в бесiдi з М.А.Жульєном Наполеон заявив: «Суспiльна думка – це кiнь, iнколи вередливий, якого я намагаюся приборкати». У червнi 1804 року на засiданнi Державної ради Бонапарт висловився яснiше: «Ми повиннi управляти суспiльною думкою».

Особливо активними були зусилля пропагандистського апарату Наполеона щодо тих країн, iз якими йшла вiйна або якi належало ще завоювати. Пiдвладна йому європейська преса багато найважливиших подiй замовчувала зовсiм, натомiсть ряснiючи повiдомленнями, якi перебільшували успіхи французiв i спотворювали реальний стан справ у ворожому таборi. Деколи це були явнi фальсифiкацiї, iнспiрованi самим iмператором. За його ж наказом у сусiднiх країнax поширювалися тисячi памфлетiв, брошур, листiвок, а у «Великій армiї» в кожнiй кампанiї регулярно видавалися офiцiйнi бюлетенi – першоджерела вiйськово-полiтичної iнформацiї, якi активно розповсюджувалися. I все це мало на метi пiдняти дух вiйськ, деморалiзувати й подавити противника, заплутати його неправдивими новинами, прихилити до себе мирних жителiв, вселити їм уявлення про велич французької армiї i таким чином ще до завершення вiйськових дiй прокласти шлях до перемоги.

Ще на початку своєї першої кампанії в Італії Наполеон для пiднесення духу

своєї 45-тисячної армії, що значно поступалася за чисельністю противникові, відчувала гострий брак провіанту та обмундирування, видає відповідні накази й військові бюлетені. Їхніми адресатами були не лише війська, але й широка публіка як у французькому тилу, так і на завойованих територіях. Окрім наказів, важливу пропагандистську роль відігравали маніфести, звернення до місцевого населення, а також різного роду листи й звернення до місцевих впливових діячів. У 1797 р. імператором були створені дві газети – «Кур'єр італійської армії» і «Франція очима армії», що поширювалися у військах. Крім того, в Парижі виходила газета «Журнал Бонапарта та добродішних людей». У роботі Перів'є «Наполеон – журналіст» наголошується, що є два типи журналістів: організатори цієї справи й ті, хто безпосередньо пише. Наполеон вдало поєднував у собі обидва типи. Окрім організаторської роботи, він також інтенсивно писав сам.

Ось текст одного з його перших наказів після вступу на італійську землю: «Солдати, з вершин Апеннін ви обрушилися, як потік, крушачи і перевертаючи все, що намагалося вам протистояти. Хай тремтять ті, хто заніс над Францією кинджали громадянської війни; година відплати настала. Але хай народи будуть спокійні. Ми – друзі всіх народів і особливо нащадків Брута та Сципіонів... Вільний французький народ, шанований усім світом, принесе Європі гідний мир». Це лейтмотив усіх наступних наказів, маніфестів, бюлетенів і газетних публікацій Наполеона, який би новий регіон він не завойовував для Франції.

У наступній своїй кампанії – в Єгипті – Наполеон заснував ще одну газету – «Єгипетський кур'єр». Під час єгипетського походу він усвідомлює, що тут дуже важко виступати в ролі полководця – місіонера революції, свободи й незалежності, як це було в Італії. Бонапарт прагнув визначити характер аудиторії, до якої йому належало звертатися зі своїми призивами. З огляду на ситуацію та розстановку місцевих сил, він зробив вибір і вирішив адресуватися до феодалної верхівки єгипетського суспільства та впливати на неї як на носія націоналістичного духу.

Також він прагнув у своєму зверненні врахувати роль релігійної верхівки, тобто шейхів. Бонапарт намагався знайти підходи до їхньої самосвідомості, узявши до уваги суперечності між верхівкою мусульманства Єгипту та папською католицькою церквою. Із цією метою Наполеон вирішив використати той факт, що боротьба Франції за Мальту є одночасно боротьбою проти Католицького ордену, який володів цим островом. У його зверненні говорилося: «Скажіть народіві, що ми – друзі правовірних мусульман. То хіба ми не змістили Папу, який говорив, що з мусульманами треба боротися? То хіба ми не знищували мальтійських лицарів, тому що ці божевільні вірили, ніби Бог хоче, щоб вони воювали з мусульманами?.. Тричі щасливі будуть ті, хто буде з нами. Вони досягнуть успіху у своєму майновому становищі та кар'єрі. Щасливі ті, хто залишаться нейтральними. У них буде час познайомитися з нами, і вони перейдуть на наш бік. Але горе, тричі горе тим, хто піде з мамелюками, візьме в руки зброю й буде проти нас воювати! Для них немає надії, вони загинуть».

Отже, коли не було можливості експлуатувати визвольні чи націоналістичні ідеї, Наполеон прагнув впливати на вищий ешелон влади противника поєднанням обіцянок і погроз, дозуючи їх відповідно до обстановки й характеру аудиторії.

Із наведеного вище наполеонівського звернення багато можна запозичити при підборі засобів інформаційно-психологічного впливу. *По-перше*, можна відзначити вибір адресата – імамів, шейхів, а не простий народ. Звертатися із закликом до безграмотних фелаків було б безглуздо; *по-друге*, імітацію подання матеріалу, звичного для цієї єгипетської верхівки, підбір зрозумілих аргументів, в основі яких лежить невелика частка правди. Хіба не відповідає дійсності, що Наполеон воював із Папою, й Мальтійським орденом, іншими ворогами єгиптян, хоча і зовсім не тому, що перші були противниками мусульман? *По-третє*, чітка вказівка на бажану форму поведінки: або приєднуйтеся до мене, будьте моїми союзниками, або, принаймні, дотримуйтеся нейтралітету, тобто те саме поєднання обіцянок і погроз, про яке говорилося вище.

Наполеон уважав, що всією повнотою інформації про найзагальніші відомості щодо подій, які відбуваються в країні, мають володіти лише представники вищих ешелонів влади – сам Бонапарт і порівняно невелике коло еліти. На його думку, правильно зрозуміти цю інформацію і розпорядитися нею можуть лише вони, а необмежена свобода преси призведе до жахливих наслідків.

Першою справою нового самодержавного володаря після перевороту 18 брюмера (9 листопада 1799 року за Григоріанським календарем) було закриття 60 паризьких газет із 73 лише тому, що їх було надто багато, а на думку Наполеона, чим газет менше, тим краще. Із цих 13 до кінця 1800 року в Парижі виходили лише дев'ять газет, а потім їх кількість була знижена до восьми. Із збережених Наполеоном газет лише «Монітер юніверсель» була оголошена «єдиною офіційною газетою». Перший консул дістав можливість безпосередньо через неї висловлювати свою думку. Формально газета знаходилася в приватних руках, її редактором був Сово Франсуа, за яким зберігалося лише одне право... відати театральною рубрикою. Таким чином, Наполеон здійснив свій знаменитий принцип: «Правитель повинен завжди використовувати рекламу для своїх цілей». Матеріали, поміщені в «Монітері», передруковувалися провінційними газетами, при цьому автором багатьох статей і листівок був сам Наполеон.

Імператор Франції наголошував, що видавничу справу необхідно контролювати й направляти, без цього глави держав приречені на невдачу. Він розгортає консолідуючу пропаганду, тобто використовує всі методи ідеологічного впливу і контролю для закріплення особистої диктатури й військових завоювань; створює розгалужену, добре організовану поліцейсько-цензурну мережу, яка повинна обмежувати поширення інформації. Наполеон уважав, що для широкої публіки інформацію необхідно ретельно просіювати. Але робити це треба так, щоб створити в народі певні стереотипи, в основному соціально-політичного характеру, що виправдовують чинний режим. У рамках цих стереотипів і формувалося мислення народу, відбувався його соціально-

політичний розвиток.

Наполеон диференційовано підходив до впливу друку на громадську думку усередині країни і за рубежем. У Франції він зовсім вилучив із сфери обговорення всю внутрішню й зовнішню політику і вважав великою милістю дозвіл певним органам преси, що уціліли при ньому, поміщати коротенькі, суто інформаційні замітки політичного характеру.

Провідне місце в офіційній пропаганді займало прославляння великого полководця. Недостатньо було, резонно відзначав Ж.Тюлар, перемогти при Монтенотті, Лоді чи Кастільйоні, потрібно було також переконати всіх у важливості цих перемог. У створенні культу Наполеона використовувалися всі засоби, починаючи від преси і закінчуючи театральними постановками.

Дві газети італійської армії виходили під патронатом Бонапарта. У них генерала Бонапарта зображали видатним полководцем, що підняв меч ради захисту народів і торжества справедливості. Таким же він змальовував себе у відозвах, звернених до італійського народу. У Парижі 10 лютого 1797 року була поставлена перша п'єса про Наполеона «Битва при Ровербелло, або Бонапарт в Італії», а 23 лютого – друга – «Узяття Мантуї». У листопаді 1797 року з'явився «Гімн миру» – один із перших складених на честь Бонапарта: «Слава переможцеві Італії! Слава всесвітньому героєві! Він включає до складу своєї батьківщини Сто різних народів».

У зовнішньополітичній пропаганді, розрахованій не лише на Францію, але й у цілому на Європу, він прагнув сформуванню громадську думку, сприятливу для своєї держави. Відразу після приходу до влади Наполеон зробив низку багатообіцяючих заяв щодо найшвидшого припинення воєн. 25 грудня 1799 року він направив англійському королеві й австрійському імператорові послання з пропозицією почати мирні переговори. Як писав Манфред, «це був правильно розрахований хід», бо вся Європа прагнула миру. Населення Франції теж бажало цього: «Узявши на себе ініціативу мирних пропозицій, Бонапарт не лише вигравав у громадській думці і своєї країни, й передових людей за межами Франції. Він перекладав відповідальність за все подальше на інших». Для Наполеона було дуже важливо, щоб у суспільстві вважали порушником миру перед кожною війною не його, а противника.

Велику увагу Наполеон приділяв удосконаленню прийомів дезінформування, уведення в оману ворога стосовно своїх задумів. Досить часті були його накази, щоб преса заплутувала ворога неправдивими вістями.

Ось, наприклад, що він наказував із Москви австрійському, баварському та вюртембергському правителям: «Я не лише бажаю, щоб посилялися підкріплення, але я бажаю також, щоб перебільшувалися ці підкріплення і щоб господарі змусили свої газети друкувати про велике число військ, подвоюючи це число».

Щоб впливати на громадську думку в стані противника, в період наполеонівських воєн широко застосовувався підкуп іноземного друку. Відомо, що Наполеон намагався використати його у своїй боротьбі проти Англії. Так, у 1802 р. англійська розвідувальна служба доносила з Парижа в Лондон про те,

що агент Наполеона Ф'єв поїхав до Англії із спеціальною місією – знайти підхід до редакторів англійських газет для того, щоб запропонувати їм постійне утримання й тим самим забезпечити собі канали впливу на населення на користь Франції. Ця спроба Бонапарта створити психологічний плацдарм в англійській громадській думці зазнала поразки через пильність розвідувальних служб цієї країни.

Наполеонівська технологія поєднання військових дій та інформаційної війни може бути сповна повчальною для сучасних практиків. Але й російський досвід тих років у цьому відношенні був на висоті. Успішну пропаганду серед військ і населення противника вели полководці О.В.Суворов та М.І.Кутузов.

Суворов у 1799 р. під час італійського походу російської армії вперше здійснив психологічну операцію як складову єдиного плану бойових дій. Прийнятна для об'єкта впливу оцінка обстановки, переконлива аргументація й виразне мовлення зробили звернення Суворова до солдатів п'ємонтської армії досить дієвим: на сторону російсько-австрійських військ п'ємонтці переходили не тільки поодиночки, але й групами та навіть цілими частинами.

Письмове звернення до народу Польщі М.І.Кутузова, датоване 27 грудня 1812 року, вперше використовувалося як листівка-перепустка (так звана охоронна грамота). Це був прообраз листівки-перепустки в полон, що активно застосовувалась у війнах і збройних конфліктах ХХ ст.

Командування російської армії також уміло використовувало звільнення військовополонених із метою пропаганди полону. На початку 1813 року французьке командування, стурбоване дуже частими випадками здачі в полон, оголосило, що всі солдати після повернення з полону служитимуть ще протягом 25 років, а ті, хто закінчить кампанію в лавах армії, будуть звільнені від подальших призовів. У французьких військах оголосили також, що росіяни в полон не беруть, а якщо деяким залишають життя, то тільки для того, щоб мучити в таборах.

Флігель-ад'ютант князь В.С.Трубецький, ознайомившись із цими документами, написав Аракчеєву: «Чи не думаєте ви, Ваша світлосте, що корисно було б нинішніх полонених звільнити й відправити їх для того, щоб вони розповіли товаришам своїм, як у нас із ними поводяться». Це й було зроблено протягом 1813–1814 років. Ті, хто повернувся з полону, спростував наполеонівську пропаганду. Усього, за даними штабу Кутузова, з 640 тис. французів, які перейшли російський кордон протягом 1812 року, 160 тис. здалися в полон.

Історія розвитку засобів ІІІП цього періоду славиться технічними досягненнями. Перший випадок розповсюдження листівок із повітря відбувся у Франції. Під час Паризької комуни в 1871 р. агітатори комунарів здійснили кілька успішних акцій: на повітряних кулях вони пролітали над позиціями німецьких військ, що оточили Париж, та розкидали листівки з прокламаціями «Ради комуни» над містечками й селами на рекордні для того часу відстані від місця вильоту – 200 км. У результаті таких заходів тимчасово вдалось забезпечити продовольством населення Парижа.

Подальшого розвитку набули такі напрями ІІсП, як: обґрунтування причин розв'язання агресії, дискредитація керівництва противника, внесення розколу в його лави, фальсифікація історичних подій. З'явилися технічні можливості вести друковану пропаганду шляхом видання та доведення до об'єкта впливу памфлетів, маніфестів, відозв, звернень, листів, інформаційних листівок. Застосовується метод відпуску військовополонених із пропагандистськими цілями.

Заходи ІІсП стали узгоджуватися з бойовими завданнями збройних сил. І хоча до цього періоду не було створено жодного спеціального військово-органу пропаганди, ІІсВ уже став частиною воєнного мистецтва.

Отже, ІІсП бере початок із часу становлення цивілізованого суспільства. Із формуванням держави як органу управління суспільством виникає й розвивається ІІсВ на свідомість особи, за допомогою якого людство вирішує безліч проблем без застосування збройної боротьби.

Науковий і технічний прогрес сприяє розвитку технічних засобів ІІсП. Прикладом цього є застосування повітряних куль у Франції, артилерії у США та інших технічних засобів у різних країнах.

ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Які древні правителі та полководці прагнули підкорити противника без битви і в які способи?
2. Чому вчить древній китайський полководець Сунь-Цзи у своєму «Трактаті про військово мистецтво»?
3. Які форми та напрями інформаційно-психологічного протиборства застосовувалися у стародавньому світі?
4. Хто та якими формами інформаційно-психологічного впливу продовжив розвиток інформаційно-психологічного протиборства в епоху Середньовіччя?
5. Розкрийте походження й розвиток друкованої пропаганди часів Середньовіччя.
6. Охарактеризуйте зародження пропаганди як форми інформаційно-психологічного впливу в епоху Середньовіччя.
7. Який вплив мали політична книга та періодичні видання на суспільну думку в період Середньовіччя?
8. Розкрийте особливості інформаційно-психологічного протиборства часів українського козацтва.
9. Які форми інформаційно-психологічного впливу використовував Наполеон після приходу до влади?
10. Наведіть приклади використання Бонапартом друкованої пропаганди для здійснення інформаційно-психологічного впливу.
11. Охарактеризуйте особливості інформаційно-психологічного протиборства воєнних кампаній Наполеона в Італії, Єгипті та Росії.

12. Охарактеризуйте зовнішньополітичну пропаганду Наполеона.
13. Які особливості впливу політичної книги та періодичних видань на суспільну думку в ХІХ столітті?
14. На чому базується вітчизняний досвід використання інформаційно-психологічного протидіяння в ХІХ столітті?

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДІЛУ 4

1. Інформаційна безпека держави: підручник / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Д.С. Мельник та ін.]; в 2 т. – Т. 1. / за заг. ред. В.М. Петрика. – К.: Вид-во ІСЗЗІ НТУУ, 2016. – 264 с.
2. Інформаційно-психологічне протидіяння (еволюція та сучасність) : навч. посіб. / [Петрик В.М., Бакалинський О.О., Жарков Я.М. та ін]. – К. Вид-во ІСЗЗІ НТУУ «КІП», 2012. – 248 с.
3. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти) : підруч. / [В.В.Остроухов, В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк та ін.] ; за ред. Є.Д.Скулиша. – К. : КНТ, 2010. – 776 с.
4. Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации : учеб. пособ. / [В.М.Петрик, В.В.Остроухов, А.А.Штоквиш и др.] ; под. ред. В.В.Остроухова. – К., 2008. – 544 с.
5. Волковский Н. Л. История информационных войн : в 2 ч. Ч. 1 / Н.Л.Волковский. – СПб. : Полигон, 2003.– 502 с.
6. Крысько В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / В.Г.Крысько ; под общ. ред. А.Е.Тараса. – Минск : Харвест, 1999. – 448 с.
7. Информационно-психологическая и психотронная война : хрестоматия / [под общ. ред. А.Е.Тараса]. – Минск : Харвест, 2003. – 432 с.
8. Нарис теорії і практики інформаційно-психологічних операцій : навч. посіб. / [М.Т.Дзюба, Я.М.Жарков, І.О.Ольховой, М.І.Онищук] ; за заг. ред. В.В.Балабіна. – К. : ВІТІ НТУУ «КІП», 2006. – 468 с.

РОЗДІЛ 5

ФОРМУВАННЯ ОСНОВ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОТИБОРСТВА В РОКИ ПЕРШОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ ТА В МІЖВОЄННИЙ ПЕРІОД (1919–1939 рр.)

5.1. Інформаційно-психологічне протиборство під час Першої світової війни

На самому початку Першої світової війни уряди воюючих країн, окрім Німеччини, дійшли висновку щодо необхідності створення спеціального апарату для ведення пропаганди серед військ і населення противника та впливу на громадську думку в нейтральних державах. Із цього часу подібні органи почали з'являтися у всіх арміях провідних країн світу. У Німеччині вони виникли після 1918 р.

У роки Першої світової війни, коли радіо ще не стало засобом масового зв'язку, а гучномовні установки були дуже примітивні й за своєю ефективністю лише трохи відрізнялися від рупорів, пропагандистський і психологічний впливи здійснювалися переважно за допомогою друкарської продукції. Її основними видами були: листівки, газети, брошури, листи полонених, плакати, фальшиві продовольчі картки та ін. Найбільшого поширення набули листівки. Першими з відомих серед них були листи німецьких військовополонених з англійських таборів своїм родичам. Завдяки винайденню в Англії офсетного друку копії листів військовополонених готувалися дуже ретельно, навіть колір чорнила в них відповідав оригіналу. Часто німецькі солдати сприймали ці листівки як оригінали листів і пересилали їх поштою родичам полоненого. До листів не вносилося жодних змін чи приписок. Пропагандистський сенс полягав у відповідному виборі листів: перевага надавалася тим, у яких мова йшла про хороше ставлення до полонених.

Особливу популярність у солдатів мали ілюстровані листівки. У деяких із них використовувалася гостра класова аргументація. Відповідальність за розв'язання й ведення війни покладалася на німецького кайзера, прусське юнкерство, військову бюрократію. Полоненим давали читати літературу, до якої Німеччина не допускала своїх солдатів і робочих під страхом каторги (листи К.Лібкнехта, соціалістичні газети з Німеччини й т. ін.). Робилося це для того, щоб через листи полонених вплинути на моральний дух населення Німеччини.

Із зростанням і зміцненням довіри до англійської пропаганди стало можливим за допомогою листівок поступово зменшити ненависть із боку солдатів противника. Це привело до того, що німецькі солдати на ділянках англо-німецького фронту вже не билися до останнього, а здавалися значно раніше, ніж, наприклад, французам.

Найбільш злободенною в пропагандистському обігу американців стосовно німців була продовольча тема. Одне лише перерахування назв харчових продуктів добового раціону військовополонених мало велику привабливу силу для армії голодних солдатів, які знають, що на їх батьківщині також голодують.

Так, у листівці американських експедиційних військ, виконаній у формі німецької польової поштової листівки, йшлося: «Підніми цю листівку, напиши на ній адресу своєї сім'ї. Якщо ти потрапиш у полон до американців, то передай цю листівку першому офіцерові, який проводить допит. Він зобов'язаний відправити її твоїм рідним». Далі йшов текст: «Я перебуваю в полоні, легко (важко) поранений (не поранений). Не турбуйтеся про мене. Нас добре годують: дають яловичину, білий хліб, картоплю, боби й горох, вершки, каву, молоко, масло, тютюн і т. ін. (непотрібне закреслювати)».

Разом із листівками з вересня 1918 року англійці почали видання маскувальних окопних газет. Поряд із заголовком у них розміщувався портрет кайзера, а також зазначалася ціна – 10 фенінгів. Газети були прекрасним матеріалом для впливу на німецьких солдатів, які, щоб швидше збіг час, читали абсолютно все, що потрапляло їм під руку. Газети виходили тиражем 250–500 тис. примірників щотижня.

Листівки видавалися чималими тиражами. Так, у жовтні 1918 року тільки в Англії було видано 5 млн 360 тис. листівок. Спочатку пропагандистські матеріали розповсюджувалися спеціально виділеною авіаескадрильєю. У 1918 році в Англії був винайдений і випробований агітаційний снаряд.

Із самого початку війни англійці захопили ініціативу у веденні пропаганди стосовно противника й утримували її до кінця. Було зроблено багато помилок, не у всьому їх супроводжував успіх, але вони багато чому навчилися, тому англійська пропаганда майже завжди досягала поставлених цілей. Генерал Людендорф так оцінив ефективність англійської пропаганди щодо німців: «Ми були так майстерно і в такому обсязі піддані ворожій пропаганді, що незабаром багато хто був не в змозі розрізнити, що є пропагандою противника, а що – його власним сприйняттям... Ми не билися більше до останньої краплі крові. Багато німців не хотіли більше вмирати за Вітчизну».

Першою, на думку британських фахівців, умовою ефективності такої пропаганди було те, що вона розглядалася як державна справа. Практично це виражалося в тому, що міністерство інформації було частиною державного апарату й перебувало в щонайтіснішому зв'язку з прем'єром, міністерством закордонних справ і військовими відомством.

По-друге, в Англії чудово розуміли, що успіх пропаганди великою мірою залежить від її масового застосування; англійці не шкодували грошей на пропаганду, пам'ятаючи, що витрати окупляться сторицею.

По-третє, міністерству інформації вдавалося так будувати й проводити пропаганду, що для її об'єктів залишалася прихованою основна мета – повернути противника на свій бік. Найкраща пропаганда та, за якої об'єкт впливу не відчуває, що на нього впливають.

У 1922 р. в 12-му томі Британської енциклопедії були викладені принципи англійської пропаганди. Основні з них зводилися до такого: «Правда має ціну тільки тоді, коли вона дієва. Повна правда взагалі зайва і майже завжди здатна привести до помилок. Використовувати правду можна лише частково.

Підозрілість, яку викликає всяка явна пропаганда, зменшує її ефективність. Із цього слід зробити висновок, що велика частина роботи повинна вестися непомітно».

Тактичні принципи пропаганди були сформульовані таким чином:

- повинні бути поширені такі способи навіювання, які можуть викликати специфічний інтерес у певних груп населення;
- мають бути обрані такі способи навіювання, які можуть анулювати небажані ідеї, викликані в населення замовчуванням подій;
- необхідно використовувати такі способи навіювання, які мають шанси не викликати спростування до тих пір, поки не буде досягнута мета пропаганди. Отже, потрібно уникати суперечностей в одних і тих самих контекстах пропаганди, що спрямовується на одну й ту ж групу населення.

Відповідно до цих принципів вдалий вибір матеріалу для пропаганди припускає точне передбачення не тільки найближчих результатів його поширення, але також і протидії, яка може бути ним викликана.

Найбільш практичний метод для пропагандиста полягає в тому, щоб у думках ототожнювати себе з тими, на кого він хоче вплинути, і досліджувати всі можливі підходи для того, щоб заволодіти їхньою увагою. Тому персонал для пропаганди повинен бути набраний із осіб, котрі близько знають ті групи населення, з якими їм доведеться мати справу.

Під час Першої світової війни відбулося небувале вдосконалення як теорії, так і техніки пропаганди стосовно військ та населення противника. Пропагандистські органи воюючих держав опанували прийоми спритного підроблювання брехні під правдоподібність, почали будувати свою діяльність на досягненнях психології, задіювали найкращі сили журналістів, лінгвістів і графіків, мали у своєму розпорядженні великі кошти. Від вузької тематики на початку війни (переважно дискредитація військово-політичного керівництва), наївних, погано виконаних із точки зору поліграфії листівок пропагандистські органи воюючих держав вже на другому році війни перейшли до використання значно ширшого кола тем, уміло розпалювали суперечності в таборі противника, здійснювали психологічний вплив на його війська, культивували занепадницькі настрої серед цивільного населення.

Розрізнені спочатку пропагандистські органи країн Антанти до кінця війни почали координувати свої плани, нарощувати зусилля на головних напрямках: пропаганді безнадійності військово-політичного становища Німеччини й Австро-Угорщини, переконанні населення й армій цих держав у непохитній потужності держав Антанти і, нарешті, на пропаганді полону.

Розуміння важливості вирішення пропагандистських завдань і прагнення узгоджувати зусилля привели до скликання в серпні 1918 року в Лондоні загальносоюзницької конференції з пропаганди. За своєю суттю вона була першим міжнародним форумом із теорії пропаганди щодо військ і населення противника. Ця конференція підвела підсумки діяльності пропагандистських органів, узагальнила накопичений досвід і виробила рекомендації з ведення узгодженої між союзниками пропаганди на Німеччину й Австро-Угорщину. До

кінця війни пропаганда країн Антанти підкорялася єдиному верховному командуванню. Був створений спеціальний штаб з організації впливу на війська та населення противника, в якому діяли різні національні секції.

Відразу після закінчення Першої світової війни керівники армій провідних світових держав виявили підвищену цікавість до політичного досвіду пропаганди. Його вивчення та узагальнення велося не лише заради інтересу; воно здійснювалося передусім для того, щоб пропагандистські апарати армій могли повністю врахувати помилки, допущені ними самими, а також їхніми противниками. П.Уорбертон писав: «Сьогодні основним завданням у війні є не знищення збройних сил противника, як це було раніше, а пригнічення морального стану населення ворожої країни в цілому до такого рівня, щоб воно примусило свій уряд піти на укладення мирного договору. Збройне зіткнення армій – лише один із способів досягнення цієї мети».

Таку думку поділяло багато західних соціологів та військових, хоча практично для втілення її в життя було зроблено дуже мало, оскільки до самого початку війни з гітлерівською Німеччиною більшість політичних керівників провідних держав світу була переконана, що узагальнення досвіду попередньої війни буде цілком достатньо для ведення успішної пропаганди в майбутніх протистояннях.

Таким чином, Перша світова війна дала винятково могутній поштовх для розвитку пропаганди як засобу досягнення військової мети, спеціального виду зброї, що справді допомагає армії виконувати бойові завдання.

Під час Першої світової війни пропаганда на війська й населення противника з випадкової зброї перетворилася на один із провідних військових інструментів. Цьому об'єктивному процесу сприяла поява поліграфічних машин, які забезпечували розмноження листівок мільйонними тиражами, упровадження недорогих засобів доставки друкарської продукції до адресата, поширення писемності серед населення більшості країн, що брали участь у війні. Під час війни вперше були створені спеціальні органи й організації, що займаються питаннями ведення пропаганди щодо військ і населення противника.

Основними темами для інформаційно-пропагандистських матеріалів стали: залякування противника своєю потужністю (часто уявною); проголошення справедливого характеру війни зі свого боку і звинувачення противника у веденні війни несправедливої, загарбницької; загострення суперечностей у таборі противника (зокрема національних, расових, майнових, релігійних, правових), розкол союзів; дискредитація політичного й військового керівництва противника; пропагування полону.

Подальший розвиток отримала також усна пропаганда, зокрема з використанням простих технічних засобів. У обмежених масштабах вперше заявила про себе радіопропаганда. З'явився майже весь комплект технічних засобів розповсюдження інформаційно-пропагандистських матеріалів: повітряні кулі, авіабомби, авіаційні контейнери, агітснаряди, агітміни, агітгранати.

У період Першої світової війни були сформульовані окремі *теоретичні*

положення, що стосуються принципів ведення пропаганди:

1. Першою вельми важливою умовою ефективності пропаганди на війська й населення противника стало те, що вона повинна бути державною справою і вестися державними організаціями. При цьому в кожному конкретному випадку її застосування мають бути поставлені ясні, реальні цілі й завдання. У коаліційній війні необхідна координація зусиль у сфері пропаганди на війська й населення противника, тобто пропаганда повинна бути справою об'єднаного командування.

2. Успіх пропаганди значною мірою залежить від її масового застосування. У зв'язку з цим повинні використовуватися всі наявні в її арсеналі форми й методи, виділятися необхідні матеріальні та технічні кошти. Пропаганда має вестися на зрозумілій народу мові, зокрема з використанням відповідних діалектів.

3. Пропаганда має здійснюватись так, щоб її об'єкт не підозрював, що інформаційно-пропагандистський документ спеціально призначений для нього. Найкраща пропаганда та, за якої об'єкт впливу не відчуває, що на нього впливають.

4. Люди зазвичай охоче вірять тому, чому їм хочеться вірити. У пропаганді, спрямованій на війська та населення противника, завжди повинні враховуватися ці потреби й інтереси і відповідно до них підбиратися інформаційно-пропагандистські матеріали.

5. Контроль за проходженням інформації, суворий нагляд за публікуванням різних відомостей, цензура та заборона на інформацію негативно впливають на маси, викликають загальне обурення. Наполовину інформовані особи завжди жадають дізнатися все, а це знахідка для пропагандиста.

6. Дискредитації не підлягають особи, які мають авторитет у певної групи населення або особового складу збройних сил. Особливо педантично слід підходити до ведення пропаганди, спрямованої на дискредитацію коронованих персон, керівників партій і рухів.

Під час Першої світової війни була вирішена дуже важлива проблема інформаційно-психологічного протиборства не тільки в цілому, в рамках усієї війни, що ведеться, але й у конкретній бойовій операції з використанням засобів пропаганди.

5.2. Діяльність політорганів Червоної Армії серед військ противника в міжвоєнний період

Високому рівню роботи політорганів Червоної Армії серед військ противника в міжвоєнний період (1919–1939) сприяла значна увага до неї з боку ЦК РКП (б), який забезпечував узгодженість пропагандистських зусиль партійних, радянських і військових органів, мобілізацію для ведення пропаганди необхідних сил та засобів, використання найбільш доцільних для того періоду форм і методів ідеологічної дії.

У більшовицькій пропаганді відбивався передусім той факт, що протистояння Радянської Росії й іноземних інтервентів і білогвардійців мало

гострий класовий характер, було боротьбою двох протилежних соціальних систем. Більшовики ставили завдання шляхом пропаганди соціалістичних ідей добитися політичного прозріння солдатів противника, змінити їхні погляди на характер війни, яку вони вели в Росії, збудити їхню класову самосвідомість. Впливаючи на класові почуття, більшовики прагнули добитися повного розшарування ворожої армії, підірвати її єдність і зробити більш уразливою на полі бою.

Політична робота серед інтервентів відрізнялася від агітації та пропаганди у військах білогвардійців. Солдатам інтервентів розкривали передусім загарбницькі цілі урядів Німеччини, США, Англії, Франції і Японії в Росії, серед них велася пропаганда антиімперіалістичних ідей, пролетарської солідарності трудящих усіх країн. Солдатів закликали підтримувати гасло «Руки геть від Радянської Росії!». Як шляхи виходу з війни пропонувалося:

- припинити боротьбу проти Радянської Республіки й за прикладом трудящих Росії направити зброю проти своїх класових ворогів – капіталістів;
- відмовлятися воювати й вимагати від свого командування негайного повернення додому;
- здаватися в полон Червоній Армії.

Найбільш дієвим виявився заклик вимагати відправки додому, бо він найбільше відповідав обстановці, що склалася, особливостям національної психології солдатів ворожих держав, вимогам їхнього населення.

У процесі ведення політичної роботи серед інтервентів та білогвардійців велика увага приділялася урахуванню класової психології населення і солдатів противника. Загалом, як показав досвід війни, успіх пропаганди значною мірою залежав від того, наскільки ідеологічні установки відображали психологію тих людей, які представляли основні групи населення й становили кістяк армії противника.

Головним методом впливу на свідомість солдатів військ противника було ідеологічне переконання з класових позицій. Водночас в окремих випадках використовувалися можливості психологічного впливу на масову свідомість особового складу ворожих військ. Так, у частинах врангелівської армії, розташованих у Керчі, з'явилися випадки незадоволення командним складом, переходу на сторону червоних. Тоді командування цієї армії стало поширювати чутки про те, що червоні війська голодують (не мають цукру, тютюну тощо). Ця агітація проводилася спеціально підготовленими військовослужбовцями, що переодягалися в червоноармійську форму й виступали під виглядом полонених червоноармійців. Потім у місця розташування цих військ із літаків червоної авіації були скинуті зазначені продукти, коробки сірників були із написаними короткими, змістовними гаслами, що відповідали цьому моменту.

У політичній роботі серед військ і населення противника провідне місце займала друкована пропаганда; використовувалися усна пропаганда, наочна агітація, зворотна відпустка військовополонених, меншою мірою – радіопропаганда. Основними видами друкованої продукції були листівки, газети та брошури. Вони видавалися як центральними органами в Москві та

Петрограді, так і безпосередньо на місцях – політичними організаціями Червоної Армії, підпільними більшовицькими організаціями.

Тільки політорганами Червоної Армії в 1919–1920 роках видавалося 80 найменувань спеціальних газет і журналів. Навіть політвідділи деяких дивізій друкували невеликі газети для солдатів противника.

Тиражі агітаційно-пропагандистської літератури на ті часи були значними. Листівки та брошури видавалися сотнями назв накладом десятки й сотні тисяч примірників. Так, у вирішальні місяці боротьби з Юденічем (листопад – грудень 1919 року) 8-а армія розповсюдила самих лише листівок чотири мільйони.

Поширення агітаційної літератури серед військ і населення противника здійснювалося за допомогою місцевого населення, спеціальних посильних-лазутчиків, літаками, розвідувальними загонами, за вітром, за течією річки, шляхом розклеювання на будовах, розкидання на вулицях, дорогах, залишення в приміщеннях під час відступу.

Усна пропаганда також велася як на окупованій території, так і безпосередньо на фронті. В окупованих районах основним видом усної пропаганди були індивідуальні бесіди. Більшовицькі агітатори, які володіли іноземними мовами, висувалися ближче до ворожих позицій і голосно зверталися до солдатів противника. Іноді під час таких звернень зав'язувалися бесіди між агітаторами й ворожими солдатами. На деяких ділянках фронту пропагандисти використовували рупори. На західному фронті політуправління для ведення усної агітації використовувало агітпоїзд, який пересувався від станції до станції, ведучи агітацію серед місцевих поляків.

Велика політична робота проводилася серед військовополонених передусім Федерацією іноземних груп при ЦК РКП(б). Про її ефективність свідчить той факт, що вже до вересня 1918 року в Червоній Армії служили більше 130 тис. іноземних військовополонених. Частина військовополонених притягувалася до конкретної пропагандистської діяльності за лінією фронту.

Привабливість радянської пропаганди полягала в тому, що, указуючи на успіхи й досягнення радянської влади, вона не приховувала труднощів і недоліків, які їх супроводжували. У газетах і листівках відверто розповідалося про бідність, голод, розруху, нестачу промислових і продовольчих товарів. Створюючи видимість об'єктивності пропаганди, більшовики прагнули завоювати довіру солдатів і трудового населення противника. Основна мета політичної роботи серед населення й військ противника полягала в тому, щоб привернути їх на свій бік і, якщо не зробити з них союзників, то хоча б нейтралізувати.

Висока оперативність зазначеної пропаганди досягалася передусім за рахунок виконання цієї роботи низовими ланками – політвідділами армій і дивізій.

У роки громадянської війни й іноземної інтервенції на перших порах більшовицька пропаганда не була позбавлена недоліків. Не склався ще повністю апарат пропаганди, спрямованої на війська й населення противника. Іноді, не маючи чітких директив та інструкцій, особливо в перший період, досвідчених кадрів, місцеві партійні організації, політоргани вимушені були

працювати наосліп, на свій страх і ризик.

Погано велася пропаганда серед солдатів країн – васалів Антанти: греків, африканців. Те саме стосувалось і агітроботи серед румунів, представників прибалтійських національностей. Були недоліки і в підготовці агітаційно-пропагандистських матеріалів. Значна частина листівок мала загальнополітичний характер і не була спрямована на конкретного адресата. Деякі листівки були дуже довгими, не містили чіткої й вагомої аргументації.

Радянська пропаганда серед військ і населення противника велася з урахуванням міжнародного становища, що склалося в той період, військово-політичної обстановки в країні, ходу бойових дій на фронтах. Вона базувалася на постулатах більшовиків про класову боротьбу, суперечності імперіалізму. Найважливіше значення для успіху радянської пропаганди мало знання імперіалістичної пропаганди, морально-політичного стану військ противника.

Причин високої ефективності більшовицької пропаганди серед військ і населення противника, без сумніву, було чимало. До них разом зі сприятливими умовами обстановки, досвідом пропагандистської роботи, отриманим більшовиками в підпіллі, допомогою компартій інших країн, зокрема кадрами, належала та величезна увага державного та партійного керівництва, яка приділялася політичній роботі серед військ і населення противника; виділення значних коштів, людських і матеріальних ресурсів на організацію та функціонування пропагандистського апарату й т. ін. Кожний із цих чинників відігравав певну роль. Проте навряд чи є обґрунтованим твердження деяких дослідників про те, що дієвість радянської пропаганди в роки громадянської війни й іноземної військової інтервенції пояснювалася насамперед її «високим ідейним змістом». Звичайно, політичний зміст – основа пропаганди. Але головне для ефективності пропагандистського впливу не сам зміст агітаційно-пропагандистських матеріалів і вже тим більше не їх ідейний рівень, а відповідність змісту пропаганди військово-політичному становищу, морально-політичним поглядам населення й особового складу військ противника, конкретній оперативно-тактичній обстановці.

Досвід більшовицької пропаганди із захисту радянської влади є досить специфічним, оскільки набувався в умовах громадянської війни, коли соціальний аспект відігравав провідну роль. Тому ідеології й соціальній психології відводилося вирішальне місце у процесі ведення політичної роботи серед військ і населення противника.

Після закінчення громадянської війни в Росії досвід ведення політичної роботи в лавах ворога по-справжньому не вивчався. У повоєнний період проблемам, пов'язаним із роллю морального чинника, приділялося недостатньо уваги.

Значних втрат формуванню концептуальних поглядів на ведення політичної роботи серед військ і населення противника завдало помилкове визначення характеру майбутньої війни, яка розглядалася як «класова, революційна». У доповіді С.М.Будьонного 24 березня 1929 року на засіданні секції з вивчення проблем війни в Комуністичній Академії щодо питання про специфіку

майбутньої війни було наголошено: «Військовий характер нашої майбутньої війни визначити не важко, зважаючи на домінуючу роль в нашій класовій боротьбі політичних чинників. Основним стрижнем у нашій війні з кільцем буржуазних держав буде прагнення перетворити війну СРСР як держави на війну громадянську між пролетаріатом і світовою буржуазією. План війни й операцій треба будувати, виходячи з цієї основної ідеї».

Відповідно до такої оцінки був зроблений висновок, що імперіалістичні агресори дістануть відсіч не тільки на фронті з боку Червоної Армії, але й у тилу від трудящих власних країн. Так, М.Фрунзе стверджував, що «в бойових операціях ми можемо спиратися не тільки на сили, що є усередині нашої країни, але й на пригноблені маси трудящих по той бік фронту».

Недооцінка в 30-і роки значення політичної роботи серед військ і населення противника вкрай негативно позначилася як на розробленні методів її ведення, так і на професійному рівні підготовки кадрів, технічному оснащенні формувань політорганів. Єдине, що залишилося після громадянської війни у сфері готовності до ведення політичної роботи серед військ і населення противника, – агітпоїзди з друкарнями в прикордонних військових округах, на базі яких можна було видавати газети й листівки іноземними мовами. З таким багажем політоргани Червоної Армії дійшли до літа 1938 р. – моменту ускладнення обстановки на далекосхідних рубежах СРСР.

Під час військового конфлікту біля озера Хасан агітпоїзд 1-ї Окремої Червонопрапорної армії (ОКА), у друкарні якого були комплекти японського, китайського і корейського шрифтів, був у серпні 1938 року укомплектований творчими працівниками зі складу редакції газети «Правда». Потяг знаходився в м. Ворошилове (Уссурійськ), коли була підготовлена й видана листівка японською мовою. Утім, поширювати її не довелося, оскільки військові дії до того часу вже закінчилися.

Бойові дії біля озера Хасан показали непідготовленість політорганів 1-ї ОКА до ведення пропаганди серед військ противника й одночасно підтвердили необхідність її оперативного розгортання у своєрідних умовах далекосхідної арени військових дій.

Незважаючи на цей урок, політична робота серед японо-маньчжурських військ, зосереджених у районі Халхін-Голу, розгорталася поволі, незграбно. Тільки 5 червня 1939 року Політичне управління Робоче-селянської Червоної Армії (ПУРСЧА) видало директиву № 0169 «Про проведення ідеологічної боротьби з противником». Відсутність досвідчених працівників призвела до того, що лише через 18 днів після початку бойових дій на Халхін-Голі були складені тексти перших листівок.

У цей час народний комісар оборони СРСР кількома наказами увів штат із 24 редакцій на іноземних мовах у прикордонних військових округах, окремих арміях, а також армійських групах. Загальне керівництво роботою редакцій здійснював відділ пропаганди й агітації ПУРСЧА.

Помилки у пропаганді, її абстрактний «класовий» характер стали однією з причин низької ефективності пропагандистського впливу листівок на японських

військовослужбовців. Якщо із 60 тис. японських військ на Халхін-Голі загальні втрати убитими й пораненими склали більше 20 тис. осіб, то, незважаючи на безнадійне становище окремих частин, у полон було взято тільки 90 японських військовослужбовців, причому лише чотири здалися добровільно під впливом радянської пропаганди. Утім, хоча пропаганді, спрямованій на союзників, японці приділяли значно менше уваги, найбільші успіхи були досягнуті саме під час впливу на маньчжурські частини.

Таким чином, факти свідчать про те, що головний об'єкт радянської пропаганди на Халхін-Голі був вибраний невдало. Унаслідок цього багато зусиль було витрачено на осіб, які мали високий бойовий дух, стійкі антирадянські стереотипи і були дисциплінованими японськими військовослужбовцями. Водночас незначна увага приділялася впливу на осіб зі слабшим бойовим духом, союзників японської армії.

Не дивно, що багато помилок, допущених під час ведення політичної роботи серед військ противника в ході бойових дій біля о. Хасан і р. Халхін-Гол, були знов повторені в період радянсько-фінської війни. Підготовка до здійснення пропагандистського впливу на противника розпочалася за декілька місяців до оголошення війни з Фінляндією. 1 липня 1939 року була повністю розгорнута редакція газети на фінській мові «Кансан валта» («Голос народу»). Із 27 листопада штат редакції був укомплектований уродженцями Фінляндії, і вона почала роботу з випуску газет та листівок для військових потреб.

Додатковий імпульс підготовці до ведення пропаганди, спрямованої на Фінляндію, дало створення 25 вересня 1939 року в політуправлінні Ленінградського військового округу відділення з роботи серед військ і населення противника, до складу якого входили 10 осіб: начальник відділення і по три перекладачі з фінської, латвійської й естонської мов.

Важливим чинником, що знизив можливість підготовки до ведення підривної пропаганди, були примітивні уявлення про противника у свідомості командного складу РСЧА, які не відповідали дійсному стану речей. Це було характерно як для знання суто військових питань, так і для інформації про морально-політичний потенціал противника. Надалі слабе знання особливостей противника породило надмірно «ліві» гасла й заклики (на кшталт «створювати ради солдатів, щоб скидати уряд»). За місяць до початку війни були розроблені маршрути доставки листівок у стрілецькі корпуси, дивізії, на аеродроми. Зі складу відділення завчасно було виділено двох працівників, відповідальних за видачу і транспортування листівок. Вони в перших числах листопада 1939 року здійснили ознайомлювальні поїздки за маршрутами.

Однією з найбільш вдалих листівок було «Звернення до солдатів фінської армії від солдатів Червоної Армії» у формі довірливої розмови. Листівка відрізнялася ясністю й простотою викладу, переконливою аргументацією та хорошим знанням національно-психологічних особливостей фінів; у ній ставилися питання для роздумів без гучних слів і прокламацій.

Під час війни основна частина листівок (17 млн) була поширена авіацією, приблизно 5 млн розповсюджено за допомогою агітснарядів, близько 200 тис.

листівок закинуто в розташування противника агітмінами.

Вивчення документів, аналіз мемуарної літератури свідчать про низьку ефективність пропагандистського впливу на війська й населення Фінляндії. Із понад 23,6 тис. безповоротних утрат фінської армії полонені становили 400 осіб. Лише чотири з них заявили, що здалися в полон під впливом читання радянських листівок. У фінській армії читання агітматеріалів противника не заборонялося, оскільки командування було упевнене в їхній неефективності.

Таким чином, уроки військових конфліктів 1939–1940 років та прийняті відповідно до них рішення виявилися неефективними. Ці кроки, як і загалом підготовка СРСР і його збройних сил до організації оборони від гітлерівської Німеччини, були здійснені надто пізно й виявилися недостатніми для забезпечення готовності до розгортання ефективної психологічної боротьби з противником у бойових умовах.

5.3. Особливості пропаганди фашистської Німеччини в міжвоєнний період

У 1924 р., сидючи в тюремній камері, молодий честолюбний художник Адольф Гітлер розмірковував над поразкою Німеччини в Першій світовій війні. Він зрозумів, яких величезних результатів можна досягти шляхом правильного застосування пропаганди.

Під час війни і британці, й американці створювали керівні комітети та організації з розроблення й поширення пропаганди. Наприклад, у Сполучених Штатах Комітет з інформування громадськості (Committee on Public Information – CPI) допомагав навчати добровольців виступати на місцевих мітингах і зборах на користь військових зусиль; заохочував кіноіндустрію створювати фільми на користь війни та стежив, щоб «факти» про війну активно поширювалися в пресі.

Проте найбільш уражаючим аспектом британської й американської пропаганди були «історії про злочини і звірства» – повідомлення про вияви жорстокості ворога стосовно безневинного цивільного населення чи полонених солдатів. Мета таких розповідей полягала в зміцненні рішучості боротися (ми не можемо допустити перемоги цього монстра) і в переконанні громадян, що ця війна є морально виправданою. Наприклад, поширювалися чутки, що німці варили трупи ворожих солдатів, аби робити мило, і що вони жорстоко поводитися з громадянами окупованої Бельгії. Великий шум удалося підняти з приводу страти англійської медсестри, що служила в Брюсселі й допомагала солдатам союзників повернутися на фронт, і у зв'язку з потопленням німцями розкішного лайнера «Лузітанія», який «випадково» віз зброю та військові запаси. Деякі з цих історій про злочини містили частку правди, інші були надто перебільшені, а то й зовсім вигадані.

Гітлер зрозумів: якщо Німеччині й випаде на долю будь-коли відновити гідність і виграти наступну війну, то для цього необхідно обійти союзників у війні, званій переконанням. Тому у своїй книзі «Mein Kampf» («Моя боротьба»), яку написав у в'язниці, він намітив у загальних рисах план атаки.

Для Гітлера пропаганда була засобом досягнення мети – в цьому випадку

піднесення німецької держави й створення та збереження панування нацистської партії. У зв'язку з цим переконання не контролювалося етикою; діяло лише правило успіху або невдачі. Міркуючи про пропаганду, Гітлер уважав найжорстокішу зброю гуманною, якщо з її допомогою вдасться досягти швидшої перемоги.

30 січня 1933 року А.Гітлер став канцлером Німеччини. Він майже відразу оголосив про створення Тисячолітнього рейху. 2 серпня 1934 року, після смерті рейхспрезидента Пауля фон Гінденбурга, А.Гітлер присвоїв собі звання фюрера й канцлера, скасувавши посаду рейхспрезидента. Усі військовослужбовці мали присягати на вірність вже не конституції, а особисто фюреру німецької нації.

Із перших кроків своєї політичної діяльності Гітлер надавав надзвичайно великого значення пропаганді. У «Mein Kampf» він у спеціальному розділі розглядав основні її принципи. Про те, яку роль гітлерівці відводили пропаганді, свідчить той факт, що в залі, де відбувався Нюрнберзький з'їзд націонал-соціалістичної партії 1935 р., висів плакат із написом: «Пропаганда привела нас до влади, пропаганда дозволила зберегти владу, пропаганда дасть нам змогу завоювати світ».

Уважається, що ефективна пропаганда покладається на евристику й звертається до емоцій. Проте Гітлер зневажливо ставився до здатності мас розуміти події. Він писав, що вплив пропаганди має бути націленим головним чином на емоції й лише частково на так званий інтелект; що варто уникати надмірних інтелектуальних запитів по відношенню до народу. Він стверджував, що сприйняття мас дуже обмежене, їхній інтелект незначний, натомість здатність забувати – величезна. Тому вся його ефективна пропаганда мала бути обмежена небагатьма положеннями. Слід нескінченно повторювати ці гасла, поки найостанніший представник народу не зрозуміє в них те, що від нього вимагають.

Засвоївши уроки противників Німеччини в Першій світовій війні, що довели корисність організації, здатної координувати й поширювати ефективну пропаганду, Гітлер створив власний апарат. Ця організація мала особливе завдання рейху і відповідала за популяризацію в масах урядових заходів. Із метою контролю над цим апаратом Гітлер призначив міністром народної освіти і пропаганди Й.Геббельса, сина католиків, із сім'ї середнього достатку з маленького міста на Рейні. Геббельс служив міністром пропаганди з моменту приходу нацистів до влади в 1933 р. до здійснення самогубства незадовго до кінця війни (перед цим він отруїв своїх шістьох дітей).

У 1928 р. вийшла книга «Походження людства», яка стала ідеологічною основою однієї з найбільш незвичайних офіційних організацій нацистської Німеччини – «Аненербе». Автор книги – професор Герман Вірт, член організації геральдистів «Аненербе» – уважав, що біля витоків людства стояло дві протораси: нордична (духовна, творець цивілізації та духовних надбань, що має I групу крові) і південна (вирізняється заздрістю, злістю та копіюванням надбань представників нордичної раси; їй притаманна III група крові). Представники

нордичної раси мешкали переважно на землі під назвою Арктогея, від якої залишилася лише Гренландія. Після того як Арктогея зникла під льодом, а потім під водою, предки арійців вимушені були емігрувати в Євразію, де в результаті змішання рас виникла II група крові. Г.Вірт не зміг визначити місце IV групи крові, яка характерна для угорців, циган і українців. Цю групу крові він називав загадковою. Автор книги стверджував, що нащадки цих давніх рас розпорошені між різними сучасними народами.

23 липня 1933 року Г.Вірт організував виставку «Німецька спадщина предків». На ній було представлено зокрема давньогерманські рунічні написи, тексти літописів, зразки старовинної зброї, яким, за оцінкою професора, 12 тис. років. Їх збирали по всьому світу: в Палестині, печерах Лабрадору, Альпах тощо. Першим відвідав виставку расолог Ріхард-Вальтер Дарре, який відповідав у НСДАП за древню історію. 30 липня 1933 року там побував рейхсфюрер СС Г.Гіммлер, отримавши неабияке враження від наочності висновків про переваги нордичної раси. Саме рейхсфюрер і запропонував Г.Вірту очолити інститут «Аненербе», що вже розглядався як складова СС. Г.Гіммлер підтримував ідеї Р.-В.Дарре, які ґрунтувалися на тому, що все в житті людини стосується раси, а видатні досягнення культури створені нордичними арійцями.

Заснована у 1935 р. організація «Аненербе» стала специфічним системотворчим мозковим центром СС. Спочатку вона позиціонувала себе як Навчальне товариство з вивчення германської духовної праісторії (нім. Studiengesellschaft für germanische Geistesurgeschichte) і не належала до нацистської державної машини. Статут організації проголошував вивчення ареалу, духу та спадщини нордичних індогерманців і публікацію цих досліджень. На «Аненербе» було покладено завдання: по-перше, бути інтелектуальним осередком не тільки СС, але й Третього рейху в цілому; по-друге, здійснювати власну розвідувальну діяльність за різними напрямками й темами, актуальними як для СС, так і для НСДАП; по-третє, накопичувати й обробляти великі масиви інформації, які сприяли б посиленню влади нацистів; по-четверте, бути структурою прикриття для представників інших спецслужб Німеччини.

Фахівців «СС-Аненербе» надзвичайно цікавили дослідження мозку людини, до яких був причетний і видатний російський біолог, один із засновників радіаційної генетики популяції, розробник теорії коеволуції, дослідник біосферно-екологічних явищ учений М.В.Тимофєєв-Ресовський (псевдонім «Зубр»).

У «СС-Аненербе» діяла власна потужна служба пропаганди, підконтрольна лише А.Гітлеру та Г.Гіммлеру.

Для «розігріву» публіки пропонувалося використовувати якомога більшу кількість прапорів, транспарантів із гаслами, однакову форму одягу, оптимістичну бравурну музику. Значна роль відводилася барабану, звуки якого були постійним фоном нацистських демонстрацій. Кожен пересічний німець мав відчувати себе володарем світу, великим арійцем, надлюдиною. Цим реалізовувалася потреба людини в груповій самоідентифікації, що особливо було

важливо для бюргерів, котрі вирізнялися родовим мисленням.

Образи змінювалися досить швидко, відбувалося гіпнотизування натовпу, і в цей час, за фасадом усієї краси та видовищності, добро підмінялося злом. Із огляду на традиціоналізм і консерватизм німців, подібні ефекти мали неабиякий успіх, особливо в молоді. На людей старшого покоління, пригніченого поразкою їхньої імперії в Першій світовій війні, вони справляли враження стабільності й могутності, а також підтримували на рівні підсвідомості сподівання на реванш.

Прапори були червоного кольору; два інші кольори (білий і чорний) відігравали допоміжну роль. Три кольори відповідали кольорам кайзерівського прапору, що викликало ностальгію за «добрими старими» часами. Поєднання червоного й чорного кольорів (два кольори підсвідомості) впливало на архетипи людини в контексті концепції «землі й крові», зокрема присвоєння певних територій, политих кров'ю героїв. Білий колір кругом свастики надавав їй певної святості. Домінуючий червоний колір був референтним для прихильників лівих партій і рухів. Особливо шанувався «Блутфане» (нім. *das Blut* – кров, *die Fahne* – прапор) – прапор, политий кров'ю учасників Півного путчу 9 листопада 1923 року. Починаючи з 1933 р., «Блутфане» публічно демонструвався двічі на рік: 9 листопада під час щорічного маршу у Фельхеррхалле в Мюнхені та на щорічних партійних з'їздах у Нюрнбергу. Велика кількість прапорів, заряджених енергетикою кольорів і знаків, створювала потужні енергетичні поля в процесі майоріння, що також активно впливало на підсвідомість людини, викликаючи відчуття свята навіть під час останніх боїв травня 1945 року. Зважаючи на цей ефект, вулиці німецьких міст щоденно прикрашала велика кількість прапорів, на оновлення яких постійно виділялися значні кошти.

Постійні паради та мітинги, подібні до складних релігійних обрядів, перетворювалися на ефективну форму пропаганди, а також інструмент залучення до лав НСДАП нових adeptів. На початку 1930-х років було введено обов'язкове вітання «Хайль Гітлер!».

У середині 1930-х років НСДАП володіла декількома радіостанціями. У 1939–1940 роках кількість таких радіостанцій досягла 107. Виготовлялися «народні» радіоприймачі, які працювали лише на одній хвилі – імперському радіомовленні. У цьому контексті слід згадати проект «Конкордія», спрямований на створення спеціальної мережі радіомовлення для маніпулювання свідомістю населення іноземних країн. За теорією фахівця з психологічної війни Е.Банзе, «прикладна психологія як зброя війни означає пропаганду, розраховану на те, щоб вплинути на ставлення народу до війни. Потрібно бити ворожу націю по слабких місцях (а яка нація не має слабких місць?), підірвати й зламати її опір, переконати в тому, що власний уряд уводить її в оману, збиває з пантелику та приводить до загибелі. У результаті люди втрачають віру в правоту своєї справи, і політична опозиція в цих державах (а в якій державі немає такої опозиції?) піднімає голову й буде спричиняти більш суттєві урядові ускладнення. Міцну, потужну й добре злагоджену організацію ворожої нації потрібно поступово зруйнувати і, врешті-решт, зламати так, щоб

вона розсипалася на складові, як розтопаний у лісі гриб». Це дозволяло нацистським лідерам, використовуючи маніпулятивні технології, розроблені фахівцями «СС-Аненербе», охоплювати своїм впливом мільйони людей у різних країнах світу. Вчені могли вже на той час керувати амплітудою, фазою, частотою звукових вібрацій, чергуванням пришвидшення або уповільнення тексту, що створювало ефект гарного настрою від передач і навіть впливало на підсвідомість ворогів із метою формування позитивного іміджу нацистської держави.

Проект патрунував Й.Геббельс, який закликав перетворювати слухача на «людину, якою можна маніпулювати». До кінця 1939 року в Німеччині загальний наклад газет становив 19,7 млн примірників, а часописів – 89,5 млн. Кожен військовий підрозділ щоденно отримувал примірники офіційних видань. На окупованих територіях, із метою створення позитивного іміджу, кожного тижня розповсюджувалося 2 млн примірників ілюстрованих часописів. Майже в усіх населених пунктах, підконтрольних Берліну, було встановлено стаціонарні радіоточки, які цілодобово транслювали передачі німецьких радіостанцій. Стаціонарні радіоточки працювали в усіх військових підрозділах, німці також практикували пересувні радіотрансляючі пункти.

Фахівці «СС-Аненербе» брали активну участь у підготовці різноманітної друкованої продукції, починаючи від спеціально вибудованих текстів до відеоряду. Для пропаганди фашизму активно використовували кіно. Лише в 1939 році на екрани вийшло 111 художніх фільмів. Значного поширення набули копії документального «Німецького щотижневого огляду» (Deutsche Wochenschau), метраж якого в 1939 р. порівняно з 1938 р. збільшився утричі. Пізніше при кожній великій кіностудії було виокремлено посади для представників «СС-Аненербе», які не лише контролювали, але й сприяли виходу на екрани «правильної» продукції. Такий потужний пропагандистський вплив дозволяв, зі слів Й.Геббельса, «створювати в населення гарний настрій» і «давати солдатам розрядку». Особливу увагу Й. Геббельс приділяв підробленим передбаченням майбутнього. Спеціальні фахівці виконували замовлення, використовуючи стиль відомих астрологів минулого. І досі тексти різних телепередач рясніють пророцтвами на кшталт псевдонострадамусів нацистського періоду.

Психологам «СС-Аненербе» вдалося подолати жахи німців, пов'язані з Першою світовою війною, а також переконати суспільство в тому, що без війн неможливо перемогти численних ворогів, котрі оточують «миролюбну» Німеччину.

Фахівцями «Аненербе» було встановлено, що впливати на підсвідомість людини можна спеціально зарядженими певною біологічною антропогенною енергією їжею та водою («живою» або «мертвою»).

Особливе значення для розроблення психофізичної зброї мав проект «СС-Аненербе» «Тор». Провідною установою була таємна лабораторія № 1146, яка офіційно підпорядковувалася проекту «Лебенсборн». Асоціація назви проекту з німецьким богом грому, буревію та родючості, захисником богів і людей від

велетів і жахливих драконів є лише прикриттям більш складної семантики (нім. *der Tor* – дурень).

Суть проекту «Тор» Г.Гімmlер сформулював ще в 1941 р.: «У руках фюрера повинен бути засіб, за допомогою якого можна контролювати будь-яку кількість людей. Він має бути спроможним нав'язувати свою волю як окремій людині, так і цілим масам, цілим народам. Ці маси, ці народи повинні беззаперечно виконувати волю фюрера». Проект був побудований на використанні торсійних полів, що впливали на гіпофіз людини та нервові закінчення в ньому, а це дозволяло нібито контролювати волю людини. Використовувалися як традиційні знання у сфері впливу на людину, так і сучасні.

У 1944 р. виконавці цього проекту розпочали дослідження над людьми за допомогою професора А.Хірта зі Страсбурзького університету. До функціональних обов'язків професора в межах проекту «Тор» належало дослідження гіпофізу людини з метою виявлення «кристалів волі» – своєрідних організаторів простору та джерел торсійних полів. Окрім «недолюдей», досліджувалися й найкращі представники «вищої раси» – кадрові есесівці. На виявлені «кристали волі» мали дистанційно впливати спеціальні техномагічні апарати (у сучасному розумінні – психогенератори). Поштовхом для досліджень стали дощечки К.-М.Віллігута, у розшифруванні яких брав участь фахівець із «СС-Аненербе» Рудольф Мунд.

Попри екзотичність окремих проектів, головним є те, що нацистське керівництво намагалось всіляко підтримувати інноваційно-венчурні напрями. У результаті з них органічно було виокремлено найперспективніші, на які й виділялися значні грошові суми. Відомо, що на організацію «СС-Аненербе» нацистами було використано коштів більше, ніж на розроблення атомної бомби у США.

Розглянемо деякі з тактик переконання нацистської пропаганди. Одним із найбільш важливих завдань Міністерства народної освіти і пропаганди було завоювання контролю над засобами масової комунікації й привернення уваги мас. Гітлер і Геббельс наймали у Сполучених Штатах фірми, що займалися зв'язками з громадськістю, прагнучи забезпечити сприятливе висвітлення режиму в пресі. У Німеччині нацисти контролювали журналістів і кіновиробників за допомогою комбінації покарань і заохочень. Нацистський режим створив умови, що гарантували саме йому роль первинного джерела новин, досяжного для вірних йому журналістів. Подібний підхід був поширений і на іноземних кореспондентів, що ставило американських репортерів у скрутне становище: або передавати повідомлення, несприятливі для нацистської Німеччини (скажімо, про поведінку з євреями) і бути вигнаним із країни, або піддавати їх цензурі та мати можливість продовжувати працювати.

Нацисти привернули маси, зробивши пропаганду привабливою. Наприклад, у плакатах використовувалася графіка, що привертає увагу, на зразок жирного шрифту та відсічень, скривленої форми рядків і незвичайних заголовків. Програми радіоновин оформлялися як розваги, в головних ролях виступали

відомі співаки та інші знаменитості. Олімпійські ігри 1936 р., що проводилися в Берліні, були використані як засіб реклами образу сильної «арійської» нації і культивування в німецького народу почуття власної гідності. Під час цих олімпійських ігор з іноземними кореспондентами поводитися як із членами королівської сім'ї і вивозили на екскурсії, щоб продемонструвати «досягнення» режиму. В результаті в репортажах багатьох американських журналістів стверджувалося, що попередні повідомлення про переслідування євреїв були або необґрунтованими, або перебільшеними. Такий повний контроль над пресою, радіо, театром, кіно, музикою й образотворчим мистецтвом передбачав постійне повторення найважливіших ідей нацистської партії. У 1930-х роках в Німеччині було практично неможливо читати книгу чи газету, слухати радіопередачу або дивитися фільм, не вступаючи в контакт з нацистською картиною світу.

Геббельс майстерно нав'язував німецькій нації нацистські погляди, даючи подіям ярлики з гаслами й висловами, що легко запам'ятовуються, оволодіваючи увагою німців і направляючи їхнє мислення в певне русло. Так, він наполягав, що слово «Führer» (вождь) слід застосовувати лише при звертанні до Гітлера. Аби принизити демократію, нацисти називали Веймарський парламент «Quasselbude» («говорильня»). Аби поєднати росіян із британцями як ворогів Німеччини, він назвав невдалий британський рейд «наступом Майського» (прізвище радянського дипломатичного представника в Лондоні), таким чином створюючи враження, ніби цей рейд проводився для заспокоєння країни Рад. Щоб забезпечити надію в 1942 р., Геббельс придумав вислів «Schleichende Krise» (повзуча криза), натякаючи на економічні, соціальні й політичні хвилювання в Англії. Хоча ці фрази можуть здатися надуманими, вони створювали «картинки в голові», що відображають світову реальність: «Росіяни з британцями змовилися, аби дістатися до нас; на щастя, в Англії безлад, а в нас є наш лідер».

Щоб знизити гостроту сприйняття мародерства, тортур, вбивств і геноциду, здійснюваних як державна політика, застосовувалися евфемізми. Наприклад, гестапо не заарештовувало громадян, а піддавало «попереджувальному висновку»; вони не крали власність, а «брали її під надійну охорону». Вторгнення до Польщі було «поліцейською акцією», а подальше вбивство її громадян отримало назву «екстраординарних дій із заспокоєння». Будівлям у концтаборах давали бадьорі, радісні найменування типу «Щасливий соловей», «Розарій» та «Інститут інгаляції і водолікування». І євреїв у нацистській Німеччині ніколи не труїли газом і ніколи не вбивали; їх просто підводили до «остаточного рішення» або застосовували до них «спеціальні дії».

Геббельс створював «картинки в головах» також за допомогою інсинуацій і чуток. Звичайна тактика полягала в нападках на пресу (особливо іноземну) як на брехунів і спільників жорстокості та звірств, що підштовхувало німецьких громадян до думки: будь-яке несприятливе для режиму повідомлення є упередженим і необ'єктивним. У роки просування нацистської партії до влади Геббельс заплямовував репутацію членів «опозиції»,

розпускаючи чутки про нібито пов'язані з ними скандали. До кінця війни, коли Німеччина терпіла поразку за поразкою, поширювалась інформація, нібито німецькі вчені близькі до завершення роботи над двома видами нової зброї – субмариною «U», здатною рухатися під водою на високих швидкостях, і зенітними снарядами, які притягуються до літака як магніти. Мета таких чуток полягала в навіюванні упевненості, що Німеччина ще може виграти війну й повинна продовжувати боротьбу попри безперервні поразки.

Нацистська пропаганда широко використовувала евристику для демонстрування згоди людей зі своєю інформацією. Наприклад, пропагандистські фільми завжди показували схвально волаючі, аплодуючі й салютуючі маси прибічників нацистів. Цей метод відомий як евристика соціального консенсусу – якщо з цим погоджуються всі, то я теж повинен погодитися.

Нацистські гасла виражали упевненість: «Приєднуйся до нашої боротьби», «Бийся разом із нами», «Адольф Гітлер – це перемога». Кожного разу, коли Гітлер виступав, він висловлював абсолютну впевненість у меті нацизму і здатності німецького народу досягти цієї мети. Відомо, що упевненість оратора підвищує імовірність того, що повідомлення буде сприйняте та схвалене.

Гітлер і Геббельс активно використовували історичні символи й пам'ятники, аби продемонструвати режим у відповідній упаковці. Коли Гітлер прагнув до влади, він виголосив свої «Двадцять п'ять тез», назви яких нагадують про дев'яносто п'ять тез, які німецький релігійний реформатор Мартін Лютер прибив до церковних дверей у Віттенберзі. У нацистських витворах мистецтва й плакатах часто наслідували стиль Альбрехта Дюрера, натякаючи на історичне коріння режиму. Популярним жанром нацистського кіно була історична біографія. У цих фільмах життя таких національних історичних героїв, як Фрідріх Шиллер чи Отто фон Бісмарк, показувалось з акцентом на паралелях із життям і часом Гітлера (що не мало ніякого відношення до справи).

Турботою нацистської пропаганди було створення загонів прибічників, лояльних до нацистської партії. Борючись за владу, Гітлер одягнув своїх послідовників у коричневі сорочки. Прилюдне носіння нацистської коричневої сорочки стало актом відданості справі.

Демонічний і ефективний прийом нацистської пропаганди об'єднав апеляцію до страху з тактикою гран-фаллуна. Після Першої світової війни економіка Німеччини була в руїнах, частково через вимоги, пред'явлені Версальським договором. Результат був руйнівним для німецьких громадян. Високий рівень інфляції й безробіття підривав сім'ї, багатьох зробив бідними. Чоловіки відчували себе приниженими, тому що не могли утримувати родину. До цього страху додалися расові упередження, що століттями побутували в Європі. Арійці вірили, що вони – раса надлюдей, їм судилося об'єднати німецький народ, очистити арійську расу і підпорядкувати нижчі раси (особливо євреїв, негрів і циган).

Гітлер та Геббельс зуміли скористатися перевагою націоналістичних страхів і упереджень, запропонувавши рішення у вигляді гран-фаллуна. Велика

частина нацистської пропаганди була присвячена одній темі: у всіх національних проблемах винуваті євреї. Образ єврея як істоти ганебної, нижчої й загрозливої постійно використовувався в промовах, плакатах, фільмах, газетах і навіть в академічних наукових працях.

Пропонувалися шляхи вирішення цієї проблеми. Німецький народ колись був гордою нацією; під керівництвом Адольфа Гітлера Германия може покласти край єврейській загрозі та знову повернутися до минулої величі. Аби переконливо донести до аудиторії цю думку, нацистська пропаганда спочатку показувала, що партія підтримує традиційні німецькі цінності. На плакатах зображали сцени родинного життя – жінка, що годує дитину; діти, які щасливо дивляться у віддалене майбутнє, з нацистським прапором, що майорить на задньому плані; батько, який гордо стоїть поряд із сім'єю.

Потім пропагувалася ідея, що об'єднана Німеччина здатна досягти своїх цілей. Ця тема активно масувалася у фільмі «Тріумф волі», створеному Лені Ріфеншталь (Leni Riefenstahl) у 1934 р. Фільм починається кадрами, як красиві юнаки готуються стати солдатами. Гітлер спостерігає за їх навчанням. До кінця фільму ці хлопці перетворюються на потужну нацистську військову машину. Головна ідея: працюючи разом, ми можемо знову стати сильними.

Зрештою, нацистська пропаганда зробила джерелом цієї перемоги одну людину – Адольфа Гітлера. Один із плакатів, випущений під час чергової кампанії, проголошував: «Гітлер – наша остання надія». Мета Геббельса полягала в тому, щоб зобразити Гітлера добрим батьком, якого його нація призвала служити в момент найсерйознішої скрути. З одного боку, на плакатах зображували Гітлера, який усміхається і потискає руки дітей; кінохроніка показувала, як він конфузливо приймає хвалу від нації. Геббельс писав у журнальній статті: «Прості люди довірливо ставляться до нього, бо відчують, що він – їхній друг і захисник». Іншим був Гітлер-Фюрер. Щоб привернути увагу до цієї сторони образу, Гітлера змальовували на плакатах у військовій формі, він стоїть прямо, упевнений в успіху. Кінохроніка демонструвала нескінченні сцени з Гітлером, який приймає паради німецьких військ.

Проте успіх нацистської пропагандистської машини був заснований не лише на використанні деяких майстерних тактик переконання. Він був також багато чим зобов'язаний майже поголовному схваленню ідеї, що переконання повинне ініціюватися у верхівці суспільства і направлятися по низхідній лінії до мас. За ухвалення рішень відповідала панівна еліта, яка потім повідомляла масам про мудрість цих рішень через пропаганду; відповідальність мас полягала в дотриманні цих рішень. Яку ще роль можна вибрати для мас, якщо вони є неосвіченими і не можуть думати? Таку модель ролі переконання в суспільстві раніше запропонував Аристотель, який доводив, що переконання необхідне, аби наставляти тих, хто не цілком здатний міркувати. Пропаганда є засобом повідомлення «істини» неосвіченим людям.

Найбільш небезпечним аспектом нацистської пропаганди було припущення про існування абсолютної істини і про те, що лише правляча верхівка має привілей на знання цієї істини. У серії фільмів «The Ascent of Man»

(«Сходження людини») видатний учений і гуманіст Д.Броновський висвітлює загрози, які зумовлює віра у міф про абсолютну істину. В одному з цих фільмів Броновський, розглядаючи культуру і роздумуючи про Германію перед Другою світовою війною, говорить про наявність двох філософій, що радикально розходяться в поглядах на світ.

Прибічники однієї – окремі вчені того часу – прийшли до усвідомлення того, що людське знання ніколи не буде абсолютним. Так, ґрунтуючись на своїх наукових дослідженнях, фізики А.Ейнштейн, В.Гейзенберг і М.Борн пропонували такі ідеї, як теорія відносності та принцип невизначеності, які вели до визнання того, що немає жодних стандартних еталонів і людське знання обмежене. У соціальних науках дослідження інших культур і народів приводило до висновку, що звички та вірування надзвичайно різняться й важко сказати, які з них «кращі».

Альтернативою викладеної вище позиції була догма. Нацистська партія втілювала істину; не було жодної необхідності терпимо ставитися до інших точок зору.

Гітлер стисло виразив цю альтернативну філософію в одній із своїх праць: «Функція пропаганди полягає, наприклад, зовсім не в тому, аби ретельно обдумувати і зважувати правоту різних людей. Вона полягає виключно у виділенні однієї правоти, на захист якої ця пропаганда має намір виступати. Її завдання полягає зовсім не в об'єктивному дослідженні істини і подальшому її висвітленні перед масами з академічною чесністю, оскільки таке дослідження здатне надавати перевагу ворогові; її завдання полягає в служінні нашій власній правоті, завжди і непохитно.... Як тільки наша власна пропаганда визнає хоч би слабкий проблиск справедливості з іншого боку, закладається основа сумніву в нашій власній правоті».

Плодами міфу абсолютної догми є загибель більше 36,5 мільйонів людей. І заради чого?

У кінці свого фільму Д.Броновський пропонує протиотруту «жаданню абсолютного знання та влади». Поряд із концтабором і крематорієм в Освенцимі (Аушвиці) є неглибокий ставок. Попіл майже двох мільйонів людей був змитий у це водоймище – акт, породжений пихатістю, невіглаством, догмою. В один із найбільш драматичних моментів фільму Д.Броновський увійшов до цього ставка, нахилився і зачерпнув жменю попелу когось із тих двох мільйонів. Він звернувся до глядачів із простим проханням, запозиченим у О.Кромвеля: «Я благаю вас, із співчуття до Христа, вважайте, що ви здатні помилятися».

ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Які особливості пропаганди в роки Першої світової війни?
2. Прокоментуйте лідерство Англії в ефективності ведення пропаганди під час Першої світової війни.
3. Охарактеризуйте політичний досвід використання пропаганди в Першій світовій війні.
4. Які особливості друкованої пропаганди як засобу досягнення військової мети?
5. Розкрийте теоретичні положення принципів пропаганди, сформульовані в період Першої світової війни.
6. Що стало основою діяльності політорганів Червоної Армії серед військ противника в міжвоєнний період?
7. Охарактеризуйте особливості політичної роботи серед інтервентів та білогвардійців.
8. Які принципи радянської пропаганди серед військ і населення противника в роки громадянської війни й іноземної інтервенції?
9. Прокоментуйте недоліки політичної роботи політорганів Червоної армії після громадянської війни в Росії.
10. Назвіть особливості здійснення пропагандистського впливу на противника перед Фінською війною.
11. Охарактеризуйте етап зародження нацистської пропаганди в Німеччині та прихід А.Гітлера до влади.
12. Яку роль і функції виконувала організація «СС-Аненербе» у фашистській Німеччині?
13. Розкрийте особливості проекту «Конкордія» та форми маніпулювання свідомістю населення іноземних країн.
14. Охарактеризуйте основні напрями діяльності нацистської пропаганди.
15. Покажіть, що «абсолютна істина» – найбільш небезпечний аспект нацистської пропаганди.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДІЛУ 5

1. Інформаційна безпека держави: підручник / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Д.С. Мельник та ін.]; в 2 т. – Т. 1. / за заг. ред. В.М. Петрика. – К.: Вид-во ІСЗЗІ НТУУ, 2016. – 264 с.
2. Кранц Г.У. Мистические тайны Третьего рейха / Г.У.Кранц. – СПб. : Вектор, 2009. – 344 с.
3. Цибулькін В.В. СС-Аненербе: розсекречені файли / В.В.Цибулькін, І.П.Лісюк. – К., 2010. – 288 с.
4. *Heiferman R.* World War II. – London: Octopus Books Ltd., 1973. – 256 s.
5. История Второй мировой войны. 1939–1945 : в 12 т. – М. : Воениздат, 1973–1982.

6. Воробьевский Ю.Ю. Третий акт: Третий Рейх и Третий Рим / Ю.Ю.Воробьевский. – М., 2007. – 368 с.
7. Васильченко А.В. Оккультный миф III рейха / А.В.Васильченко. – М. : Яуза-Пресс, 2008. – 624 с.
8. Аронсон Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Э.Аронсон, Э.Пратканис. – [перераб. изд.]. – СПб. : Прайм-Еврознак, 2003. – 384 с.
9. Идеология международной социал-демократии в период между двумя мировыми войнами / [Л.И.Гинцберг, А.Н.Байкова, Н.П.Комолова и др.]. – М. : Наука, 1984. – 296 с.
10. Алатри П. Происхождение фашизма / П.Алатри. – М. : Изд. иностранной литературы, 1961. – 461с.
11. Желев Ж. Фашизм. Тоталитарное государство / Ж.Желев ; пер. с болг. – М. : Изд. «Новости», 1991. – 336 с.

РОЗДІЛ 6

ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНЕ ПРОТИБОРСТВО В РОКИ ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ (1939–1945 рр.)

6.1. Особливості ведення пропаганди Німеччиною і СРСР серед військ та населення противника в роки Другої світової війни

Гітлерівське керівництво ставило пропагандистську війну за значенням і потенційною ефективністю в один ряд зі збройною, економічною та дипломатичною боротьбою. Визначаючи своє ставлення до пропагандистських методів впливу на противника, Гітлер наголошував: «Місце артилерійської підготовки для фронтальної атаки піхоти в траншейній війні в майбутньому займе побудована на цілком нових засадах пропаганда, призначенням якої буде зламати противника психологічно до того, як армії взагалі почнуть діяти».

Очолюючи імперське міністерство пропаганди, Геббельс так визначав роль інформації в майбутніх воєнних кампаніях: «Інформація на війні є бойовим засобом. Її використовують із метою ведення війни, а не для передачі відомостей».

Вплив на громадську думку зарубіжних країн передбачалось здійснювати такими способами:

1. Поширення інформації через інформантства, радіо, доставку за кордон німецьких газет і журналів, листівок; через агентурну мережу; німецьких кореспондентів за кордоном.

2. Проведення виставок-ярмарків у Німеччині, участь у таких заходах за кордоном.

3. Здійснення програм обміну з дружніми країнами у різних галузях (наука, мистецтво, спорт, виховання молоді та ін.).

29 серпня 1939 року здійснена остання передвоєнна пропагандистська спроба звинуватити Польщу в агресивності й таким чином перекласти відповідальність на неї за розв'язання війни. Польська кампанія для підрозділів пропаганди пройшла цілком успішно: тільки в результаті розповсюдження листівок однією ротою пропаганди в районі Модлін – Варшава майже 1 тис. поляків добровільно перейшли на сторону Вермахту.

Німецька пропаганда досягла свого найбільшого успіху в 1940 р., в період бойових дій з окупації Франції. Основними важелями геббельсівської пропаганди були «чорні» передавачі, які видавали себе за французькі радіостанції. Із їхньою допомогою поширювалися різноманітні чутки, піддавалися нищівній критиці уряд і армія Франції, сіялися невпевненість та панічні настрої серед населення і французьких військовослужбовців.

Наприкінці 1940 року керівники основних пропагандистських центрів рейху ставили завдання, спрямовані на підготовку до ведення війни проти СРСР. У всіх установах і відомствах негайно активізувалася робота з отримання й узагальнення матеріалів, призначених для антирадянської пропаганди на початку війни.

Найбільших успіхів пропагандистська машина Вермахту досягла в

1942 р. Велика кількість перебіжчиків і полонених у 1941 р. пояснюється передусім винятково сприятливою бойовою обстановкою, що склалася на користь фашистської Німеччини. Тому приписувати успіхи цього року лише ефективному впливові пропаганди було б неправильно. Що ж стосується 1942 р., то за період із травня до грудня до німців добровільно перейшло 79 тис. 319 червоноармійців. Багато хто добровільно здався у полон.

В основу німецької пропаганди лягли такі тези:

- обґрунтування раптового нападу на СРСР: «Жидівсько-комуністичний уряд, який очолює Джугашвілі-Сталін, порушив договори, що були укладені з Німеччиною»;

- визвольна місія Вермахту: «Німецьким військам наказано вигнати комуністів, які мордують та експлуатують народи СРСР»;

- становище у СРСР: «Вам обіцяли соціалізм і справедливість – ви ж отримали убогість та знущання»;

- спільна боротьба: «Поверніть вашу зброю проти цієї влади – і ви звільните світ від ворогів людства».

Пропагандистський апарат Вермахту чільне місце відводив генералові Власову. Основою цієї акції стало гасло: «Росіяни перебігають до росіян». Частину листівок склали представники Власова; власівці також брали участь у веденні передач через гучномовні станції, неодноразово озвучуючи те, що підписав Власов (як голова російського комітету) та його секретар Малишкін: «Звернення Російського комітету до командирів і бійців Червоної Армії, до всього російського та інших народів Радянського Союзу». Великим тиражем розповсюджувався також «Відкритий лист червоноармійцям і радянським командирам від добровольців Російської визвольної армії».

Ще одне завдання цієї пропагандистської акції полягало в тому, щоб залякати радянських солдатів застосуванням нової, невідомої раніше техніки (танки «Тигр», САУ «Пантера» та ін.) і на цій підставі апелювати до їх людських інстинктів самозахисту й збереження життя. До цього ж радянським солдатам, які уважали себе ворогами радянської влади, обіцяли низку пільг у полоні. В наказі Верховного командування Вермахту було зазначено, що кожного військовослужбовця Червоної Армії, який самовільно залишив свою військову частину і самостійно перейшов до німців, «уважати не військовополоненим, а таким, що добровільно перейшов на сторону німецької армії».

Проте велика пропагандистська кампанія Вермахту, як і військова операція на Курській дузі, загалом закінчилися невдачею. Незважаючи на те, що для проведення цієї, так би мовити, психологічної операції було задіяно чималі сили й засоби, її результати були дуже скромними, оскільки ситуація на фронтах кардинально змінилась не на користь німців. Більш пристосовані до ведення боїв, а також елементарного виживання в зимових умовах, радянські бійці, враховуючи ще й поразки противника, дедалі скептичніше ставилися до німецьких «обіцянок», тому ефективність цієї пропаганди падала.

Заслуговує на увагу ведення ІПсВ фашистської Німеччини на території

України. Вигідне географічне розташування і багаті природні ресурси перетворили Україну в роки війни на арену не лише військових баталій, а й гострого пропагандистського протистояння.

Початок німецько-радянської війни виявив слабкість політичного та військового керівництва СРСР, недостатню підтримку дій уряду з боку певних верств населення, зокрема на українських землях. До кінця 1941 р. майже вся територія України була окупована німецькими військами. Вони контролювали близько 80 млн осіб, тобто 42% населення СРСР, і велику частину його економічного потенціалу, а також захопили 3,8 млн радянських військовополонених (із них, за підрахунками, 1,3 млн становили українці).

Умовно діяльність німецьких пропагандистських спецслужб на теренах України можна поділити на три етапи. На кожному з них ведення пропаганди мало свої особливості.

На початковому етапі війни домінували сподівання західних і східних українців на те, що з приходом німецьких військ відновиться українська державність, припиняться репресії щодо мирного населення, зміниться форма власності, особливо на землю.

Німецька пропаганда вміло використовувала такі сподівання українського народу. Результатами цього стало зменшення (а в деяких районах – повна відсутність) опору німецьким військам, оскільки їх сприймали як визволителів від більшовицької диктатури; підтримка окупаційних військ і створення місцевої влади. Це стало можливим завдяки використанню в пропагандистсько-агітаційних матеріалах таких тем, як залякування населення перемогами німецьких військ, нагадування про жахи більшовицької диктатури та звернення до національних почуттів і свідомості українського народу.

На окупованих територіях, де з населенням уже був налагоджений контакт, активно використовували такий метод пропагандистського впливу, як наочна агітація із застосуванням кіно. З огляду на рівень тодішнього технічного розвитку, за силою свого впливу на аудиторію це був найкращий та найдійовіший засіб подання пропагандистської інформації. З початку німецької окупації в кінотеатрах демонстрували кінофільми, адаптовані українською мовою, здебільшого документальні.

У тилу німецькі пропагандисти досить широко використовували «чорну пропаганду» – подавали протинімецьку інформацію у вигляді справжніх радянських газет і часописів; проте, уважаючи свою пропагандистську діяльність недосконалою та недостатньо впливовою й ефективною, шукали резервів посилення її дієвості. У «Доповіді рейхскомісару Коху» від 3 липня 1942 року було зазначено, що для правильної оцінки ефективності пропаганди в Україні слід урахувати такі обставини: а) місцеві зв'язки та склад населення; б) традиції радянської пропаганди, в) розуміння способу мислення населення, яке змінилося за більш ніж 20-річне панування комуністичної ідеології.

На другому етапі почала змінюватися ситуація на фронтах. Відповідно, іншою ставала політика німців в Україні. Якщо спочатку німці спрямовували репресії переважно проти комуністів та євреїв, згодом усе населення стало

жертвою принципу колективної відповідальності у випадках активних дій партизанів або невиконання наказів німецької влади. Вони повністю відкинули загравання з українськими патріотами-державниками, націоналістами й почали діяти методами терору та залякування. Зокрема за вбивство чотирьох німецьких солдатів було спалене с. Обухівка, а все населення розстріляне. Крім заручників, німці розстрілювали також «посередників», тобто осіб, підозрюваних у контактах із партизанами.

Особливістю німецької пропаганди цього етапу стало те, що всі пропагандистські дії зводилися до насаджування населенню тваринного страху. Широко використовувалася наочна агітація – розповсюджувалися листівки із закликами до безумовної покори німецькій владі, сприянню їй. Тематикою пропагандистських матеріалів були повідомлення про чергові страти й тортури.

Було запропоновано використовувати для пропаганди такі тези:

- в СРСР не було жодної сім'ї, члени якої не були б репресовані;
- велика кількість населення була переміщена (насильно депортована) для роботи в інші (віддалені) місця;
- масові заслання не припиняються навіть зараз;
- немає вільного вибору професії та роботи;
- без дозволу НКВС не можна переїжджати з одного місця на інше, змінювати місце проживання;
- незначне запізнення на роботу карається роками в'язниці, засланням;
- нарівні з дорослими нещадно експлуатуються діти, підлітки;
- колгоспи експлуатують працю селян на користь держави;
- релігійна терпимість є, по суті, фальшивою.

Третій період пропагандистських дій збігся з поступовим визволенням України від фашистів. Це змусило німців суттєво змінити тематику і зміст пропагандистських матеріалів. На перше місце вийшла вже апробована тема, що на зміну фашистському режимові прийде набагато кривавіша комуністична диктатура. Стосовно України німецька пропагандистська машина припустилася істотної помилки, яка полягала у сприйнятті України як географічного поняття, а не потенційної держави. Звідси неналежне зміщення акцентів у пропаганді з національно-державницьких до політико-ідеологічних, що уособлювало вибір між фашизмом і комунізмом. Це не відповідало менталітету народу, який чинив опір усім формам диктатури.

Аналізуючи особливості ведення німецької пропаганди в Україні, слід зробити висновок, що її результативність була пов'язана не стільки з умілим використанням агітаційних матеріалів, скільки із сподіваннями українського народу (звільнення від більшовицької диктатури й відновлення своєї державності), а також становищем на фронтах.

Варто відзначити модернізований варіант ПСВ у використанні особливих різновидів зброї з метою насамперед психологічного впливу. Такі способи ведення бойових дій наближаються за характером до актів терору і водночас є акціями ПСВ, особливо коли жертва – мирне населення противника. Саме з такою метою розглядало застосування ракетної зброї (літаки-снаряди Фау-1 та

балістичні ракети Фау-2) керівництво Третього Рейху. В одному з документів верховного головнокомандування вермахту зазначалося, що перевага Фау-2 «полягає у можливості діяти вдень і вночі без усякого попередження. Це буде ударом по моральному духу англійців. Будь-який матеріальний збиток – справа другорядна».

Напередодні Другої світової війни радянський уряд також здійснив відповідні заходи для зміцнення апарату спецпропаганди (СП).

Першим кроком з організації та ведення пропаганди серед військ і населення противника став облік осіб, які володіли іноземними мовами, проведений на підставі Директиви ГПУ РСЧА від 29 червня 1938 року. За наказом Народного комісара оборони СРСР від 10 липня 1939 року було створено 24 редакції, що випускали газети іноземними мовами, серед них три – німецькою. Основне завдання редакцій полягало в організації теоретичної та практичної підготовки літературних працівників для того, щоб у разі війни можна було негайно розгорнути видання літератури відповідними іноземними мовами для її поширення серед військ і населення противника.

Командування РСЧА усвідомлювало необхідність удосконалення, зміцнення органів спецпропаганди. 6 серпня 1940 року було ухвалено рішення про формування в політуправліннях прикордонних військових округів спеціальних відділів для роботи серед військ і населення противника, до складу яких входили раніше створені редакції газет, що видавалися іноземними мовами. У політвідділах армій були сформовані відповідні відділення, а в штатах дивізіонних політвідділів з'явилася посада старшого інструктора з роботи серед військ противника.

У складі Головного політуправління на базі відділення з керівництва друкованими засобами, які видавались іноземними мовами, був створений відділ спеціальної пропаганди серед військ і населення противника, який із метою конспірації отримав назву 7-го відділу. Оскільки коло завдань розширилося, а їхні масштаби значно зросли, офіцери відділу почали налагоджувати взаємодію з різними центральними установами й організаціями: радіокомітетом, ТАРС, Всесоюзною спілкою культурного зв'язку, Іноземним видавництвом і його друкарнею «Іскра революції», спроможними видавати літературу 60 іноземними мовами.

У вересні 1940 року були розроблені «Тези про цілі й завдання пропаганди серед військ і населення противника», покладені в основу Директиви ГПУ № 0267 від 12 жовтня 1940 року, де визначалися основні завдання та функції структур спецпропаганди на мирний і воєнний час. Зокрема, у мирний час потрібно було поглиблено вивчати морально-психологічний стан і систему політичного виховання в арміях імовірних противників, готувати й надавати командуванню огляди військово-політичної ситуації, постійно вдосконалювати знання іноземних мов, тренуватися в написанні та виданні агітаційно-пропагандистських матеріалів.

Таким чином, 12 жовтня 1940 року майже розпочався процес створення основних структур у політорганах прикордонних військових округів для роботи

серед військ противника.

Під час війни радянські органи спецпропаганди повинні були розгорнути широкомасштабну роботу серед військ і населення противника: роз'яснювати їм справжні причини війни, стимулювати пацифістські настрої, завойовувати симпатії до РСЧА й Радянського Союзу, формувати негативне ставлення до дій військово-політичного керівництва країн-агресорів, правдиво, за допомогою конкретних фактів показувати важке становище «простих людей», особливо солдатських родин, закликати військовослужбовців армії противника переходити на радянський бік.

Одна з перших директив Головного політичного управління після вторгнення німецько-фашистських військ ставила за обов'язок військовим радам і начальникам політорганів зосередити увагу на з'ясуванні трьох складових, що характеризують становище в лавах ворога: «про настрої солдатів; яких втрат завдано частинам (з'єднанням); що робиться в них на батьківщині».

Характерна особливість радянських листівок того часу як основного засобу викладення пропагандистського матеріалу – вкрай революційна спрямованість їхнього змісту, тенденційне висвітлення практичної діяльності апарату спецпропаганди, що було неприйнятним для вихованих у фашистському дусі солдатів. Про це свідчать насамперед десять тез, затверджених Радянським бюро військово-політичної пропаганди, які стали основою проведення спецпропаганди в цей період війни. Кожну з десяти тез ГПУ РСЧА видало окремою листівкою 24 червня 1941 року. У них разом з окремими правильними положеннями містилися заклики, що не враховували реального морально-політичного стану солдатів Вермахту: до «дружби між німецьким і російським народами», «спільної боротьби», «повалення Гітлера» та ін. Про це свідчать і перші листівки, які частково домінували до грудня 1941 року, а саме: «За що ви воюєте?», «Стій! Тут країна робітників і селян», «Що ви робите?», «Проти кого ви воюєте?».

Фактично в основу змісту спецпропаганди, особливо під час перших оборонних боїв 1941 р., покладалася стара політична теза «робітничої революції», яка була механічно перенесена з часів громадянської війни та воєнної інтервенції в умовах назрівання в Німеччині революційної ситуації.

Використовувались й інші форми і способи ІПсВ на війська гітлерівського Вермахту. Радянські органи спецпропаганди видали «Новий солдатський пісенник» – вдалу підробку німецького оригіналу, який, за свідченням німецького керівництва, був прикладом «пропаганди, спрямованої на підриг віри військ у своє військово-політичне керівництво, і спонукав до переходу в полон».

Під час організації спецпропаганди виникла проблема, яку без участі військовополонених ефективно вирішити було неможливо. Вона полягала в тому, що спроби морально-психологічного впливу на противника шляхом дискредитації його політичного й державного керівництва, особистих якостей політичних і військових керівників, цілей війни, висвітлення тяжкого

становища країни, насамперед армії та цивільного населення, вимагали детального знання побуту, настроїв, психології громадян, військовослужбовців і т. ін. Інакше спецпропаганда не давала очікуваного ефекту.

Після першого періоду війни акцент в інформаційно-пропагандистській діяльності змістився з класових аспектів на «загальнолюдські». Робота велася в позаідеологічній сфері: не «проти», а «за». У 1941 р. класові принципи використовувалися у понад 60% радянських пропагандистських матеріалів, а у 1943 р. – вже у 35%.

Новим напрямом у радянській спецпропаганді стало використання «сентиментальних тем», коли психологічним об'єктом впливу були родинні почуття, (листівка «Пам'ятай про свою дитину»).

Головними завданнями радянських органів спецпропаганди на окупованих німцями територіях було перешкоджання діяльності ворожих органів і примушування представників українського населення видавати активістів національно-визвольного руху для їх знищення.

Це положення підтверджується «Довідкою про стан політичної роботи серед населення і партизанів окупованих територій України»: «...проводиться значна агітаційно-пропагандистська робота на окупованих територіях України. За період з 15 листопада 1942 року по червень 1943 року було поширено 95 видів листівок загальним накладом 10 млн 354 тис. примірників. До того ж, було поширено 30 листів-звернень Політуправління РСЧА (українською мовою) накладом 1 млн 700 тис. примірників. Поширено українських газет «Комуніст», «Радянська Україна», «За Радянську Україну» накладом понад два мільйони примірників. За період квітень-травень вислано 84 500 примірників центральних газет «Правда» та «Известия».

Діяльність радянської пропаганди і спеціальної пропаганди на окупованій Україні була успішною. Це пояснюється тим, що рівень життя в Україні під час німецької окупації був нижчим, аніж за радянських часів: «...у зв'язку з тим, що робітники та інтелігенція в містах голодують більше, ніж до війни, можливості німецької пропаганди ускладнюються... радянська пропаганда використовує цю ситуацію для своєї діяльності». Німці чинили жорстокі репресії серед населення. Це успішно використовували радянські спецслужби. Як зазначали німці, «...більшовицькі агенти розгорнули дуже активну діяльність і роблять усе, щоб завдати шкоди в тилу окупованих земель».

Радянська спецпропаганда ґрунтувалася на таких засадах: недостатнє продовольче постачання, голод серед населення багатьох районів; неправдиві твердження німецької пропаганди; неминуче і швидке повернення радянських військ та покарання зрадників; патріотичні гасла, заклики до боротьби за свою батьківщину (більшовицьку).

Радянські фахівці із спецпропаганди не використовували психологічний чинник, а якщо й ураховували психіку людини та апелювали до психічних станів, то зазвичай у грубій, образливій формі або у формі примітивного залякування, що викликало відповідну негативну реакцію. У змісті політичної роботи змішували внутрішню пропаганду із зовнішньою. Внаслідок такого

механічного зміщення акцентів радянські політоргани доволі широко застосовували мовні та стилістичні засоби впливу, які були психологічно незрозумілі й недоступні вихованим на інших цінностях німцям. Це ускладнювало емоційне і, відповідно, інтелектуальне сприйняття інформації, оскільки політоргани апелювали не до середнього німецького солдата, а до радянського німецькою мовою.

Негативним у радянській пропаганді було те, що замість того, щоб цілеспрямовано збуджувати емоційну сферу психіки, тобто викликати поведінку, яка незалежно від мотивів послаблювала б морально-бойовий потенціал противника, вона бралася за виконання завдань із перевиховання військовослужбовців Вермахту на засадах більшовицьких цінностей.

На другому етапі війни (1943–1945) радянська спеціальна пропаганда, спрямована проти німецької армії, була досить ефективна.

Однією з важливих особливостей СП у роки Другої світової війни стало те, що в цей період формувались основні підходи до змісту пропагандистських матеріалів, удосконалювались форми і способи інформаційного і психологічного впливу на війська й населення противника.

Друга особливість полягала в тому, що в перший період війни СП здійснювалась без прямого й безпосереднього контакту з об'єктом впливу; мало уваги приділялось зворотній інформації про ступінь психологічного впливу і реакції об'єкта на цей вплив.

Третьою важливою особливістю спецпропагандистської діяльності в умовах війни було її ведення іноземною мовою. Під час Другої світової війни такі німецькі патріотичні організації, як Національний комітет «Вільна Німеччина» та «Союз німецьких офіцерів», вели пропаганду рідною, німецькою, мовою. Для них не стояла проблема перекладу їхніх агітаційних матеріалів на іноземні мови.

Наступна особливість спецпропаганди, спрямованої на війська й населення противника в умовах Другої світової війни, полягала в тому, що в цей період здійснювався пошук проблем, які найбільше хвилювали військовослужбовців Вермахту під час бойових дій на території Радянського Союзу. Політоргани дійшли висновку, що спецпропаганду необхідно вести за такими напрямками:

- роз'яснення справедливих цілей війни з боку Радянського Союзу й викриття несправедливого, загарбницького характеру війни, розв'язаної німецьким фашизмом та його союзниками;

- демонстрація неухильного зростання сил Радянського Союзу та ударної могутності Радянської Армії й Флоту, пропаганда неминучого розгрому німецько-фашистської армії та поразки німецького імперіалізму;

- розкриття «загострення суперечностей» як у гітлерівській армії й німецькому тилу, так і між арміями фашистської Німеччини та її васалів;

- висвітлення зростання антифашистського руху серед народів окупованих держав;

- усебічна пропаганда правди про Радянський Союз і демонстрація

антинародного характеру фашистського режиму;

- пояснення шляхів виходу з війни особового складу Вермахту і його союзників у формі індивідуальної та колективної задачі в полон і капітуляції.

Отже, як свідчить вивчення особливостей ведення пропаганди Німеччиною та СРСР на війська і населення противника, німецька пропаганда напередодні та з початком Другої світової війни здійснювалася на більш високому рівні, оскільки враховувались усі історичні та практичні надбання досвіду ведення пропагандистських операцій. Німецькі органи пропаганди до війни із СРСР готувалися ґрунтовно і заздалегідь: відпрацьовувались теми матеріалів, відбувалася їх «обкатка» під час польових навчань. Велику увагу німецькі пропагандисти приділяли вивченню об'єкта впливу – морально-психологічного стану військ, національно-психологічних особливостей представників різних народів СРСР та ін. Для цього активно використовували довоєнні контакти з представниками населення регіонів Радянського Союзу, політичні допити перебіжчиків й осіб, котрі раніше мешкали в СРСР, а також вивчення відповідної художньої та мемуарної літератури.

6.2. Ведення пропаганди США, Англією та Японією в роки Другої світової війни

США в роки Другої світової війни почали активно здійснювати пропаганду на війська та населення противника тільки з січня 1942 року (у війну вони вступили 7 грудня 1941 року). На першому етапі Америка не могла істотно вплинути на морально-психологічний стан ворога, особливо японців. Причинами цього були примітивність матеріалів інформаційно-психологічного впливу, недостатньо повні знання й неврахування національно-психологічних особливостей противника; недостатня підготовка відповідних фахівців і скептичне ставлення до психологічної війни (ПсВ) частини військового керівництва США.

Основна оперативна робота з організації ПсВ у сухопутних військах проходила на фронтівому рівні, де були створені відділи психологічної війни. Найбільший із них був сформований за наказом генерала Д.Ейзенхауера в листопаді 1942 року в Північній Африці, при штабі союзних військ і потім, у 1944 році, розширений і перейменований на управління ПсВ при Верховному головнокомандуванні союзних експедиційних сил. Це управління визначало психологічну війну як «розповсюдження пропагандистських матеріалів, призначених для деморалізації ворога й придушення його волі до опору, а також для підвищення морального духу союзників». Восени 1942 року була розроблена перша настанова щодо ведення психологічної війни.

Перелом у поглядах і ставленні американського військового керівництва до пропаганди відбувся в травні 1943 року під час кампанії із захоплення Тунісу. До цього моменту апарат військових пропагандистів експедиційного корпусу союзників у Північній Африці налічував 4,6 тис. осіб. За останні 10 днів африканської кампанії вони підготували і розповсюдили 9,5 млн листівок, що значною мірою сприяло деморалізації військ під командуванням німецького

генерала Фон Арніма. Кількість прихильників серед американського командування використання методів ПсВ зросла ще більше, коли стало відомо, що безпосередньо перед завоюванням Тунісу листівки-перепустки союзників стали товаром, який мав чималий попит у солдатів-італійців. За одну таку листівку вони охоче платили 600 франків.

Загалом на європейському театрі бойових дій американці розповсюдили 8 млрд листівок. Після закінчення війни американські експерти визначили, що вартість листівок, підготовлених за п'ять років війни, в перерахунку на одного жителя становила приблизно одну рейхсмарку, що не йде в жодне порівняння із загальними колосальними витратами на війну. Після цього практичні американці стали завзятими прихильниками психологічної війни.

Розгортання американцями психологічної війни проти Японії розпочалось навесні 1945 року, коли окреслились суттєві успіхи ВМС США на тихоокеанському театрі воєнних дій. За даними американської розвідки, в самій Японії створювалась така політична ситуація, результатом якої могла стати згода її правлячих сил на беззастережну капітуляцію США. Враховуючи ці обставини, спеціалісти психологічної війни з відділу ОР-16-V розробили секретний стратегічний план, основний зміст якого зводився до здійснення тиску як військовими, так і політичними засобами на японське керівництво з метою примусити його прийняти умови капітуляції без висадки десанту.

У розробленому на основі стратегічного задуму плані психологічної війни № 1-45 завдання досягти мирним шляхом капітуляції Японії було сформульоване в чотирьох пунктах:

1. Переконати керівництво противника в безнадійності опору.
2. Переконати вище командування, що альтернатива капітуляції – повне знищення збройних сил і пригноблення населення.
3. Пояснити переваги беззастережної капітуляції.
4. Створити суперечності, заворушення й опозицію серед військових керівників, які залишилися непохитними у своєму опорі цьому плану.

У цьому контексті великий інтерес становить план американських спецслужб (відпрацьований на початку 1945 року) з переорієнтації свідомості населення Японії після її капітуляції (яка відбулась 2 вересня 1945 року). У плані зазначались такі заходи «консолідуючої пропаганди»:

- випуск інформаційних бюлетенів про становище у країні й доведення їх змісту до широких верств населення;
- керівництво наявними службами суспільної інформації в Японії;
- підготовка першої об'єктивної історії Японії;
- організація та підтримка діяльності лояльних громадських організацій, популяризація прогресивних національних традицій;
- пропаганда демократичних перетворень у США й Великій Британії;
- «чистка» органів правопорядку, створення громадської думки, що засуджує воєнних злочинців, придушення небажаних мілітаристських та анархістських рухів;
- формування громадської думки щодо необхідності прийняття Японії до

міжнародної економічної співдружності;

- підтримання різного роду діяльності, яка відвертає увагу японців від відродження колишніх порядків, включаючи популяризацію міжнародних кулінарних традицій, розваг, професійну перепідготовку, діяльність лояльних угруповань, активну політичну участь у масових і муніципальних заходах, створення профспілок, – усе це з метою запевнити японців у щирості намірів США і продемонструвати права, які їм надаються, а також підготувати їх до політичної діяльності на більш високому демократичному рівні;

- вивчення громадських свобод і підготовка до остаточного перегляду репресивної поліцейської системи;

- соціально-психологічна підготовка до проведення промислових, аграрних та інших економічних перетворень;

- створення належної психологічної обстановки для притягнення до відповідальності військових злочинців;

- доведення до японського народу істинного значення поразки й зобов'язань, які випливають із цього факту, щоб не допустити зустрічних звинувачень і реваншу;

- створення умов для вільної преси;

- припинення безладу, небажаних анархічно-політичних рухів;

- пропаганда проти мілітаризму й агресії;

- повне відновлення системи співробітництва;

- використання і пояснення демократичних ідей та тенденцій у японській історії й культурі, приведення їх у відповідність із поняттями й ідеями американської демократії;

- поєднання, за можливості, західних (християнських) і японських етичних принципів або пом'якшення конфліктів, що виникають через їхні відмінності;

- підготовка до прийняття Японії в сім'ю народів на рівній соціальній та економічній основі, за умови повного викорінення японських ідей мілітаризму, морської могутності й експансіонізму;

- відмова від наявної в США концепції про японську расову неповноцінність і дискредитації пропаганди японської ідеї створення «сфери взаємного процвітання».

Отже, американці першими, ще за воєнних часів, визначились у розробленні форм консолідуючої пропаганди на теоретичному рівні, хоча надалі багато запозичили з практичного досвіду діяльності окупаційних радянських структур у Німеччині та Австрії.

Особливо інтенсивну діяльність з організації та проведення пропаганди розгорнув уряд Англії.

У кінці 1937 року, тобто за півтора року до початку Другої світової війни, уряд Великої Британії приступив до відтворення апарату для ведення пропагандистського впливу на війська й населення противника. Спочатку такою пропагандою як офіційний орган займалося міністерство інформації, з ним тісно співпрацювала низка секретних відділів і служб. У липні 1940 року за вказівкою прем'єр-міністра Черчилля всі секретні служби, що займалися

питаннями підривної пропаганди, були об'єднані, й на їхній основі сформований відділ спеціальних операцій.

Основу пропагандистських зусиль Великої Британії у Другій світовій війні становили принципи, розроблені під час Першої світової війни. Вони зводилися здебільшого до такого:

1. Перш ніж починати пропагандистську діяльність, необхідно розробити принципи здійснення впливу на особовий склад військ і населення противника.

2. Достовірність джерела інформації й самої інформації є необхідною умовою успіху будь-якої спроби чинити вплив на противника.

3. Необхідність формулювання прийнятної мети війни, яка б не просто констатувала викорінення націонал-соціалізму, а й показувала шляхи досягнення та збереження миру.

4. Чітке розмежування офіційної урядової пропаганди й пропаганди, що ведеться від імені різних організацій, у тому числі тих, що випускають інформаційно-пропагандистські матеріали.

5. Ретельна координація змісту пропагандистських матеріалів та інформації, розрахованої на противника, уникання суперечливих висловлювань.

Основними засобами пропаганди в Англії в цей період були радіо та друковані видання. Високий професійний рівень мали передачі лондонського радіо, трансльовані для зарубіжної аудиторії. Вже в 1939 р. радіостанція Бі-Бі-Сі мала досить широку аудиторію слухачів у Німеччині. Не дивно, що гітлерівська служба безпеки переслідувала передусім за прослуховування лондонського радіо, яке уважалось найбільш небезпечним із точки зору підриву націонал-соціалістичного духу.

Британські фахівці психологічної війни головну увагу зосереджували на прямому психологічному впливі на поведінку населення й особового складу військ противника. Так, для безпосереднього впливу на бойову потужність гітлерівських ВПС німецька служба Бі-Бі-Сі повідомляла про випадки дезертирства німецьких льотчиків на своїх же літаках до Англії, при цьому згадувались прізвища льотчиків, збитих під час повітряних нальотів. Офіцери англійської пропаганди розраховували, що ці повідомлення не залишаться поза увагою командування гітлерівських ВПС, яке одержувало щоденні зведення радіоповідомлень англійського радіо. Ця пропагандистська акція проводилась із метою не спонукати німецьких льотчиків до дезертирства, а спровокувати командування до проведення спільно з гестапо чисток серед особового складу, посіяти недовіру між льотчиками, вплинувши таким чином на моральний дух і боєздатність гітлерівських авіаз'єднань.

Розповсюджувати листівки Англія почала майже одразу: через 12 годин після оголошення війни Німеччині перші 6 млн англійських листівок були скинуті з літаків над німецькими містами. Листівки, призначені для розповсюдження в Німеччині, на території Англії були закритою продукцією й мали гриф «таємно». Навіть слово «листівка», у тому числі серед льотчиків, було заборонене і не вживалося. Замість нього використовувалося кодове слово «nickel», а польоти літаків для розповсюдження листівок називалися

розвідувальними. Пропаганда на противника завжди розглядалася країнами, які її вели, як державна таємниця.

Пропагандистський вплив на противника був найдешевшим засобом впливу. У Другій світовій війні з території Англії над Західною Європою поширено 6,5 млрд листівок на 29 мовах. Загальна чисельність населення країн Західної Європи становила на той час близько 200 млн осіб, тобто в середньому по 32,5 листівки на людину. Вартість видання однієї листівки в перерахунку на німецькі рейхсмарки – в середньому 0,0025 RM.

Поглибленого вивчення й узагальнення потребує організація та здійснення інформаційно-психологічного впливу Японією. До арсеналу ІІСВ Японії слід віднести комплекс заходів щодо формування серед військовослужбовців і усього японського народу культу «камікадзе». Не маючи військової переваги над американцями, відтягуючи неминучу поразку, японці намагалися залякати противника атаками смертників.

Найбільшу увагу японці приділяли питанням консолідуючої пропаганди, називаючи її «політичною війною», яку, за їхньою оцінкою, не можна доводити до того, щоб уряд окупованої країни не погодився зі своєю долею, а промисловість давала незадовільні результати.

Японці повністю контролювали економіку окупованих країн, друкували гроші без найменшого покриття, здійснювали конфіскаційну політику стосовно неамериканських економічних структур, доводячи їх до банкрутства, а потім викупували засоби виробництва за безцінь. Японські окупанти обмежували комунікації, застосовували терор, підвищували ціни на продукти, зачиняли шпиталі та школи, але все-таки мали підтримку і лояльне ставлення місцевого населення. Незважаючи на те, що мільйони бірманців за часи панування британців були економічно заможнішими, більше значення для населення Бірми мали дозвіл на затвердження власного прапора, можливість міжнародного визнання уряду, свобода маневру «військово-морських сил Бірми» – катера, озброєного однією гарматою. Усі захоплені японцями радіостанції працювали, газети виходили максимальними тиражами, й саме на японців працювали полонені американці, британці, австралійці, росіяни, корейці, китайці. Фіаско в психологічній війні японці потерпіли тільки внаслідок військової перемоги противника.

У такому контексті ядерне бомбардування Хіросіми та Нагасакі 6 і 8 серпня 1945 року було психологічною атакою американців на стратегічному рівні – боротьбою за місце у світовій політиці повоєнного періоду, початком періоду демонстрації сили в «холодній війні». Історичні аналогії подібних дій для досягнення моральної переваги простежувалися й раніше і відомі як «дипломатія канонерок».

Отже, аналіз ведення пропаганди США, Англією та Японією в роки Другої світової війни свідчить про те, що протиборчі сторони по-різному вирішували завдання психологічного впливу. Якщо США і Англія під час організації ІІСВ свої основні зусилля зосереджували на вдосконаленні форм і способів пропаганди на війська та населення противника, то Японія

формувала переважно серед військовослужбовців своїх збройних силах стійкого захисника своєї держави, образ камікадзе.

Найбільших успіхів в організації та веденні ІІсВ на війська та населення противника досягли англійці. Вони першими серед антигітлерівської коаліції піднесли цей вид діяльності в ранг державної політики, скоординували її за метою, об'єктами й технологіями. Основними формами ІІсВ були друкована і радіопропаганда.

ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Яка роль воєнної пропаганди Німеччини у збройних конфліктах?
2. Охарактеризуйте особливості геббельсівської пропаганди під час окупації Франції та в період підготовки до війни проти СРСР.
3. Розкрийте особливості здійснення інформаційно-психологічного впливу фашистською Німеччиною на території України.
4. Які заходи вживав радянський уряд напередодні Другої світової війни для зміцнення апарату спецпропаганди?
5. У чому полягала діяльність радянської пропаганди і спеціальної пропаганди на окупованих територіях?
6. Розкрийте особливості та напрями ведення спецпропаганди СРСР у роки Другої світової війни.
7. Охарактеризуйте особливості пропаганди США на війська та населення противника в роки Другої світової війни.
8. Як уряд Англії здійснював організацію та ведення пропаганди на війська й населення противника під час Другої світової війни?
9. У чому полягають особливості організації та здійснення інформаційно-психологічного впливу Японією в роки Другої світової війни?

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДІЛУ 6

1. Волковский Н.Л. История информационных войн : в 2 ч. Ч. 2 / Н.Л.Волковский. – СПб. : Полигон, 2003.– 736 с.
2. Інформаційна безпека держави: підручник / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Д.С. Мельник та ін.]; в 2 т. – Т. 1. / за заг. ред. В.М. Петрика. – К.: Вид-во ІСЗЗІ НТУУ, 2016. – 264 с.
3. Інформаційно-психологічне протиборство (еволюція та сучасність) : навч. посіб. / [Петрик В.М., Бакалинський О.О., Жарков Я.М. та ін]. – К. Вид-во ІСЗЗІ НТУУ «КП», 2012. – 248 с.
4. Крысько В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / В.Г.Крысько ; под общ. ред. А.Е.Тараса. – Минск : Харвест, 1999. – 448 с.
5. Цибулькін В.В. СС-Аненербе: розсекречені файли / В.В.Цибулькін, І.П.Лісюк. – К., 2010. – 288 с.

6. История Второй мировой войны. 1939–1945 : в 12 т. – М. : Воениздат, 1973–1982.
7. Воробьевский Ю.Ю. Третий акт: Третий Рейх и Третий Рим / Ю.Ю.Воробьевский. – М., 2007. – 368 с.
8. Васильченко А.В. Оккультный миф III рейха / А.В.Васильченко. – М. : Яуза-Пресс, 2008. – 624 с.
9. Желев Ж. Фашизм. Тоталитарное государство / Ж.Желев ; пер. с болг. – М. : Изд. «Новости», 1991. – 336 с.
10. Інформаційна безпека держави у контексті протидії інформаційним війнам : навч. посіб. / [А.О.Рось, А.М.Явтушенко, Я.М.Жарков та ін.] ; за ред. В.Б.Толубка. – К. : НАОУ, 2004. – 176 с.
11. Інформаційна боротьба: теоретичні та військово-прикладні аспекти : навч. посіб. / [А.О.Рось, А.М.Явтушенко, Я.М.Жарков та ін.] ; за ред. В.Б.Толубка. – К. : НАОУ, 2003. – 218 с.

РОЗДІЛ 7

ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНЕ ПРОТИБОРСТВО ЧАСІВ «ХОЛОДНОЇ ВІЙНИ» (1946–1991 рр.)

7.1. Психологічні операції США у війнах і збройних конфліктах

Найбільш масштабний в історії комплекс заходів ПсВ був здійснений за часів «холодної війни».

Досвід психологічних операцій (ПсО), набутий США під час Другої світової війни, був використаний для ПсВ на війська та населення противника в локальних війнах і збройних конфліктах. При цьому велика увага приділялася питанням підвищення готовності сил і засобів ПсО, удосконаленню їхньої організаційно-штатної структури й тактики дій, підвищенню рівня технічної оснащеності. На підставі прийнятого в 1947 році «Закону про національну безпеку» 15 вересня 1948 року була створена служба помічника міністра оборони для інформування громадськості.

У 1949 році була прийнята настанова FM-33-5 «Ведення операцій психологічної війни». У цьому документі зазначалося, що найважливішим засобом ведення ПсО є пропаганда як система заходів із поширення політичної інформації. Там само наводилася її класифікація за джерелом («біла», «сіра» і «чорна») та змістом (політична й воєнна).

До початку війни в Кореї у червні 1950 року єдиним оперативним підрозділом ПсВ у СВ США був загін тактичної інформації, створений у 1947 р. у Форт-Райлі (штат Канзас). Восени 1950 року загін був перетворений на 1-шу роту гучномовлення та видання листівок, направлену до Кореї, де як підрозділ тактичної пропаганди 8-ї армії вона перебувала до кінця війни.

Перші випробування нових концепцій і поглядів на ведення психологічної війни пройшли під час війни в *Кореї* (1950–1953), де американцям довелося долати не тільки рішучий збройний, а й активний ідеологічний опір. На стратегічному рівні психологічне забезпечення застосування військ (сил) велось з метою приховати справжні причини розв'язання війни: вторгнення прикривалось необхідністю вжити заходів у відповідь на «агресивні дії» Північної Кореї. Крім того, насаджувалась думка, що дії американських збройних сил – це легітимна оборонна операція під егідою Організації Об'єднаних Націй.

Для ведення психологічної війни в Кореї були переформовані апарат і структура відповідних підрозділів. При відділі психологічної війни штабу збройних сил США на Далекому Сході була створена група радіомовлення й видання листівок, яка мала у складі штаб і три роти – штабну, репродукції та радіомовлення, завданням яких було вирішення стратегічних завдань. Для розв'язання тактичних завдань була сформована рота гучномовних станцій і видання листівок. Крім того, восени 1950 року зі Сполучених Штатів до Кореї був перекинутий тактичний загін.

Як свідчать матеріали й публікації з цієї проблематики, основними формами ведення психологічної війни в Кореї були друкована пропаганда, усне мовлення і

радіопропаганда. Меншою мірою використовувалася наочна агітація. 1-а група радіомовлення і видання листівок щотижня випускала в середньому 20 млн листівок, а 1-а рота гучномовних установок і видання листівок 8-ї армії – 3,5 млн. Тільки за перші три дні бойових дій американська сторона розповсюдила 100 млн листівок.

Радіопропаганда велася як мобільними військовими радіостанціями, так і через цивільні передавачі. З цією метою використовувалося 19 радіостанцій у містах Сеул, Тегу, Пусан, Токіо. Програми радіомовлення тривали більше двох годин на добу. Усна пропаганда здійснювалася за допомогою гучномовців, які монтували на бойових машинах, у тому числі на танках.

Війна в Кореї стала поштовхом для формування нової організації апарату психологічної війни США. Вперше до складу штатних сил і засобів американських ПсО були уведені підрозділи, призначені для здійснення стратегічної пропаганди.

Відповідно до затвердженої структури при відділі психологічної війни штабу ЗС США на Далекому Сході в липні 1951 року у Форт-Райлі була створена 1-а група радіомовлення та видання листівок, призначена для ведення повномасштабної стратегічної пропаганди в інтересах безпосередньої підтримки воєнних операцій. Ця пропаганда мала за мету вирішення довгострокових завдань та була спрямована на особовий склад противника й населення в окупованих ним районах. Технічні можливості цієї групи дозволяли випускати газети та листівки, оперативно здійснювати маневр засобами і нарощувати можливості радіомовлення. Група мала мережу радіостанцій, відомих під назвою «Голос об'єднаних націй», а також можливість випускати близько 200 млн листівок на тиждень, які розповсюджувалися авіацією та спеціально призначеними для цього артилерійськими засобами.

Надалі в міністерстві оборони був створений координаційний комітет психологічної війни, який працював у тісній взаємодії з комітетом начальників штабів. Він пов'язував усі психологічні акції з воєнними заходами, а також узгоджував психологічні акції ВПС, ВМС і сухопутних військ.

У підлеглих міністерству оборони видах збройних сил – ВПС, ВМС і СВ – були створені органи, призначені для ведення психологічної війни, зокрема здійснення військової розвідки; політико-ідеологічної, моральної та психологічної обробки цивільного населення й мешканців окупованих районів; солдатів, сержантів і офіцерів ЗС США; здійснення диверсій та актів саботажу.

У 1953 р. була створена й направлена в Корею рота для ведення роз'яснювальної роботи серед населення, яка поклала початок формуванню служби ЗС США по роботі з цивільним населенням.

Завдання розвідувальних органів ЗС США з ведення психологічної війни полягали у визначенні об'єктів пропаганди, вербуванні агентів у збройних силах противника, збиранні з їхньою допомогою розвідувальної інформації, поширенні чуток тощо. Під час виконання цих завдань розвідувальні органи працювали в тісній взаємодії з управлінням психологічної війни. Аналогічним

чином взаємодіяли дивізії й корпуси.

Практика використання підрозділів як стратегічної, так і тактичної пропаганди продемонструвала можливості ПсВ, що стало причиною створення у 1952 р. Центру психологічної війни, назву якого у 1956 р. змінили на Центр спеціальних операцій. У 1957 р. термін «психологічна війна» був замінений на «психологічні операції» як визнання того, що їх проведення не вимагає стану війни та що вони можуть бути спрямовані як на військовослужбовців, так і на цивільне населення.

Особливістю війни в Кореї є те, що вона, по суті, була першою «ідеологічною війною» Сполучених Штатів. У подібних конфліктах успіх ведення психологічної війни дуже актуальний. Фактично, противники боролись за перемогу своїх ідеологій.

Органи американської преси почали бити на сполох із приводу морального стану американських солдатів. Так, у 1952 р. газета «Нью-Йорк Таймс» повідомила, що за перше півріччя війни в Кореї із ЗС США дезертирувало 47 тис. осіб. Протягом наступних півтора року кількість дезертирів становила 18–20 тис. за кожні шість місяців.

Крім того, війну в Кореї можна уважати однією з перших спроб проведення миротворчих операцій із використанням авторитету ООН в інтересах досягнення політичних, економічних, ідеологічних і воєнних інтересів США.

У березні 1955 року Міністерство оборони США ввело у дію доопрацьовану настанову FM 33-5 «Ведення психологічної війни», яка містила офіційне тлумачення американської концепції психологічної війни: «Психологічна війна включає заходи, за допомогою яких передаються ідеї та інформація для здійснення впливу на свідомість, почуття і дії противника».

У 1956 році управління психологічної війни, яке діяло під час війни в Кореї, було перейменоване на управління спеціальних методів війни. Це стало початком формування нових особливостей американського ПсВ, суттєвої зміни теоретичних поглядів на ведення психологічної війни загалом. Розширились функції підривної діяльності, пропагандистські прийоми впливу доповнювалися диверсійно-терористичними операціями, шпигунством, заходами спеціально організованих груп у тилу противника.

Отже, в американському ПсВ почали з'являтися нові, нетрадиційні форми та методи, що надавали йому всеохоплюючого, глобального характеру.

На думку А.Педдока, одного з провідних спеціалістів апарату міністерства оборони США, який займався проведенням психологічних і спеціальних операцій у Південно-Східній Азії в 1953–1973 роках, випробування концепції спеціальних методів війни стосується періоду війни у *В'єтнамі*.

Під час війни у В'єтнамі в американській армії були створені нові формування для проведення психологічних операцій – групи психологічних операцій із чотирьох батальйонів «психологічної війни», до складу яких входили штаб із штабною ротою, рота радіомовлення, рота друкованої пропаганди, а також спеціальний підрозділ із роботи серед населення окупованих районів противника або залежної країни. Загальна чисельність

батальйону становила 50 офіцерів і 300 сержантів, солдатів і цивільних спеціалістів.

На початку війни в рамках інформаційного агентства (ЮСІА) був створений об'єднаний відділ зв'язків із громадськістю. До його функцій входила централізація планування, керівництва та контролю над усіма психологічними операціями у В'єтнамі.

У 1965 р. американське командування прийняло рішення про формування батальйону ПсО. До 1967 р. чотири роти цього батальйону (6, 7, 8 і 10-а) розміщувались у кожній корпусній тактичній зоні та брали участь у проведенні психологічних операцій; на початку війни вони були розширені до батальйонів і об'єднані у 4-ту групу ПсО в Сайгоні.

Під час війни у В'єтнамі американці почали все більше практикувати широкомасштабне звернення до всього населення країни противника. До цього пропагандистський вплив здійснювався переважно на особовий склад збройних сил, який брав безпосередню участь у веденні бойових дій, та на населення прифронтової смуги.

Характерною особливістю американської пропаганди цього періоду стало те, що вона була переважно «чорна» та «сіра». За даними американських дослідників, тільки 6% усієї пропаганди можна було віднести до «білої», коли чітко простежувалось її джерело. Для ведення «чорної» пропаганди на територію В'єтнаму був перекинутий спеціальний підрозділ під назвою «Група спостереження та вивчення». Проведені ними операції мали кодову назву «Операції 33» і були настільки таємними, що про них знали лише кілька американських офіцерів, які перебували в регіоні. На проведення подібних операцій міністерство оборони щорічно виділяло близько 3,7 млн дол. Однією з форм прихованих ПсО ЗС США у В'єтнамі було «чорне радіо».

Радіомовлення здійснювалося зі спеціально обладнаних літаків ЕС-121 «Супер Констелейшен», які входили до складу 193-ї тактичної ескадрильї РЕБ під кодовою назвою «Корнет Соло», яка залучалася до участі в таємному проєкті «Дженні», який був складовою операції «Диверсійна чутка». Цікава форма ПсВ на в'єтнамців за допомогою ВПС США застосовувалась у рамках проєкту «Коротка розмова», в якому були задіяні літаки 5-ї ескадрильї 14-го авіаційного крила. Ескадрилья складалась із 16 літаків типу U-10 і чотирьох літаків С-47, обладнаних гучномовцями потужністю 3 тис. Вт і пристроями для скидання листівок.

Тільки за перші шість місяців 1966 р. ескадрилья розповсюдила понад 508 млн листівок. Із найбільш широкомасштабних операцій можна відзначити операцію «Тет» 1966 р. Тет – велике національне свято в'єтнамців. Зважаючи на природне бажання в'єтнамців бути в цей час вдома із сім'ями, тільки протягом січня було скинуто близько 103 млн листівок і проведено до 380 годин усного мовлення з борту літаків.

У В'єтнамі отримали подальший розвиток елементи мистецтва ПсП. У практику ведення ПсО увійшло здійснення впливу на населення всієї країни, з'явився новий стратегічний спосіб впливу – телебачення. Для потреб ведення

психологічної війни практикувалося поширення серед населення засобів пропаганди – телевізорів (3,5 тис.), радіоприймачів.

Для поліпшення можливостей прослуховування радіопередач місцевим мешканцям (здебільшого малоосвіченим) у деяких районах скидалися невеликі транзисторні радіоприймачі з кількома фіксованими частотами. Значна увага приділялась пропаганді серед населення в зоні бойових дій. Із цією метою створювались спеціальні озброєні пропагандистські групи, які закидалися у провінції.

Для впливу на населення організовувалась роздача однофунтових пакетів із рисом, цигарками, жуйками, цукерками, а також зубною пастою, іграшками, на упаковках (обгортках) яких, як правило, містились короткі пропагандистські тексти.

Була поширена виплата грошової винагороди у великих розмірах за здану зброю (до 11 тис. дол.), передану розвідувальну інформацію, доставку перебіжчика (24 дол. за солдата, 2 100 дол. за політкомісара).

Після в'єтнамської війни фахівці США із проведення ПсО дійшли висновку, що операції можуть бути успішними тільки в тому випадку, якщо мають тотальний характер, плануються заздалегідь і проводяться комплексно, спрямовані не лише проти противника, але й проти населення й збройних сил нейтральних чи дружньо налаштованих до противника держав.

У 1979 р. з'явився новий статут, який визначив концепцію, принципи організації та ведення психологічних операцій у збройних силах США – FM 33-1 «Психологічні операції». Він трактував завдання психологічних операцій так:

- зниження морально-бойового потенціалу противника;
- спонукання до здачі в полон;
- сприяння в захопленні в найкоротший час населених пунктів;
- висування ультиматуму й передання закликів до капітуляції;
- проведення аналітичної роботи з розкриття уразливих місць противника, підготовка і доведення відповідної інформації до командирів тактичної ланки та осіб і груп, які виконують завдання в районі бойових дій;
- формування доброзичливого ставлення до керівництва й особового складу збройних сил США і країн-союзниць;
- створення серед особового складу противника обстановки невпевненості та занепокоєння;
- надання допомоги командуванню у здійсненні контролю за вороже налаштованим населенням у зоні бойових дій;
- забезпечення підтримки цивільним населенням заходів США з досягнення своїх цілей;
- контрпропаганда і випередження у проведенні психологічних операцій;
- дезінформування противника.

Згідно з тогочасними офіційними документами армії США безпосереднє виконання завдань з організації психологічного впливу на війська й населення противника було покладено на спеціальні частини і підрозділи (групи, батальйони, роти) психологічних операцій. Вище керівництво операціями на

театрі воєнних дій проводив відділ психологічних операцій при штабі головнокомандувача, що повинен був організовувати весь комплекс пропаганди на противника відповідно до військово-політичних завдань, які вирішував уряд США.

Залежно від поставлених завдань штатно-організаційна структура груп, батальйонів і рот могла змінюватися: до них могли входити різні (за видом і кількістю) підрозділи.

Призначення батальйонів було таке:

- батальйон загальної підтримки, оснащений сучасною технікою, розгортається в зоні комунікацій і виконує комплекс робіт з оброблення, класифікації інформації та підготовки матеріалів пропаганди. Щодобово він здатний видавати до 25 млн листівок, готувати радіопрोगрами загальною тривалістю звучання до 8 годин;

- батальйон для роботи з військовополоненими, який входить до бригади охорони військовополонених. Складається зі штабу, підрозділів пропаганди, друкарні (потужність – до 4,8 млн листівок на добу), оснащений аудіовізуальними засобами й кіноустановкою;

- батальйон для роботи з населенням окупованих територій, який проводить ідеологічну обробку місцевого населення. До завдань батальйону входить також збирання інформації про настрої, наміри й бажання мешканців;

- батальйон безпосередньої підтримки, що входить до корпусу. У його складі від двох до п'яти рот безпосередньої підтримки;

- батальйон консолідуючої пропаганди для роботи в місцях дислокації американських і союзних їм військ. Має у своєму складі штаб і до п'яти рот, до яких входять радіо- й телередакції, підрозділи експлуатації місцевих радіостанцій, телестанцій, друкарень і кінотеатрів.

За підрахунками спеціалістів, витрати американської армії на те, щоб убити одного в'єтнамця, становили в середньому 400 тис. дол., натомість переконати його перейти на бік США коштувало 125 дол.

Із початком 1980-х років завдяки новим тенденціям в американській політиці роль ПсО почала зростати.

В агресії США проти *Гренади* у 1982 р. брали участь підрозділи ПсО всіх видів ЗС США. Їх основу становив 1-й батальйон ПсО.

Під час вторгнення підрозділи ПсО організували комплексний ПсВ на місцеве населення та військовослужбовців протиборчої сторони. Серед мешканців острова розповсюджувалась газета «Голос Гренади». Підрозділ сил спеціального призначення одним із перших об'єктів захопив радіостанцію «Вільна Гренада», яка негайно була перейменована на «Радіо острова прянощів». Пізніше підрозділи ПсО СВ установили приватний передавач потужністю 50 кВт, який забезпечував радіомовлення на весь острів. Окрім цього, використовувались короткохвильові армійські радіопередавачі. Через ці радіостанції спеціалісти із складу 1-го батальйону ПсО організували ведення радіопропаганди серед кубинських робітників і гренадських військовослужбовців. Безперервно передавалися звернення американського

командування до місцевого населення й солдатів про марність опору. У цілому, особовий склад підрозділів ПсО здійснював радіомовлення по 11 годин на добу. Для психологічного оброблення населення використовувалися також гучномовні станції.

Під час гренадських подій США доклали чимало зусиль для формування відповідної міжнародної суспільної думки. Поширення дезінформаційних матеріалів здійснювалося й через американське телебачення: готувались спеціальні програми з метою переконати людей у «справедливому» характері війни з боку США. У період інтервенції проти Гренади для пропаганди «визвольної» місії Сполучених Штатів були задіяні потужний радіопередавач «Голос Америки», філіал західнонімецької радіостанції «Німецька хвиля» (о. Монтсеррат), а також телевізійна мережа ЮСІА «Євронет», яка за допомогою супутників США забезпечувала зв'язок Гренади із західноєвропейськими країнами. Методика здійснення впливу на світову громадськість включала набір пропагандистських прийомів змішування правди та напівправди.

Міністр оборони США К.Уайнбергер прийняв рішення про розроблення загального плану ПсО, який мав стати основою для перебудови усієї системи ПсО ЗС США. План передбачав понад 200 заходів реорганізації, на виконання яких відводилось кілька років, і містив низку важливих аспектів.

По-перше, було необхідно виробити всеоб'єднувальну доктрину, яка б визначала сутність, зміст і напрями ПсО, способи їх координації та проведення в мирний час, загрозливий період і під час війни. У підсумку така доктрина могла стати основою для реорганізації ПсО. Окрім того, у ній повинні були сформулювати функції ПсО як своєрідного фактора примноження бойового потенціалу військ у всіх видах воєнних дій, визначити основи планування та проведення ПсО, завдання кожного компонента служби ПсО. У лютому 1987 року таку доктрину затвердив комітет начальників штабів (КНШ).

По-друге, розроблення доктрини слід було проводити паралельно з принциповими змінами у плануванні ПсО. В апараті міністра оборони був створений відділ ПсО. Невеликий апарат ПсО при КНШ був перетворений на управління, а його штат значно збільшений. У штабі СВ, де останнім часом знаходився лише один офіцер ПсО, було створене управління ПсО і відділ для роботи з цивільним населенням. Із метою підсилення штабних органів керівництва психологічними операціями було створено управління ПсО при Південному командуванні ЗС США.

По-третє, в тих умовах американські військові організували підготовку висококваліфікованих спеціалістів цієї справи із числа офіцерського складу. У зв'язку з цим зусилля зосереджувалися на регулярному інформуванні вищого командного складу та штабів ЗС представниками служби ПсО з відповідних питань.

У програмах військових навчальних закладів видів збройних сил був збільшений обсяг курсу ПсО. Командування видів ЗС переглянуло програми навчання офіцерського, сержантського та рядового складу з метою підвищення

їхнього професіоналізму. Апарат міністра оборони розробив спеціальний програмний матеріал із ПсО для видів ЗС. Це були перші, але важливі кроки у зміні попереднього курсу в цій галузі.

Отже, у розвитку теорії локальних війн ПсО розглядались як примножувач бойового потенціалу військ у всіх видах бойових дій. Означені теоретичні положення були підтверджені на практиці підрозділами ПсО під час вторгнення ЗС США в *Панаму* (операція «Справедлива справа» у грудні 1989 року – січні 1990 року), коли, на відміну від інших локальних конфліктів за участю США, спеціальні війська діяли за попередньо розробленим планом, який фактично був додатком до загального плану бойової операції. Американці змушені були вдатися до потужного інформаційно-психологічного тиску, використовуючи насамперед сили і засоби ПсО.

Завчасно створений спеціальний контингент журналістів перекинули в Панаму. Служба зв'язків із громадськістю (ЗГ) декілька разів на добу влаштувала для них брифінги, на яких повідомляла з потрібним акцентом про хід подій у Панамі. Для усної пропаганди американці створили 21 групу гучномовлення, які входили до майже кожної роти, задіяної в операції.

На відміну від інших локальних конфліктів за участю Сполучених Штатів, у панамській інтервенції спеціальні війська армії США діяли за заздалегідь розробленим планом. Фактично це був додаток до загального плану операції, в якому визначалися сили, засоби, терміни передачі матеріалів цивільним ЗМІ тощо. Перед початком бойових дій у Панамі спеціалісти ПсО були орієнтовані на дезінформаційну роботу й «підбурювальні» дії. Суто пропагандистському аспекту діяльності підрозділів ПсО спочатку відводилась другорядна роль.

У Панамі фахівці з ПсО, роботи із цивільним населенням і зв'язків із громадськістю тісно взаємодіяли і виконували по суті одне завдання, яке можна охарактеризувати так: боротьба за позитивну суспільну думку, без чого перемога у збройному зіткненні, яке підпадає під поняття «конфлікт низької інтенсивності», неможлива.

У Польовому статуті армії США FM 33-1 «Психологічні операції» (1987) викладена американська концепція «конфліктів низької інтенсивності», сутність якої полягає в тому, що успіх не може визначатись виключно військовим поняттям виграного бою, а військова перемога розглядається лише як останній аргумент у досягненні загальної перемоги. Таким чином, психологічним операціям у конфліктах низької інтенсивності відводиться провідна роль.

Відповідно до ухваленої концепції органи зв'язків із громадськістю, діючи в інтересах проведення ПсО, основну увагу приділяли підтриманню тісних контактів із пресою та телебаченням – головними джерелами інформації для населення США і Панами. Генерал Нор'єга постав у США на сторінках преси та екранах телевізорів у вкрай непривабливому вигляді, що посприяло висуненню проти нього судом штату Флорида 13 звинувачень, у тому числі щодо торгівлі наркотиками та вимагань. Уже під час операції більшість газет обійшла

фотокартка кабінету Нор'єги, стіни якого прикрашав великий портрет Адольфа Гітлера.

Особливістю ІІсВ під час війни в Панамі стало те, що вперше була випробувана нова система взаємодії апарату ЗГ із цивільними та військовими ЗМІ. Для цього попередньо було створено спеціально підібраний і проінструктований контингент журналістів та фоторепортерів, які перед початком бойових дій були перекинуті на відповідні об'єкти в Панаму. Командування таким чином прагнуло із самого початку обмежити доступ у зону бойових дій небажаним журналістам.

Так, органи ЗГ ЗС США, враховуючи уроки в'єтнамської війни, під час панамської операції забезпечили постійно діючий інформаційний «місток» між Пентагоном та громадськістю передусім через цивільні ЗМІ з метою зміцнення довіри американських громадян до військових дій. Цим самим вони змогли успішно протистояти впливу на громадськість інформації від нейтральних джерел – журналістів, політиків і громадських діячів, які по-своєму висвітлювали хід подій.

Досвід ІІсП, набутий під час війни в Панамі, був застосований у період підготовки та проведення бойових операцій у зоні *Перської затоки*.

Основні завдання з організації та здійснення ІІсВ під час підготовки й проведення операцій «Щит пустелі» та «Буря в пустелі» були покладені на 4-ту групу ПсО армії США у складі 8-ї оперативної групи ПсО й 96-го батальйону для роботи з цивільним населенням.

За кілька місяців до іракського вторгнення в Кувейт спеціалісти з 4-ї групи ПсО перебували в регіоні, працювали в посольствах і представництвах США в Ірані, Кувейті, Йорданії, Джибуті, Ємені й Пакистані, при місії військових радників США в Саудівській Аравії спостерігачами у складі багатонаціональних сил на Синайському півострові. Досвід, отриманий фахівцями з ПсО в етнокультурній, мовній і воєнній сферах, став безцінним під час проведення широкомасштабних ПсО в Перській затоці.

Перед 8-ю оперативною групою (ОГ) ПсО на театрі воєнних дій (ТВД) були поставлені певні завдання.

На першому етапі – продемонструвати рішучість США, консолідацію країн коаліції у їхній підтримці дій США, звести нанівець регіональну підтримку воєнних дій та забезпечити тісну взаємодію багатонаціональних сил (БНС).

На другому етапі – консолідувати оборонні зусилля США та їхніх союзників, а також переконати Ірак припинити бойові дії.

На третьому етапі – забезпечити наступальні дії коаліційних військ, підтримку й розуміння дій БНС на місцевому, регіональному та міжнародному рівнях.

Психологічні операції ЗС США в Перській затоці проводилися за двома основними напрямками. Перший стосувався зовнішньополітичної сфери. Метою операцій цього напрямку було забезпечення підтримки контрзаходів проти Іраку, а також зміцнення позицій антиіракської коаліції. Другий напрям торкався безпосередньо військової сфери: заходи були спрямовані на погіршення

морально-психологічного стану (МПС) населення та особового складу збройних сил Іраку, що врешті-решт впливало на їхню боєздатність.

Психологічна війна в регіоні велася на трьох рівнях:

- на стратегічному рівні заходи здійснювалися для досягнення довготривалих цілей, які повинні були створити сприятливі умови для ведення бойових дій; об'єктом ПСВ на цьому рівні стала вся світова громадськість;
- на оперативному рівні вирішувалися завдання ближньої перспективи, які забезпечували проведення великих воєнних операцій; об'єктом впливу на цьому рівні був особовий склад ЗС Іраку та населення регіону;
- на тактичному рівні робота проводилася в інтересах командирів тактичної ланки, де об'єктом впливу були угруповання противника.

Основними каналами, через які проводилися ПсО під час конфлікту, були національні й світові ЗМІ; федеральні відомства (ЦРУ, науково-дослідні інститути тощо); збройні сили (розвідувальне управління міністерства оборони ЗС США, формування ПсО та ін.).

Із початком бойових дій 17 січня 1991 року інтенсивність та ефективність ПСВ неймовірно зросла. Пізніше коаліція відкрила «другий фронт» у проведенні психологічної боротьби з метою здійснення психологічного впливу на міста та військові об'єкти Північного Іраку.

Під час ведення бойових дій основними завданнями ПсО були такі: дезінформування командування ЗС Іраку та світової громадськості стосовно планів воєнних дій; підрич довіри населення Іраку до президента С.Хусейна; підтримка руху опору в Кувейті та допомога опозиційним силам у самому Іраку; демонстрація безперспективності опору багатонаціональним силам.

Основними формами ПСВ були радіо й телебачення, усна та друкована пропаганда. Для забезпечення цілодобового мовлення на території Саудівської Аравії були встановлені ретранслятори, які здійснювали передання матеріалів радіостанцій «Голос Америки» та Бі-Бі-Сі. Було збільшено ефірний час передач арабською мовою. Командування БНС за допомогою кочівників та авіації розповсюдило серед іракських військовослужбовців і населення близько 150 тис. транзисторних радіоприймачів із фіксованими частотами.

Активно використовувалася відеопропаганда шляхом поширення касет у Йорданії та інших сусідніх із Іраком країнах із метою подальшого їх розповсюдження на територіях Іраку й Кувейту. У фільмах активно рекламували могутність американських ЗС та їхнє озброєння, показували високий вишкіл військовослужбовців, критикували режим С.Хусейна.

Для здійснення впливу на особовий склад збройних сил та населення Іраку була розгорнута друкована пропаганда із залученням іракської опозиції. Ефективність такої агітації високо оцінювалася противником. За словами командира однієї з іракських дивізій, «листівки за силою впливу на моральний дух солдатів поступалися лише повітряним бомбардуванням». 70% іракських військовослужбовців, які перебували в полоні, під час опитування підтвердили, що саме листівки вплинули на їхнє рішення дезертирувати або здатися в полон. І це попри наказу розстрілювати кожного, в кого буде знайдено листівку

противника.

Широко використовувалося усне мовлення через мобільні гучномовні станції (ГС), які монтували на автомобілі високої прохідності або вертольоти. В окремих випадках за допомогою ГС проводились сеанси психологічного тиску шляхом безперервної трансляції на іракські позиції «важкого року».

Гучномовні станції використовувалися також для введення в оману противника стосовно переміщення частин БНС і їхньої дислокації. Звукова імітація пересування колон гусеничної та колісної техніки була особливо ефективною в умовах повної відсутності в розпорядженні іракського командування авіаційних та інших ефективних засобів ведення розвідки.

Поширеним способом ПсВ на Ірак стало оперативне наповнення міжнародного ринку товарами з антиіракською символікою (трикотажні вироби із зображенням ракети й написами «Привіт Саддаму від морської піхоти США», «До зустрічі в Багдаді» тощо).

Загалом США зуміли нав'язати міжнародним ЗМІ свій погляд на хід подій, спираючись на домінуюче становище своїх інформаційних агентств, які надавали світу до 70% міжнародної інформації, а також завдяки тому, що військова цензура не пропускала інших матеріалів.

Для контролю за роботою іноземних кореспондентів, акредитованих при штабі Об'єданого центрального командування (ОЦК) ЗС США, було створене спеціальне інформаційне бюро, на яке покладалась вся повнота відповідальності за забезпечення збереження та цензуру інформації про діяльність БНС у зоні Перської затоки. До складу бюро увійшли представники усіх видів ЗС США, уповноважені підтримувати офіційні контакти з журналістами в межах своєї компетенції.

Щоб переконати світову спільноту в необхідності вжиття заходів американським військово-політичним керівництвом, поширювалися чутки про наявність в Іраку великої кількості хімічної зброї та планів її застосування, завищувалися дані про чисельність іракських угруповань тощо. Упроваджені заходи дали відчутні результати: до початку операції «Буря в пустелі» на підтримку війни виступило більше 82% населення США.

Із метою уведення в оману іракського керівництва щодо дати початку операції БНС, Пентагон і державний департамент робили численні заяви про «неготовність перекинутих до Саудівської Аравії американських військ». Напередодні операції «Буря в пустелі», перед початком бойових дій сухопутних військ у пресу з'явилися дані про відстрочку повітряних нападів ще на 30 діб; про «недоцільність проведення наступальної операції» тощо.

Заходи з дезінформації проводилися комплексно в політичній, економічній і військовій сферах за активного використання ЗМІ шляхом організації регулярних «витоків» таємних відомостей і розповсюдження «особистих думок» високопоставлених представників американської адміністрації та військово-політичного керівництва США.

На початку 1991 року дезінформація стала надходити через мережі зв'язку тактичної ланки ЗС США. Ці дії стали частиною заходів американського

командування з приховування реального характеру та змісту діяльності з'єднань і частин під час оперативного розгортання військ, які прибули в Саудівську Аравію.

Загалом вивчення практичної реалізації планів дезінформації під час операції «Буря в пустелі» дало змогу дійти висновку, що керівництво ЗС США уважало дезінформацію найважливішим видом бойового забезпечення, здатним значною мірою вплинути на хід і наслідки кампанії в зоні Перської затоки. Американське військове керівництво надавало великого значення використанню ЗМІ у власних інтересах і розглядало їх як ефективний інструмент забезпечення реалізації плану стратегічної дезінформації.

Аналіз діяльності оперативної групи ПсО під час проведення операцій «Щит пустелі», «Буря в пустелі» та «Визволення міста» показав, що:

1. Найбільш масштабними формами ІПсВ у цих операціях була друкована й усна пропаганда. Було виготовлено та розповсюджено 22 млн 342 тис. листівок, із них: 342 тис. – на морі, спеціальними агентами та за допомогою повітряних куль; 18,7 млн – висотними літаками МС-130; 3,3 млн – за допомогою авіабомб М 129А1, скинутих із винищувачів-бомбардувальників F-16. Під час ведення усної пропаганди з використанням засобів гучномовлення тисячі іракських військовослужбовців здалися в полон ще до початку вогневого удару військ коаліції.

2. Важливе значення в дезінформуванні, особливо на стратегічному рівні, надавалось радіомовленню. Програми радіостанції «Голос Затоки» транслювалися 18 годин на добу протягом 40 днів двома наземними й одним передавачем із літака на території Туреччини. Матеріали для передач готувалися в об'єднаній редакції з розроблення пропагандистських матеріалів, до складу якої входили саудівські, американські, єгипетські, кувейтські та британські спеціалісти ПсО. У цей період було підготовлено 3 тис. 250 випусків новин, 13 інтерв'ю з іракськими військовополоненими, 40 прес-релізів та інтерв'ю, 189 пропагандистських матеріалів. Радіопрограма «Зраджений Ірак», спрямована на підрив авторитету С.Хусейна, транслювалася на радіо із літаків ЕС-130 Е, а декілька копій на аудіокасетах вдалося розповсюдити навіть у Багдаді.

3. Військовослужбовці підрозділів ПсО надавали допомогу в роботі з полоненими у двох таборах військовополонених, а також на трьох корпусних і численних дивізійних пунктах збору полонених.

Отже, операції американських військ та їхніх союзників у Перській затоці в 1990–1991 роках стали першим досвідом комплексного ІПсВ у широкомасштабних бойових діях військ за участю світових ЗМІ, цивільних і військових структур різних рівнів. Координація та взаємодія всіх структур, що залучалися до проведення психологічних операцій, активна підтримка з боку ЗМІ дозволили досягти монополії на інформацію в регіоні.

7.2. Спеціальна пропаганда СРСР в Афганістані в 1979–1989 роках

Перші радянські військові підрозділи з'явилися на території Афганістану в першій половині 1979 року, а у вересні введений «обмежений контингент радянських військ», що, разом з іншими прорахунками радянського керівництва, призвело до тривалої, виснажливої, руйнівної війни.

Досвід спецпропагандистської діяльності радянських збройних сил в Афганістані досі не отримав належного осмислення й адекватної оцінки значною мірою через традиційну на той час неухважність і поверхове ставлення до інформаційно-психологічної зброї, ігнорування спецпропаганди високими урядовими й військовими посадовцями, а також недостатній рівень підготовки командирів і штабів в аспекті організації інформаційно-психологічної боротьби в бойових умовах.

Сьогодні зрозуміло, що виведення радянських військ з Афганістану було зумовлене, з одного боку, загальною поразкою Радянського Союзу в «холодній війні», а з іншого – абсолютною непідготовленістю вищого військово-політичного керівництва, всіх державних структур, включаючи Збройні сили СРСР, до подібних операцій, дій у нестандартних ситуаціях інформаційно-психологічного протиборства. Тоді на всіх рівнях покликалися на те, що спецпропаганда – це політична робота серед військ і населення противника в бойових умовах. У мирний час спецпропаганда не проводилась, а тільки здійснювалося вивчення ймовірного противника й відбувалась підготовка до дій у бойових умовах.

Зрозуміти афганську військову кампанію, оцінити дії воєначальників та особового складу, роль і місце СП можна тільки через загальну оцінку «холодної війни», яку не сприймало всерйоз, як справжню війну, ні партійно-політичне, ні військове керівництво країни. Догматизм мислення вищих партійно-державних керівників, у тому числі військових, не дозволив їм вчасно розпізнати сутність «холодної війни» як війни нового типу. Що стосується готовності апарату й формувань СП до розгортання політичної роботи в Афганістані, то вона теж виявилася невисокою.

Досвід СП в Афганістані з усією очевидністю показав, що перебування її апарату й формувань у складі політорганів непродуктивне і невиправдане. Начальники політорганів найчастіше не знали, що таке спецпропаганда, і були не здатні поставити завдання з її організації та ведення.

Труднощі з розгортанням СП в Афганістані були пов'язані не тільки з дефіцитом досвідчених офіцерів і сучасної техніки, але й із недосконалістю її нормативної бази, відсутністю низки найважливіших теоретичних положень. У посібнику із спецпропаганди 1960 р. її призначення тлумачиться як ведення політичної роботи серед військ і населення противника в бойових умовах. Афганістан же був дружньою, союзницькою країною і ніяк не «вписувався» в цю «формулу».

Установка для спецпропаганди на роботу винятково у бойових умовах була не тільки неправильною, але й злочинною. Орієнтація СП на підготовку до

роботи в бойових умовах майже повністю виводила цей механізм із протиборства в «холодній війні», в якій натомість ідеологічна боротьба, психологічна стратегія, соціальні дії, таємні операції були головною й досить ефективною зброєю США. Зневажливе ставлення до спецпропаганди переконливо свідчить, що вище керівництво СРСР не мало ані стратегії «холодної війни», ані планів її ведення.

Певним проривом в організації СП в Афганістані стало створення спочатку позаштатних бойових агітаційно-пропагандистських загонів (БАПЗ) багатоцільового призначення (перший із них був сформований у 108-й мсд і провів перший успішний рейд улітку 1981 року протягом 30 діб на піку дорожньої війни), а потім і штатних загонів пропаганди й агітації (ЗПА). Кожен загін мав броньовану й полегшену гучномовні станції, похідний автоклуб, медичну машину, бойову охорону. Як правило, в ЗПА працювали афганські офіцери, місцеві керівники, мулли, концертні групи. Нерідко до них підключалися розвідники, сапери, радники. Вони могли проводити комплексні пропагандистські заходи, одночасно надаючи різні види допомоги – від медичної й продовольчої до розмінування й буріння колодязів. До 1988 р. їх кількість збільшилася до 13. Загони перетворилися на основний засіб спецпропагандистської діяльності в Афганістані. Плануванням їх дій займалися штаби.

Новою віхою для спецпропаганди в Афганістані стала поява в 40-й армії середньохвильової радіостанції «Буря» і створення спільної радянсько-афганської редакції «Афган гак» («Голос афганця»).

Аналіз підготовки і проведення спеціальної пропаганди в Афганістані в 1979–1989 роках показав, що й далі вдосконалювались форми і способи застосування сил та засобів спецпропаганди, які використовувались у період Другої світової війни, особливо на її завершальному етапі. Характерною особливістю цього етапу розвитку СП була поява нових за змістом термінів: спецпропагандистське забезпечення бойових дій, ідеологічні (агітаційні) рейди, ідеологічні акції, комплексні дії формувань спецпропаганди й військ, спецпропагандистські операції. Ці види спецпропагандистської діяльності різняться виконуваними завданнями, силами та засобами, формами, методами, прийомами роботи, територіальним охопленням й іншими характеристиками. При цьому поєднувались відкриті, напіввідкриті й закриті форми і способи цієї діяльності.

Можна виділити три основні етапи спецпропаганди в Афганістані:

1) до літа 1980 року переважало роз'яснення причин уведення радянських військ в Афганістан; в агітаційно-пропагандистських документах і матеріалах найбільше уваги приділялось саме цьому аспекту;

2) до кінця 1986 року найголовнішими були питання стабілізації ситуації, розширення й зміцнення влади на місцях, забезпечення бойових дій;

3) із 1987 року й до лютого 1989 року основним напрямом було роз'яснення політики національного примирення, мотивів, принципів і цілей її здійснення, а також обґрунтування необхідності майбутнього виведення

радянських військ.

У змісті спецпропаганди було чимало як цікавих знахідок, так і помилок, пов'язаних насамперед із пропагандою ідей, що не відповідають життєвому досвіду й настановам тих, до кого зверталися радянські спецпропагандисти.

Вперше в СРСР впроваджені спецпропагандистські операції, які стали невід'ємною частиною бойових дій, найбільш виправданим та ефективним видом спецпропагандистської діяльності, коли важливі політичні цілі досягаються цілеспрямованим, потужним, тривалим, різностороннім психологічним впливом на противника, а військова сила використовується як один із найсильніших засобів впливу на об'єкт спецпропаганди. В Афганістані застосовувалися різноманітні прийоми, форми й методи, вперше з'явилося поняття «види спецпропагандистської діяльності» за аналогією з видами бойової діяльності, що є виправданим з огляду на складний, комплексний характер проведених заходів. До них можна віднести планування і здійснення комплексних заходів із залученням політичних, економічних, ідеологічних, спеціальних та військових засобів (але без переважного застосування військової сили) для звільнення певних територій, залучення на свій бік вороже налаштованих племен тощо.

Так, за весь період перебування радянських військ в Афганістані було підготовлено й видано 233 найменування листівок загальним тиражем 28 млн примірників, проведено майже 3,5 тис. сеансів радіомовлення загальним обсягом близько 4 тис. годин. З урахуванням чисельності населення Афганістану (близько 19 млн осіб) у середньому за 10 років війни на кожну людину припадало по три листівки і по одній передачі радіомовлення на добу по всій країні.

Аналіз спецпропагандистської діяльності в Афганістані дає підстави дійти висновку, що ШсВ загалом отримав безперечний розвиток. Водночас досвід показує шляхи подальшого вдосконалення цієї роботи. Організація й ведення такої діяльності не повинні обмежуватися управлінням спецпропаганди або навіть ГПУ РА і ВМФ, як це практикувалося раніше, а мають бути поставлені на державний рівень. Затверджувати плани великих інформаційно-психологічних акцій, операцій має Ставка Верховного Головнокомандувача або Рада оборони; вони ж повинні контролювати виконання цих планів. Для планування й безпосереднього керівництва такими акціями, операціями на період їх проведення можуть бути створені робочі групи і підгрупи за напрямками роботи, куди повинні бути включені представники всіх міністерств і відомств, що беруть участь у їх проведенні.

Інформаційно-психологічні акції, операції, які треба планувати на державному рівні, повинні мати довготривалу практичну мету, на їх виконання необхідно направляти скоординовану діяльність всіх міністерств і відомств, керованих із єдиного центру.

7.3. Історичні передумови розвалу СРСР

Загальновідомо, що при написанні історії факти часто перекручуються, спотворюються та переписуються на замовлення панівної верхівки. Практично вся офіційна історія складається з міфів, що викривлюють у нашій свідомості реальну картину світу. Тим самим, нас позбавляють ключів до розуміння подій, що відбуваються. Як наслідок, у наших переконаннях панує хаос із помилок та ілюзій. Ми дезорієнтовані, роз'єднані та слабкі.

Недаремно сказано: той, хто управляє минулим, – управляє майбутнім. Тому варто спробувати дійти до суті найважливіших історичних подій, щоб якомога точніше розкрити дійсні причини та історичні передумови розпаду однієї з наймогутніших держав світу – Союзу Радянських Соціалістичних Республік (СРСР).

Так, 8 грудня 1991 року у Віськулях (Біловезька пуща, Білорусія) керівники трьох братських республік підписали «смертний вирок» Радянському Союзу.

Приступаючи до реформ у 1985 р., їх ініціатори мали досить невиразне уявлення про напрями перетворень. Не було стратегічного плану реформ, економічна політика була спонтанною та імпульсивною. Цілих два роки пішло на розроблення програми прискорення соціально-економічного розвитку. Її автори проявили абсолютний непрофесіоналізм: вони приймали неправильні рішення, потім бачили їхні негативні наслідки; і нові рішення знов були неправильними...

У кінці 1987 року уряд СРСР підготував свої пропозиції щодо економіки країни на 1988 р., згідно з якими народно-господарський план трансформувався в державне замовлення, повністю забезпечене фінансовими й матеріальними ресурсами. При цьому замовлення було знижене до 90–95% від загального обсягу виробництва, а 5–10% продукції, що залишалася, підприємства отримували право розпоряджатися на свій розсуд на основі договірних відносин. У подальші роки, користуючись набутим досвідом, передбачалося поступово встановити оптимальний рівень держзамовлення.

На засіданні Політбюро ЦК КПРС у кінці 1987 року М.Горбачов добився рішення про доопрацювання проекту уряду, в результаті чого рівень держзамовлення був знижений на одну третину, а за окремими міністерствами – більш ніж наполовину. Користуючись вільними договірними цінами, головні підприємства стали на перших порах отримувати великі надприбутки, але не за рахунок збільшення виробництва, а завдяки своєму монопольному становищу. В результаті доходи в 1988 р. зросли на 40 млрд, у 1989 р. – на 60 млрд, а в 1990 р. – на 100 млрд крб. (замість звичайного приросту в 10 млрд крб.). Споживчий ринок був підірваний, всі товари буквально зникали з прилавків. Усюди стали знімати з виробництва не вигідну продукцію – вимивався дешевий асортимент. Якщо держзамовлення було різко знижене в машинобудуванні й низці інших галузей, то в паливно-енергетичному комплексі воно становило 100%.

Так, шахтарі купували все необхідне для виробництва за договірними цінами, а вугілля продавали за державними. Це послужило однією з головних

причин спалаху шахтарських страйків.

Порушилася справедливість. Відбувся розрив сталих взаємозв'язків у народному господарстві. На передній план почали виходити регіональні інтереси, що послужило причиною виникнення елементів сепаратизму. Підсумком *перебудови* став соціально-економічний крах: була втрачена керованість виробництвом, фінансами.

До перебудови державний бюджет СРСР приймався та виконувався без дефіциту. На 1988 р. він уперше був прийнятий без перевищення доходів над витратами в збалансованій сумі. Але в 1989 р. держбюджет СРСР був прийнятий уже з бюджетним дефіцитом майже 36 млрд крб. У доходи бюджету були включені позики Держбанку на суму понад 64 млрд крб., які раніше ніколи не відносили до доходів бюджету.

Тобто, насправді бюджетний дефіцит склав 100 млрд крб. Тому невдовзі споживчий ринок був «підірваний», почалися проблеми з продовольчим забезпеченням населення.

Відмова від монополії виробництва та реалізації спиртогорілчаної продукції лише в 1989 р. привела до втрати державним бюджетом податкових внесків з обороту понад 20 млрд крб.

В економіці країни з'явилися проблеми, обсяги виробництва скоротилися на 20% у порівнянні з 1985 р., ціни стрімко поповзли вгору, виникло безробіття. Державний зовнішній борг за роки перебудови збільшився в декілька разів і став основним засобом покриття бюджетного дефіциту. Ще нестримніше зростав державний внутрішній борг. Усі плани економічної політики зазнали повного краху.

Після приходу до влади М.Горбачова різко зросла злочинність. Кількість злочинів щорік збільшувалася на 30%. Уже в 1989 р. чисельність ув'язнених у СРСР (1,6 млн осіб) стала більшою, ніж у 1937 р. Кількість умисних убивств у 1989 р. (19 тис.) перевищувала в півтора рази чисельність загиблих радянських воїнів в Афганістані за десять років.

І ось у цих нестабільних соціально-економічних умовах починається проведення політичних реформ. Здійснюється інформаційна та моральна ліквідація всіх героїв і видатних людей, що були гордістю радянського народу. Практично всі герої Великої Вітчизняної війни піддавалися витонченим наклепницьким звинуваченням. Ці акції успішно проводили М.Горбачов та О.Яковлев за допомогою ЗМІ, якими вміло маніпулювали західні спецслужби.

ЗМІ проголосили поняття свободи слова. Добре відомі ідейні обмеження та перепони, вивірена й виважена інформація, безглузді заборони, що існували раніше, – все це повинно було бути відкинутим. Але насправді ЗМІ стали працювати на руйнування держави. Частина журналістів робила це несвідомо, а деякі – на західні гроші. ЗМІ керувала група колишніх полум'яних лєнінців – ідеологів КПРС, а тепер найближчих соратників М.Горбачова, котрі раніше суворо засуджували інакомислення, здійснювали жорстку цензуру «антисоціалістичних» поглядів.

Почало широко застосовуватися переписування історії. Ілюстрацією

цього може служити заміна злочинів колонізаторів Заходу, які проводили поневолення та масове знищення беззахисних народів, їх просвітницькою місією зі встановлення демократичних ідеалів. Натомість розвиток Заходу, починаючи з XV ст., відбувався значною мірою за рахунок пограбування колоній. Фактично Західна Європа експлуатувала величезні маси поневолених людей. Внутрішні суперечності згладжували внески з колоній.

Нехтування своєю історією та її очорнення не могло залишитися безкарним. Правляча радянська еліта сама поставила себе під інформаційний удар децентралізації. Керованість державою поступово втрачалася.

У 1986–1989 рр. під тиском М.Горбачова було зміщено з постів понад 80% секретарів обкомів, крайкомів і керівників республіканських ЦК КПРС. І це було не просто перетасовування кадрів, а їх розгром. На радянських телеканалах була розгорнута потужна антидержавна пропаганда нібито для боротьби з міфічним механізмом гальмування з боку партійних кадрів. Проте залишається нез'ясованим, було це наслідком управлінської некомпетентності чи злим цілеспрямованим умислом.

Очевидно, що ключовим був суб'єктивний фактор – невміння М.Горбачова та його оточення управляти в умовах непередбачених і динамічних змін. Усе це і привело СРСР до економічної катастрофи. Саме тоді були закладені основні міни, вибух яких у 1991 р. зумовив розпад СРСР.

Переглянувши систему колишніх геополітичних пріоритетів СРСР, М.Горбачов приступив до формування нового зовнішньополітичного курсу. У його основу був покладений абстрактний пріоритет загальнолюдських цінностей. Реалізація нового зовнішньополітичного курсу на практиці привела до односторонніх поступок і набула деструктивних форм.

Надмірно форсоване виведення радянських військ із Східної Європи суттєво ослабило геополітичні інтереси СРСР. Обвальне згортання довголітніх контактів із колишніми союзниками привело до витіснення СРСР із багатьох регіонів світу, до масштабних геополітичних й економічних утрат.

Аналіз політичних причин поразки СРСР у «холодній війні» показав, що разом з об'єктивними (економічними, ідеологічними тощо), існували й суб'єктивні (недооцінка військово-політичним керівництвом СРСР ролі та значення інформаційних факторів, нездатність радянської політичної еліти вести активне інформаційне протиборство та ін.) причини.

Натомість на початку 80-х років роль інформаційно-психологічного впливу, психологічних операцій у системі забезпечення національної безпеки США різко зросла. Президент Р.Рейган висунув свою стратегію національної безпеки, що складалася з чотирьох компонентів: дипломатичного, економічного, військового та інформаційного. Упор на інформаційну компоненту був збережений і в подальших заходах щодо національної безпеки.

З'явився новий «Гарвардський проект». Це була розгорнута програма знищення СРСР і соціалістичної системи загалом. Він складався з трьох томів: «Перебудова», «Реформа» та «Завершення».

У преамбулі говорилося про те, що на межі XX і XXI століть людству

загрожує небувала криза через брак сировинних та енергетичних ресурсів. Англосакські аналітики-екологи прийшли до висновку, що порятунок людства залежить від того, наскільки вдасться вирішити загальні завдання після знищення за словами Р.Рейгана «імперії зла» (СРСР) із запланованим скороченням населення в 10 разів і руйнуванням національної держави.

Програма була розрахована на три п'ятирічки.

Перший етап «Перебудова» (1985–1990 рр.) мав такі цілі:

- гласність;
 - боротьба за соціалізм «із людським обличчям»;
 - підготовка реформ «від соціалізму до капіталізму».
- «Перебудовою» повинен був керувати один вождь, імовірно генсек.

Другий етап «Реформа» (1990–1995 рр.) передбачав:

- ліквідацію світової соціалістичної системи;
- ліквідацію Варшавського договору;
- ліквідацію КПРС;
- розчленування СРСР;
- ліквідацію патріотичної соціалістичної свідомості.

«Реформою» повинен був керувати уже інший вождь.

Третій етап «Завершення» мав такі цілі:

- ліквідація Радянської армії;
- ліквідація Росії як держави;
- ліквідація атрибутів соціалізму на кшталт безкоштовного навчання та медичного обслуговування і уведення атрибутів капіталізму – за все треба платити;

- ліквідація ситого й мирного життя в Ленінграді та Москві;
- ліквідація суспільної й державної та уведення приватної власності.

«Завершення» мало супроводжуватися вимержанням голодного населення Росії, будівництвом хороших доріг до морських портів, із яких сировину та багатство належить вивезти за кордон.

«Завершенням» мав керувати третій вождь із 1996 до 2000 року.

Плани щодо розвалу СРСР були зафіксовані в кількох директивах (1981–1983 рр.), які підготував директор ЦРУ У.Кейсі за часів президентства Р.Рейгана, що отримали кодову назву «НСДД».

У директиві НСДД-75, підписаній президентом Рейганом у 1983 р., формулювалися основи політики США з розвалу СРСР протягом 10 років. Основними пунктами цієї політики були:

1. Створити численні дієздатні групи агентів впливу (АВ) у всіх республіках СРСР. Особливу увагу приділяти вербуванню та підготовці АВ у РРФСР: їм належить зіграти головну, вирішальну роль у руйнуванні країни. Підбір агентів здійснювати з осіб високоосвічених, діяльних і по можливості обіймаючих високі посади в структурах влади. При цьому моральні якості агентів не мають вирішального значення, навпаки, перевагу слід надавати схильним до розкішного життя та збагачення особам. Із метою забезпечення надійності й відданості на кожного завербованого агента необхідно мати досить вагомі

компрометуючі матеріали – відкриті рахунки за кордоном, відеоматеріали любовних зв'язків тощо. Виконання й фінансування цих заходів було покладене на ЦРУ. Основний період – 1986-2000 рр.

2. Створити необхідні економічні умови для «зародження» багатих людей, які набувають значних коштів протизаконним шляхом і в подальшому повинні стати основою фінансово-кримінальних сил (ФКС), керованих АВ.

Для цього слід послідовно вирішити два основні питання: використовуючи об'єктивну необхідність країни в збільшенні обсягів виробництва вітчизняних товарів і послуг, запровадити діяльність приватного підприємництва, кооперативів, фірм тощо й дозволити приватним структурам здійснення посередницьких і торгово-заготівельних функцій; а також використовуючи подвійні договори та підкуп посадових осіб, направити діяльність приватних структур на масове здійснення посередницьких операцій між держвиробниками і держспоживачами товарів, із завищенням вартості останніх. Все це неминуче призведе до швидкого розбещення керівного складу, руйнування держпідприємств і знищення соцвиробництва як такого. Виконавець – ЦРУ і АВ. Фінансування за рахунок засобів ЦРУ. Термін виконання – 1998-2000 рр.

3. Забезпечити розростання й збагачення ФКС шляхом широкого використання подвійних договорів із завищенням реальної вартості товарів у два та більше разів, відходу від податків і приховування фактичних доходів. При необхідності активно використовувати підкуп чиновників і контролюючих осіб. Довести річний обсяг грошових коштів, що знаходяться в руках ФКС, до рівня 1,0–1,5 ВВП країни, що має в три-п'ять разів перевищувати річний її бюджет. Виконавець – АВ і ФКС. Фінансування за рахунок засобів ФКС. Термін – початок 1999 року.

4. Здійснити роботу з максимальної дестабілізації обстановки в країні, організувати перебої в забезпеченні різними товарами та послугами, перш за все продуктами харчування, викликаючи цим невдоволення широких мас населення. Максимально залучити до цієї роботи ЗМІ, використовуючи підкуп журналістів, редакцій газет і телебачення. Виконавці – ЦРУ, АВ і ФКС. Джерело фінансування – ЦРУ і ФКС. Термін виконання – 1999-2001 рр.

5. Створити умови і сприяти організації бандитських угруповань у всіх великих населених пунктах країни для подальшої дестабілізації обстановки, підтримання почуття страху і тривоги серед населення, а також надання необхідних послуг ФКС – шантажу, залякування, рекету, вбивства непідкупних держслужбовців, керівників підприємств тощо. Виконавець – ФКС. Фінансування за рахунок ФКС. Термін – початок 1990 року.

6. Із метою легалізації, централізації обліку й оперативного використання засобів, що надходять від ФКС, організувати через підставних осіб приватні комерційні банки. Виконавець – АВ і ФКС. Термін – 1990 рік.

7. Використовуючи нестабільність у країні та активні дії АВ і ФКС, нав'язати М.Горбачову необхідність уведення інституту Президента СРСР і союзних республік, дискредитувати КПРС і добитися її розпуску. Виконавець –

АВ і ФКС. Термін – 1999-2001 рр.

8. Приступити до здійснення захоплення влади, для чого забезпечити обрання головами Верховних Рад і далі президентами РРФСР і союзних республік осіб, підконтрольних агентам впливу АВ і ФКС, із повним набором компромату. Виконавці – АВ і ФКС. Термін – 1990-1991 рр.

9. Використовуючи керівників РРФСР, УРСР і БССР, підконтрольних АВ і ФКС, організувати підписання угоди про створення Союзу трьох слов'янських держав, що викличе незадоволення й обурення керівників і народів інших республік та створить передумови до розвалу СРСР. Виконавці – АВ і ФКС. Фінансування за рахунок засобів ФКС. Термін – 2001 р.

10. Використовуючи підвищену активність, пряму життєву зацікавленість і фінансову потужність ФКС, що привласнили в результаті зловживань великі грошові кошти, шляхом організації масових хвилювань і провокацій, у т.ч. на національному ґрунті, зруйнувати єдність країни та утворити самостійні держави в рамках територій союзних республік. Основну керівну роль у розвалі країни слід покласти на найбільш підготовлені та дієздатні ФКС Росії, Прибалтики, України й Грузії. При цьому через ЗМІ все, що відбувається в країні, необхідно подавати як національно-визвольний рух і прагнення народів до незалежності та самовизначення. АВ і ФКС забезпечують проведення найдійовіших заходів щодо подальшого відокремлення новостворених незалежних держав і недопущення виникнення політичних та економічних союзів, які сприятимуть їх посиленню та об'єднанню. Виконавці – ЦРУ, АВ і ФКС. Фінансування – ЦРУ і ФКС. Термін – 1991 рік.

Звичайно, цей план неодноразово коректувався, до нього вносилися певні зміни, але суть його була саме такою. Далі все просто і зрозуміло.

11. Здійснити захоплення влади фінансово-кримінальними силами, для чого забезпечити обрання Президентом Росії «людини-ляльки», легко керованої та залежної від ФКС і АВ, із повним набором найбільш дієвого компромату. «Лялька-президент» (ЛП) має бути глибоко байдужим до долі народу та країни, амбітним і не здатним до самостійних рішень і дій, готовим виконати будь-які вимоги своїх господарів. Виконавець – АВ і ФКС. Фінансування – ФКС. Термін – 1992 рік.

12. У законодавчому порядку закріпити за «лялькою-президентом» найбільш широкі права та повноваження, що роблять неможливою відміну ухвалених ним рішень і відсторонення його від посади будь-якими силами, окрім ФКС. Далі скрізь виконавці – АВ, ФКС і ЛП, а фінансування – за рахунок ФКС.

13. Переглянути та змінити склад уряду, міністрів, губернаторів, прокурорів і суддів федерального й регіонального рівнів. Призначення здійснювати лише з агентів впливу, що проявили себе, і представників ФКС або осіб за їхньою рекомендацією та під їхню відповідальність, із повним комплектом компромату. Заміну керівників здійснювати до найнижчої ланки (керівників підприємств).

Зруйнувати систему Держбезпеки, розбестити й ослабити органи МВС і

МО. Замінити всіх патріотично налаштованих працівників силових структур на ставлеників ФКС. Створити при органах МВС дієздатні загони для протидії й розгону масових демонстрацій та інших організованих проявів незадоволення населення.

14. Приділити особливу увагу формуванню ЗМІ й укомплектуванню їх глибоко відданими та залежними від ФКС людьми. Для цього необхідно здійснити приватизацію ЗМІ й передачу їх у пряме підпорядкування кращим представникам АВ і ФКС. Основними завданнями нових ЗМІ мають бути:

- невинна пропаганда переваг і цінностей західного способу життя, ринку, демократії, свободи слова тощо;

- наклепи й плямування соціалістичного устрою та всього того, що було зроблене в країні за останні 70 років, підтримання нинішньої «демократичної влади» й т. ін.;

- щире переконання народу у важливості та ефективності реформ, що проводяться в країні, уведенні вільних цін, необхідності приватизації держпідприємств, реальності досягнутих темпів зростання виробництва; зародження віри в швидке настання кращого життя тощо.

Діяльність ЗМІ повинна викликати в людини, здатної зіставляти «побачене й почуте» з реальними подіями, величезне здивування та отупіння, бажання замкнутися в собі й не брати участі в суспільно-політичному житті. Особливе значення ЗМІ повинні приділяти розбещенню молоді, поширенню алкоголізму, наркоманії, проституції й т. ін.

15. Увести в країні вільні ціни на всі товари та послуги, для чого через ЗМІ здійснити широку пропаганду цього кроку як єдиного шляху насичення ринку товарами та швидкого поліпшення життя.

По суті, введення вільних цін, при активній діяльності ФКС, створить усі необхідні умови для гіперінфляції та буде найпотужнішим й найефективнішим механізмом подальшого руйнування економіки, банкрутства усіх держпідприємств, розбещення їхніх керівників і зубожіння народу. Воно також призведе до найпотужніших впливань у структури ФКС і дозволить їм щороку зосереджувати у своїх руках грошові кошти до двох ВВП, що в шість-сім разів перевищує бюджет країни.

16. Звернути особливу увагу та забезпечити уживання найдійовіших заходів із руйнування економіки усіх найбільш високотехнологічних сфер виробництва в промисловості (авіаційна, оборонна тощо) та сільському господарстві країни, створюючи умови для перетворення її на ринок збуту західних товарів. Забезпечити безконтрольне відпускання та вивезення з країни природних ресурсів і корисних копалин (нафти, газу, коштовного каміння і металів, лісу, риби), що значно поповнить обсяги фінансів, що надходять від ФКС.

17. Створити необхідні умови та сприяти АВ і ФКС у вивезенні грошових коштів із країни й розміщенні їх в іноземних банках. Забезпечити збереження цих засобів, їх недоступність для представників податкових органів і контролю за їх використанням. Основні напрями використання більшої частини коштів,

вивезених ФКС, – інвестиції до тієї ж Росії й інших країн СНД і придбання у власність об'єктів, засобів виробництва, землі тощо в процесі здійснюваної приватизації. Виконавці – ЦРУ й АВ.

18. Здійснити приватизацію державної власності та засобів виробництва з найменшими витратами ФКС на їх придбання й, відповідно, незначними внесками до бюджету країни, для чого варто проводити переважно закриті аукціони з їх продажу. Особливо важливі, стратегічні та перспективні об'єкти й цілі галузі необхідно передати у власність найбільш активним АВ і представникам ФКС – олігархам, через яких надалі слід здійснювати свій вплив на всі економічні та політичні процеси, що відбуваються в країні.

Щоб уникнути можливих заворушень і невдоволення населення, через ЗМІ необхідно довести до масової свідомості народу ідею про доцільність та ілюзію про справедливість приватизації, що проводиться, і про рівну можливість кожного стати власником. Для цього варто застосувати приватизаційні чеки в карбованцевому еквіваленті, які в умовах гіперінфляції в найближчі місяці знеціняться, а переважна більшість підприємств, куди вони будуть вкладені, – збанкрутує. Це сприятиме самоусуненню великої частини населення від реальної участі в приватизації. ФКС повинні максимально забезпечити скупку знецінених чеків для використання їх як платіжного засобу при покупці збанкрутілих підприємств.

19. Створити необхідні умови та максимально заохочувати масове заселення країни більш діяльними й організованими народами, здатними до розростання по території та захоплення найбільш прибуткових сфер діяльності. Це сприятиме роз'єднанню, розбавленню, зубожінню й скороченню чисельності основних народів країни, а крім того, цих іноземців можна буде надалі використовувати в різних цілях.

20. Набувати у власність іноземного капіталу, через підставні фірми, основні кошти й засоби виробництва країни, широко використовуючи для цього фінанси, вивезені ФКС.

21. Розв'язати на національному ґрунті багатолітню й максимально кровопролитну громадянську війну на території країни, що має додатково викликати в населення відчуття неспокою, страху і тривоги та відволікати його від «економічних реформ», що реально відбуваються, і від участі в суспільно-політичному житті. Це створить також додаткові можливості для «витягання» грошей тими ж ФКС, що перебувають при владі.

22. Ухвалити відповідні закони про землю, лісові угіддя, надра, річки, водоймища тощо, які дозволять ФКС й іноземному капіталу безперешкодно скуповувати їх у власність.

23. Коли велика частина народу (більше 98%) зрозуміє, що обраний раніше президент був «лялькою», забезпечити заміну «старої ляльки» на «нову» шляхом перевиборів.

Окрім доктрин «НСДД», правлячою елітою США розроблялося багато інших керівних документів, які були направлені на здійснення постійного інтенсивного інформаційного впливу на СРСР із кінцевою метою його розвалу.

Так, у 1981 р. в США був розроблений проект «Істина», який передбачав організацію пропаганди проти СРСР шляхом швидкого інформаційного реагування, а також пропаганди привабливості США.

У 1983 р. з'явився проект «Демократія», в рамках якого був створений штаб при Раді національної безпеки (РНБ) із психологічного впливу на СРСР (через емігрантські центри, шляхом прямого телевізійного мовлення із США через супутники на свої посольства в соціалістичних країнах, підтримання опозиційних партій і профспілок).

У січні 1983 року Р.Рейган підписав директиву № 77 під назвою «Керівництво суспільною дипломатією, пов'язаною з цілями національної безпеки». Ця директива давала більш широке визначення державної дипломатії, стверджуючи, що вона «включає також заходи уряду США, направлені на забезпечення підтримки політики національної безпеки інших країн». У документі йшлося також про організацію і проведення широкого кола інформаційно-культурних заходів. Директива забезпечувала вироблення механізму планування й координації суспільної, інформаційної, політичної діяльності адміністрації США, а також питань, пов'язаних із теле- й радіомовленням.

При Р.Рейгані конституційні та державні органи США стали значною мірою використовуватися як координаційні й направляючі центри інформаційно-психологічного впливу. Центральну роль у процесі стратегічного аналізу та координації діяльності інформаційно-психологічних структур виконувала Рада національної безпеки США.

У доктрині «Психологічна пропаганда та національна безпека» РНБ США кваліфікується як центральна ланка в системі стратегічного аналізу й проведення психологічних операцій разом із Держдепартаментом, МО, ЦРУ, а також ЮСІА.

З'явився механізм глобального скоординованого інформаційно-психологічного впливу на світову спільноту, що має такі складові: президент США – РНБ – міністерства (відомства) та організації США.

У США був реально утворений союз спецслужб і великого капіталу. Цей союз створив потужні структури з аналізу й ведення інформаційної війни проти Радянського Союзу. У січні 1987 року на рівні уряду було сформовано Комітет із планування пропаганди на чолі з помічником Президента США з національної безпеки У.Кларком.

Із чого ж почалася велика трагедія розпаду Радянського Союзу?

Традиційна точка зору на історію протистояння СРСР і західних держав у роки «холодної війни» полягає в тому, що ера протистояння почалася після промови колишнього британського прем'єра У.Черчилля у Фултоні в 1946 році.

У своїй книзі «Перша світова інформаційна війна. Розвал СРСР» доктор політичних наук, професор Дипломатичної академії МЗС Росії І.Панарін пише: «...Перша світова інформаційна війна почалася влітку 1943 року, а конкретно – в серпні, на британо-американській зустрічі в канадському Квебеці. Основним розробником замислу першої світової інформаційної війни був режисер У.Черчилль – британський прем'єр».

20 серпня 1943 року у Квебеці (Канада) керівники США та Великої Британії Ф.Рузвельт і У.Черчилль за участю начальників американських і британських штабів обговорювали питання про те, як німці можуть затримати радянські війська якомога далі на сході. На цій нараді було прийнято два плани – «Оверлорд», за яким передбачалася в 1944 р. висадка союзників у Франції (про що в листопаді-грудні 1943 року в Тегерані керівництво союзників поінформувало СРСР), і надсекретний «Ренкен» з метою «повернути проти СРСР усю потужність непереможної Німеччини».

У квітні 1945 року в розвиток плану «Ренкен» Черчилль віддав англійським військам наказ: готувати операцію «Немислиме». Суть цієї операції полягала в тому, що 1 липня 1945 року війська Англії, США, Канади разом із польськими корпусами й 10-12 німецькими дивізіями, що залишилися озброєними, повинні були почати бойові дії проти СРСР.

Перешкодила цьому плану потужність нищівних ударів, які Червона Армія завдала німецькому нацизму в кінці війни. «Союзники» прорахували перспективи своєї авантюри і зрозуміли, що через тиждень після початку операції «Немислиме» радянські танки вийдуть до Атлантичного океану та візьмуть під контроль усю Європу.

Проте після створення США атомної бомби плани завдання удару по території СРСР знову стали актуальними. Із кінця 1945 року військово керівництво США неодноразово затверджувало грандіозні плани ядерних бомбардувань СРСР.

Але американці пам'ятали про те, що збиток, який завдала нацистська Німеччина Радянському Союзу бомбардуваннями й тотальним знищенням інфраструктури, не зміг ослабити економічну потужність і зломити дух радянського народу. У зв'язку з цим керівництво військово-повітряних сил США поставило завдання з'ясувати межу міцності радянських людей у разі масованих атомних бомбардувань, вирішити яке американцям допомогло те, що в Західній Європі до червня 1947 року залишилося близько 250 тис. радянських «неповерненців», значна частина їх виявилася в американській зоні окупації. Вони й були обрані об'єктом для соціологічних досліджень американських експертів. Для реалізації плану інформаційно-психологічної війни необхідно було розробити ефективні психотехнології впливу на радянську людину. Так було започатковано знаменитий «Гарвардський проект» (Harvard Project on the Soviet Social System) – одне з найбільш масштабних політико-соціологічних досліджень радянського суспільства. Він був здійснений Центром російських досліджень, спеціально створеним при Гарвардському університеті в 1948 році.

При проведенні спеціалізованих дослідів особлива увага приділялася виявленню, систематизації, групуванню особистісних і психофізичних якостей людини, перш за все таких, які роблять її лідером у колективі та суспільстві. Для цього в розпорядження експертів, що займалися «Гарвардським проектом», американські спецслужби надали матеріали щодо особистісних характеристик видатних світових політичних діячів, геніїв науки, техніки, культури. Особлива

увага була приділена вивченню особи В.Леніна для виявлення психофізичних якостей, що формують «комплекс вождя».

З'ясувалося, що більшість світових вождів мали яскраво виражений природжений комплекс влади. У боротьбі за владу люди з таким комплексом, як правило, перемагають, особливо коли відходять від загальноприйнятих норм моралі. Якщо їм допомагатиме добре організована група фахівців (так званих ляльководів), що володіють знаннями людської психології в рамках Гарвардського проекту, то в суперників немає шансів на перемогу.

Сьогодні з повною упевненістю можна стверджувати, що професійна група «ляльководів» здатна знаходити та просувати як пішаків у світовій шаховій грі майбутніх лідерів до влади. Прикладами успішної діяльності ляльководів на пострадянському просторі є президентські вибори в низці пострадянських республік. Слід визнати, що крах соціалістичних цінностей та ідеалів значною мірою був зумовлений методами інформаційно-психологічної війни, яку Захід проводив на основі «Гарвардського проекту». Його результати багато в чому визначали форми та методи впливу західних спецслужб і засобів масової інформації на громадян СРСР. Найчіткіше це простежувалося в радіопередачах на Радянську Прибалтику, зокрема Литву. Негласний моніторинг громадської думки, який систематично проводили після війни західні експерти в Литві, дозволяв оперативно змінювати інформаційну тональність передач зарубіжних радіостанцій.

Так, до 1960-х років диктори «Вільної Європи» та «Голосу Америки» закликали литовців протистояти радянській владі й чекати, коли об'єднані сили Заходу звільнять країни Балтії. Але в середині 1960-х років тон змінився. З'явилися заклики вступати в комсомол, партію, до вузів, добре працювати, досягти високого становища в радянському суспільстві та займати керівні пости.

Відразу після завершення Другої світової війни, восени 1945 року, почалося розроблення нової доктрини інформаційної війни проти СРСР, необхідність якої визначили такі чинники.

1. Після перемоги у Великій Вітчизняній війні СРСР став наддержавою. Сталін – головний організатор розгрому фашистської Німеччини та мілітаристської Японії – проявив себе як видатний режисер інформаційної війни.

2. СРСР встав на дорогу повернення до духовно-етичної доктрини «Москва – Третій Рим».

3. Усі спроби реалізувати план «Ренкен», прийнятий на американо-британській зустрічі на вищому рівні в Квебеці в 1943 р., провалилися.

4. Керівництво Британської імперії, що «зростило» Гітлера для розгрому сталінського Радянського Союзу, усвідомило, що воєнним шляхом перемогти СРСР неможливо.

5. Головний режисер інформаційної війни проти СРСР британський прем'єр У.Черчилль зазнав поразки на парламентських виборах і залишився лише режисером-ідеологом інформаційної війни.

6. Колоніальна система світу, яка існувала тривалий час, вступила в епоху розпаду.

7. Почався процес інтеграції нових суб'єктів геополітики шляхом формування глобальної транснаціональної структури, так званої Нової Британської імперії (НБІ).

Усі ці фактори спричинили пошук нових ідеологічних стратегій інформаційної війни проти СРСР. Для наступного етапу інформаційної війни потрібна була нова система управління, координація зусиль різних режисерів-ідеологів. Необхідно було знайти такого режисера глобальної інформаційної війни із СРСР, який зміг би запровадити в ній передові технології. Одночасно слід було продовжувати раніше позначені У.Черчиллем напрями інформаційної війни. Новий режисер був знайдений. Це А.Даллес.

У 1945 р. створений інтелектуальний союз двох режисерів інформаційної війни – Черчилля і Даллеса, двох потужних аналітичних центрів інформаційної війни – Лондона й Нью-Йорка, тісно пов'язаних із функціонуванням провідних бірж світу. Лондон як центр Британської імперії прагнув бути в тіні, не проявляючи своєї реальної влади і при цьому здійснюючи функції стратегічної взаємодії з МІ-6, «Комітетом 300», співтовариством «Круглого столу» та іншими таємними структурами Британської імперії.

Восени 1945 року на засіданні Ради з міжнародних відносин А.Даллес доповів алгоритм інформаційної війни проти СРСР (під час його виступу в залі був присутній президент США Г.Трумен):

«Посіявши там (в СРСР) хаос, ми непомітно підмінимо їх цінності на фальшиві та змусимо їх у ці фальшиві цінності повірити.

Як? Ми знайдемо односторонців... Знайдемо союзників – помічників у самій Росії. Епізод за епізодом розігруватиметься грандіозна за своїм масштабом трагедія загибелі найнепокірнішого на землі народу, остаточного, безповоротного згасання його самосвідомості...

Ми всіляко підтримуватимемо і підніматимемо так званих художників, які стануть насаджувати культ сексу, насильства, садизму, зради – словом, усякої аморальності.

В управлінні державою ми створимо хаос і плутанину...

Ми будемо непомітно, але активно сприяти самодурству чиновників, хабарництву, безпринципності. Бюрократизм і зволікання зводитимуться до доброчесності...

Чесність і порядність висміюватимуться й перетворюватимуться на пережиток минулого. Хамство і зухвалість, брехню та обман, пияцтво і наркоманію, тваринний страх один перед одним і безсоромність, зраду, націоналізм і ворожнечу народів, передусім ворожість та ненависть до російського народу, – все це ми будемо майстерно і непомітно культивувати, все це розцвіте махровим цвітом.

І лише небагато, дуже небагато, здогадуватимуться або розумітимуть, що відбувається. Але таких людей ми поставимо в безпорадне становище, перетворивши на посміховисько. Знайдемо спосіб їх опорочити та оголосити

покидьками суспільства.

Ми будемо розхитувати таким чином покоління за поколінням, витравлювати цей ленінський фанатизм. Будемо братися за людей із дитячих, юнацьких років, головну ставку робитимемо на молодь, станемо розкладати, розбещувати, розтлівати її. Ми зробимо з них циніків, пошляків, космополітів. Ось так ми і зробимо».

Через три роки після вступу на посаду керівника Ради з міжнародних відносин А.Даллес зміг організувати ухвалення доктрини інформаційної війни проти СРСР Радою національної безпеки США. 18 серпня 1948 року Рада національної безпеки США за ініціативою А.Даллеса прийняла директиву 20/1 «Мета США у війні проти Росії». Ця директива була вперше опублікована в США в 1978 р. в збірці «Стримування. Документи про американську політику і стратегію 1945–1950 рр.».

У 1947 р. в липневому номері журналу «Foreign Affairs», одного з головних аналітичних центрів Нової Британської імперії, з'явилася стаття «Витоки радянської поведінки», підписана «Х». Те ж саме містер «Ікс» уже писав, проте в закритому вигляді, рік тому, в службовому документі, що увійшов до історії дипломатії під назвою «довга телеграма». Автором «довгої телеграми» і статті в «Foreign Affairs» був співробітник американського посольства в Москві Джордж Кеннан.

Із книги І.Панаріна «Перша світова інформаційна війна. Розвал СРСР»: «Співробітникові американського посольства в СРСР Дж.Кеннану вдалося знайти слабку ланку в СРСР – це проблема плавного переходу влади від однієї особи або групи осіб до іншої. Таким чином, саме Кеннан, який тривалий час прожив у Москві, правильно визначив напрям головного удару в інформаційній війні проти СРСР. Саме Кеннан заявив про необхідність створення «генерального політичного штабу», тобто генерального штабу інформаційної війни проти СРСР. Швидше за все, Кеннан мав на увазі Раду з міжнародних відносин. По суті, саме він визначив подальшу долю ставропольського комбайнера М.Горбачова ще в 1946 р. Створений на базі Ради з міжнародних відносин генеральний штаб інформаційної війни проти СРСР поставив перед британо-американськими спецслужбами головне завдання – шукати і просувати в радянській номенклатурі людей, здатних сприяти розпаду СРСР. Почався пошук майбутніх «горбачових» усередині радянської номенклатури, які в потрібний момент повинні були повести СРСР у напрямі розпаду».

Кеннан виділив також головний напрям інформаційної війни проти СРСР у післявоєнний період – здійснення таємних інформаційних операцій із впливу на систему ухвалення рішень у перехідний період, при зміні політичних еліт.

Після смерті Сталіна для реалізації стратегічних цілей інформаційної війни проти СРСР саме Кеннан організував стратегічну інформаційну операцію «Анти-Сталін» із дискредитації історичного минулого та сьогодення СРСР. Головну роль в операції «Анти-Сталін» зіграв М.Хрущов, таємно підтриманий А.Даллесом у внутрішньополітичній боротьбі в Радянському Союзі.

Операція «Анти-Сталін» поклала початок процесу шельмування історії

Радянського Союзу. М.Хрущов – типовий малоосвічений номенклатурний волонтарист – був ідеальним об'єктом для інформаційно-психологічного маніпулювання з боку британо-американських спецслужб. Саме його визначила Рада з міжнародних відносин як оптимального кандидата для проведення операції «Анти-Сталін».

А.Даллесу вдалося зіграти вирішальну роль в утвердженні влади антисталінського угруповання М.Хрущова. Саме Даллес зробив правильні висновки з провалу операцій «Ренкен» (обернути проти СРСР війська союзників і залишки військ Німеччини) і «Валькірія» (ліквідація Гітлера, захоплення влади в Берліні та прийнятний варіант виходу Німеччини з війни); а потім реалізував концептуальні пропозиції Дж.Кеннана.

М.Хрущов розвернув жорстоку антиправославну кампанію, направлену на повне придушення ідеї «Москва – Третій Рим», що реанімувалася Сталіним, став створювати контраст між сьогоденням і минулим (останнє піддавалося інтенсивній дискредитації). Всі ці явища були складовими плану інформаційної війни проти СРСР.

Запропонована Кеннаном нова стратегія інформаційної війни проти СРСР була реалізована і в «плані Маршалла», і в інших американських операціях. Ця стратегія діяла всі післявоєнні десятиліття та сприяла розпаду СРСР.

5 червня 1947 року держсекретар США генерал Дж.Маршалл у своєму виступі в Гарвардському університеті, одному з головних центрів інформаційної війни проти СРСР, подав «Програму відновлення Європи».

Але вже в 1948 р. були відомі наміри США, Англії та Франції пов'язати можливість надання Заходом позик Радянському Союзу з умовами, які поставили б економіку СРСР під контроль західного капіталу. Сталін відмовився узяти участь у цьому плані, знаючи про реальні задуми британо-американського транснаціонального капіталу. Слід звернути увагу на те, що ця технологія, знехтувана Сталіним, була застосована пізніше, в 90-х роках ХХ століття, коли кредити Міжнародного валютного фонду (МВФ) завжди супроводжувалися політичними вимогами.

«План Маршалла» був певною мірою реалізований. Доларизація Західної Європи проведена успішно, створено блок НАТО тощо.

Після смерті А.Даллеса в 1954 р. самим молодим директором Ради з міжнародних відносин став онук першого в історії мільярдера та засновника нафтової компанії «Стандарт ойл» Джона Д. Рокфеллера, рідний брат 41-го віцепрезидента США Нельсона Рокфеллера – Девід Рокфеллер.

Процеси реставрації сталінських ідей, що почалися в СРСР, загрожували самим основам функціонування НБІ. Виникла необхідність прийняття нової стратегії з ведення інформаційної війни проти СРСР. Необхідні були нові режисери-ідеологи цієї війни. І Д.Рокфеллер їх знайшов. Це З.Бжезінський і Г.Кіссинджер. Суттю нової стратегії Д.Рокфеллера стала необхідність координації зусиль у веденні інформаційної війни проти СРСР.

3 березня 1975 року З.Бжезінський виступив із програмною статтею в журналі «Нью-Йорк мегезін», де виклав свій план установа нового

світового порядку: «Ми повинні визнати, що світ сьогодні прагне єдності, якої ми так довго бажали... Новий світ набуває форми глобального суспільства... Спочатку це буде особливо стосуватися економічного світового порядку... Ми повинні створити механізм глобального планування та довгострокового перерозподілу ресурсів».

Саме цей напрям і став головним у діяльності Трьохсторонньої комісії, що об'єднувала Західноєвропейську, Північноамериканську (США та Канада) і Японську групи. Закулісні рішення, які приймали члени Трьохсторонньої комісії, були свого роду законами для політиків усіх західних країн.

Структура механізму та вертикаль управління ходом інформаційної війни проти СРСР із 1973 року мала такий вигляд:

1-й рівень – стратегічні центри глобального моделювання: Лондон – «Комітет 300» (організація «світового уряду», створена в 1729 р. найбільшим наркоторговцем у світі – британською Ост-Індською компанією – за сприяння британської розвідки); «Круглий стіл» (створена в 1891 р. для реалізації ідеї створення Всесвітньої Британської імперії з глобальним імперським парламентом); КІМВ (Королівський інститут міжнародних відносин, започаткований у 1920 р. як один із найважливіших інструментів управління суспільством);

2-й рівень – Генеральний штаб: Нью-Йорк – Рада з міжнародних відносин;

3-й рівень – Трьохстороння комісія, керівний центр – Вашингтон.

Режисерами інформаційної війни проти СРСР другого етапу стали:

1. Режисер-організатор – Д. Рокфеллер.
2. Режисер-ідеолог, основною ідеєю котрого стало втягування СРСР в афганський «капкан», – З.Бжезінський.
3. Режисер-ідеолог, основною ідеєю котрого була розрядка, виведення США із в'єтнамської авантюри та формування «п'ятої колони» всередині СРСР, яка і сприяла його розпаду, – Г.Кіссинджер.

Усі ці режисери були співробітниками розвідки.

Поступово, завдяки умілій координації дій із боку Ради з міжнародних відносин на чолі з Д.Рокфеллером, зовнішній інформаційно-ідеологічний тиск на СРСР нарощувався. При цьому кадри, які тоді керували ідеологією в СРСР, не змогли розгледіти зовнішніх інформаційних загроз і, відповідно, адекватно на них відреагувати. Головною стратегічною помилкою ЦК КПРС був відхід від національно орієнтованого курсу Й.Сталіна, направленою на побудову альтернативної та більш справедливої моделі розвитку.

Противник десятками років вів проти Радянського Союзу інформаційну війну, а СРСР у відповідь – лише ідеологічну боротьбу. Крім цього, у військових академіях СРСР навчали добре стріляти з танків і БМП. Інформаційній війні слухачів ніхто не вчив.

Безумовно, скоординована діяльність інформаційно-психологічних структур США (державних, суспільних і комерційних організацій), направлених на розвал СРСР, мала свої результати.

Російський соціолог А.Зінов'єв у своїй книзі «Російський експеримент» у 1995 р. описав алгоритм ведення інформаційної війни проти СРСР.

1. Для вивчення індивідуальних особливостей політичної еліти СРСР була створена ціла наука – кремлінологія. (У США вивченням СРСР займалися 170 університетів і дослідницьких центрів. 50 університетів і центрів робили це на постійній основі).

2. «Кремлінологи досконало вивчали апарат ЦК. І не лише вивчали, а й здійснювали вплив через ЗМІ на партійних керівників, помічників, радників, дипломатів, журналістів, агентів КДБ. Тобто, Захід у вісімдесяті роки почав посилено маніпулювати вищим радянським керівництвом».

3. «Кремлінологи вивчали ситуацію у вищому радянському керівництві ще за Л.Брежнєва.

Андропов і Черненко були хворі, довго керувати країною не могли... Отже, головну роль належало зіграти комусь із двох – Романову чи Горбачову. Вивчивши досконально якості того й іншого (а можливо, раніше «підчепивши на гачок» Горбачова), відповідні служби Заходу вирішили усунути Романова та розчистити дорогу Горбачову».

4. «У засобах масової інформації був запущений наклеп на Романова (ніби він на весілля доньки наказав принести дорогоцінний сервіз із Зимового палацу), і почалася його дискредитація».

5. «Візьміть тепер самі вибори Генсека! Те, що вони були явно частиною операції відповідних служб США, навіть на Заході багато хто добре розумів. Було влаштовано все так, що вибирало усього вісім осіб. Затримали під певним приводом виліт із США члена Політбюро Щербицького, який проголосував би проти Горбачова. Не повідомили про вибори іншому члену Політбюро, що перебував у відпустці. Це був Романов, котрий, напевно, проголосував би проти Горбачова. Якби ці двоє голосували, Горбачов не став би генсеком, – він пройшов із перевагою в один голос!».

А що б сталося зі світовою історією, якби Горбачова не обрали у 1985 р. Генеральним Секретарем ЦК КПРС? Відповідь на це питання дав відомий історик Майкл Харт:

«Гласність, можливо, найбільше зумовила остаточний розпад Радянського Союзу. Ця ідея належала Горбачову.

Коли Горбачов прийшов до влади в 1985 р., ніхто не очікував, що кінець ери комунізму такий близький. Якби тоді главою СРСР був обраний хтось на зразок Леніна чи Сталіна, такий репресивний уряд міг би ще діяти, а холодна війна – продовжуватися».

Така роль особи в історії...

От як про ці події пише письменник А.Ананьєв¹.

«Я глибоко переконаний, що Росію захльостує сьогодні не стихія подій, а хвиля ретельно продуманих і спланованих у ній і проти неї дій. І якщо ніхто

¹ Ананьєв А.А. Призвание Рюриковичей или тысячелетняя загадка России / А.А.Ананьев. – М., 1996. – С. 304.

офіційно ще не визнав, що перебудовою по Горбачову ми, по суті, підписали для себе акт про капітуляцію, то це лише справа часу. Шкода, звичайно, що не нам, хто міг би вплинути на те, що відбувається, а людям наступних поколінь, кому випаде тягар виправляти наші промахи, помилки, зраду національних інтересів, відкриється справжня істина. Але одне залишається очевидним зараз, що не волею долі чи простим збігом обставин, на що люблять покликатися політики, аби прикрити свою некомпетентність чи неспроможність, а свавіллям правителів, які прагнуть панування, неначе недостатньо їм тієї влади, яку мають у своїй вотчині над своїми народами, ми виявилися відкинутими якщо не до часів Рюриковичів, то принаймні до допетровських – і територіально, і економічно, і духовно. І тепер потрібні століття, аби з'єднати всі початки руського, російського життя довкола прийнятного для всіх єдиного стержня народного й державного буття».

Американські оцінки перемоги США над СРСР:

«Перемога США у «холодній війні» була результатом цілеспрямованої, планомірної та багатосторонньої стратегії США, направленої на розвал Радянського Союзу. Хід історичних подій був зумовлений стратегічними директивами Рейгана. Зрештою, прихована війна проти СРСР і створила умови для перемоги над Радянським Союзом» (Ф.Гафней, директор Центру політики і безпеки).

«Росія – переможена держава. Вона програла титанічну боротьбу. І говорити, «це була не Росія, а Радянський Союз», означає бігти від реальності. Це була Росія, названа Радянським Союзом. Вона кинула виклик США. Вона була переможена» (З.Бжезінський, американський геополітик).

Тепер оцінка М.Горбачова американським державним діячем та дипломатом Г.Кіссинджером у його книзі «Дипломатія». Підсумовуючи його погляди, можна говорити про персональну відповідальність Горбачова за негативні наслідки початих ним реформ, які призвели до хаосу і розпаду СРСР. Г.Кіссинджер відзначив, «що Горбачов різко прискорив загибель системи, яку сам представляв, закликаючи до реформ, провести які він виявився не здатним».

«Горе переможеним», – свідчить давня приказка!

Військово-політична ціна виведення військ із Східної Європи – дві третини військового потенціалу СРСР було знищено одним розчерком пера. Тоді, як американці виводили свої війська, всього одну дивізію, вісім років із Західної Німеччини, СРСР сотні тисяч військовослужбовців і десятки тисяч одиниць бойової техніки виводили протягом декількох років, у невідготовлені місця, інколи просто в поле. А це вимагало значних фінансових витрат, вело до зниження рівня життя населення.

Тому, звичайно, гуманістичні ідеї були висунуті правильно, але, на жаль, у реальній світовій політиці діють принципи Макіавеллі. Все-таки мета виправдовує засоби, і Захід не відреагував на однібічні кроки СРСР щодо роззброєння.

Усі ці об'єктивні та суб'єктивні фактори й привели у 1991 році до

розпаду могутньої ядерної держави Союзу Радянських Соціалістичних Республік, як вважає багато дослідників, без жодного пострілу.

ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Розкрийте сутність нових концепцій та поглядів США на ведення психологічної війни в Кореї (1950–1953 рр.).

2. У чому полягає концепція спеціальних методів війни США під час війни у В'єтнамі (1964–1975 рр.)?

3. Які особливості психологічної операції під час агресії США проти Гренади 1983 року?

4. Охарактеризуйте психологічну операцію під час вторгнення ЗС США у Панаму (грудень 1989 – січень 1990 рр.) із погляду подальшого розвитку теорії локальних війн.

5. Які особливості психологічних операцій ЗС США у Перській затоці (1991)?

6. Охарактеризуйте досвід ведення спеціальної пропаганди СРСР в Афганістані в 1979–1989 роках.

7. У чому полягають внутрішні політичні та економічні причини розвалу СРСР?

8. Прокоментуйте причини недооцінювання військово-політичним керівництвом СРСР ролі та значення інформаційних факторів «холодної війни».

9. Які особливості нового «Гарвардського проекту» як розгорнутої програми знищення СРСР і соціалістичної системи загалом?

10. Прокоментуйте підписану Р.Рейганом Директиву НСДД-75 із розвалу СРСР протягом 10 років.

11. Назвіть основні керівні документи США, направлені на здійснення постійного інтенсивного інформаційного впливу на СРСР.

12. Охарактеризуйте плани У.Черчилля «Ренкен» (1943) та «Немислиме» (1945) щодо бойових дій проти СРСР.

13. У чому полягає сутність «Гарвардського проекту» США 1948 року як одного з найбільш масштабних політико-соціологічних досліджень радянського суспільства?

14. Охарактеризуйте доповідь А.Даллеса 1945 р. на засіданні Ради з міжнародних відносин щодо алгоритму інформаційної війни проти СРСР та Директиву Ради національної безпеки США 20/1 «Мета США у війні проти Росії».

15. Який напрям головного удару в інформаційній війні проти СРСР, визначений Дж.Кеннаном?

16. Охарактеризуйте «План Маршалла» поставити економіку СРСР під контроль західного капіталу.

17. Розкрийте особливості глобалізації світового суспільства як механізму

глобального планування та довгострокового перерозподілу ресурсів.

18. Наведіть оцінки вітчизняних та закордонних експертів перемоги США над СРСР у «холодній війні».

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДІЛУ 7

1. Інформаційна безпека держави: підручник / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Д.С. Мельник та ін.]; в 2 т. – Т. 1. / за заг. ред. В.М. Петрика. – К.: Вид-во ІСЗЗІ НТУУ, 2016. – 264 с.

2. Інформаційно-психологічне протиборство (еволюція та сучасність) : навч. посіб. / [Петрик В.М., Бакалинський О.О., Жарков Я.М. та ін]. – К. Вид-во ІСЗЗІ НТУУ «КПІ», 2012. – 248 с.

3. Ананьев А. Призвание Рюриковичей или тысячелетняя загадка России. Противостояние. Версия, основанная на исторических свидетельствах, фактах и документах / А.Ананьев. – М. : Новости, 1999. – 736 с.

4. Киссинджер Г. Дипломатия / Г.Киссинджер ; послесл. Г.Арбатова ; пер. с англ. В.Львова. – М. : Ладомир, 1997. – 848 с.

5. Панарин И. Первая мировая информационная война. Развал СССР / И.Панарин. – СПб. : Питер, 2010. – 256 с.

6. Бегунов Ю.К. Тайные силы в истории России / Ю.К.Бегунов. – М. : Изд. им. А.С.Суворина, 1995. – 288 с.

7. Швейцер П. Победа / П.Швейцер ; пер. с польск. Л.Филимоновой. – Мн. : СП «Авест», 1995. – 464 с.

8. Широин В. Под колпаком контрразведки. Тайная подоплека перестройки / В.Широин. – М. : МП «Палея», 1996. – 400 с.

ЧАСТИНА 2. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ЕТАПУ ІНФОРМАЦІЙНО- ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОТИБОРСТВА

РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ ЗАГРОЗИ ОСОБИСТІСНІЙ БЕЗПЕЦІ ВІД ДЕСТРУКТИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВПЛИВІВ

1.1. Інформаційно-психологічна безпека особи

До розвитку сучасних кібернетичних систем розуміння інформаційного простору зводилося до атмосфери, стратосфери, космосу, водних акваторій океанів і морів. Нині воно включає ще й кібернетичні та віртуальні системи. Розглядаючи вплив інформаційного простору на особу, слід враховувати, що він поширюється на суспільство та державу і через них опосередковано на кожного індивідуума. Цей вплив може мати конструктивний (безпечний) і деструктивний (небезпечний) характер.

Одне із головних завдань сучасної держави — гарантування інформаційної безпеки особи, яка характеризується захищеністю її психіки та свідомості від небезпечних інформаційних впливів: маніпулювання, дезінформування, образ, спонукування до самогубства тощо.

Інформаційно-психологічна безпека особи (у вузькому розумінні) — це стан захищеності психіки людини від негативного впливу, який здійснюється шляхом упровадження деструктивної інформації у свідомість і (або) у підсвідомість людини, що призводить до неадекватного сприйняття нею дійсності.

Інформаційно-психологічна безпека особи (в широкому розумінні) — це: по-перше, належний рівень теоретичної та практичної підготовки особистості, за якого досягається захищеність і реалізація її життєво важливих інтересів та гармонійний розвиток незалежно від наявності інформаційних загроз;

по-друге, здатність держави створити умови для гармонійного розвитку й задоволення потреб особистості в інформації незалежно від наявності інформаційних загроз;

по-третє, гарантування, розвиток і використання інформаційного середовища в інтересах особистості;

по-четверте, захищеність від різного роду інформаційних небезпек.

Об'єктом інформаційно-психологічного захисту особи є стан її духовного, душевного та фізичного комфорту. Об'єктом захисту є також умови та фактори, які забезпечують розвиток усіх сфер життєдіяльності особистості й суспільства, зокрема культури, науки, мистецтва, релігійних і міжнаціональних відносин. До об'єктів належать також: мовне середовище, соціальні, ідеологічні, політичні орієнтири, суспільні та соціальні зв'язки, психофізичні фактори, що проявляються у вигляді фізичних, хімічних та інших впливів природного,

антропогенного і техногенного походження, генофонд народів, які населяють державу, тощо.

Інформаційно-психологічна безпека особи та суспільства є складовою частиною інформаційної безпеки держави і займає особливе місце в державній політиці під час її забезпечення. Ця особливість визначається специфікою загроз і їхніх джерел, особливим характером принципів і завдань державної політики у цій сфері.

Інформаційно-психологічна безпека суспільства та держави – стан захищеності (інтелектуальної, соціально-політичної, морально-етичної), за якого досягається їх нормальне функціонування та гармонійний розвиток незалежно від наявності внутрішніх та зовнішніх інформаційно-психологічних впливів.

Найбільш важливими об'єктами інформаційно-психологічного захисту в сучасних умовах є індивідуальна і масова свідомість. Для особистості головними системотвірними рисами є цілісність (тенденція до стійкості) та розвиток (тенденція до зміни). Внаслідок руйнування або перекручування цих рис особистість перестає існувати як соціальний суб'єкт. Це означає, що будь-який інформаційно-психологічний вплив на особистість має оцінюватися з позиції збереження чи руйнування її як цілого.

Масова (суспільна) свідомість формується насамперед у процесі історичного розвитку нації, народності, великої соціальної групи і потім уже внаслідок інформаційно-психологічного впливу. Проте інформаційно-психологічний вплив може істотно змінювати масову свідомість і поведіння великих соціальних груп.

Велика соціальна група — кількісно не обмежена соціальна спільнота, яка має стійкі цінності, норми поведінки і соціально-регулятивні механізми (партії, етнічні групи, виробничо-галузеві та громадські організації). Соціально-психологічними регуляторами життєдіяльності великих груп є: групова свідомість, менталітет, звичаї, традиції тощо. Велика група характеризується визначеним психічним складом, має групову психологію.

У кожній великій групі формується групова свідомість (етнічна, національна, релігійна), що є системою спільних ідеалів, ціннісних орієнтацій, емоційних переваг. Групова свідомість буває класовою, національною, релігійною тощо. Окремі стереотипні елементи свідомості переходять у сферу групової підсвідомості («класове чуття», національна ворожість). Ці групові фактори істотно впливають на формування відповідного типу особистості — типових представників класу, партії, нації і т. ін. Ці особи стають носіями групових засад та стереотипів, зразків поведінки, які враховуються і використовуються у здійсненні інформаційно-психологічного впливу.

Унікальною особливістю інформаційної загрози є те, що вона виступає як самостійна загроза і водночас є реалізаційною основою для інших видів загроз на інформаційному рівні, а часто і їх першопричиною. Інформаційна загроза формується в інформаційному просторі. Більшість учених розглядають інформаційний простір як місце формування, поширення та споживання

інформації за допомогою різних технічних пристроїв. Звичайно, технічні пристрої є основними засобами поширення інформації, але вона поширюється і під час безпосереднього спілкування людей між собою.

Для усвідомлення сутності та змісту завдань інформаційно-психологічного захисту особи і суспільства від деструктивного впливу в умовах сучасного інформаційно-психологічного протистояння необхідно зрозуміти механізми інформаційно-психологічного впливу на поведінку індивіда (особистості), а також на прийняття рішень на будь-якому рівні суспільних і державних структур, у будь-якій сфері їх діяльності. Для цього необхідно ввести поняття механізму вербального інформаційного впливу, розуміючи при цьому, що в його основі лежить закономірність усвідомленого сприйняття інформації, саме її змісту. Цей механізм за своєю суттю є загальним і реалізує загальні закономірності інформаційних процесів у соціальному середовищі.

Під впливом змісту інформаційних потоків, які людина сприймає, акцентів на окремих його фрагментах, інших факторів у неї формується спосіб мислення, її світогляд, система цінностей та інтересів, які з часом збагачуються і розвиваються в той чи інший бік, виступають під час аналізу поточної інформації уже у вигляді своєрідного морально-семантичного фільтра. Власне, від орієнтації й усталеності цього фільтра суттєво залежать вчинки, поведінка людини в тій чи іншій ситуації. На змістовні та якісні характеристики фільтра впливають історичні, національно-етнічні чинники, система освіти, релігійні та філософські течії, ідеологічна пропаганда, інші складові інформаційного середовища. Природно, що значну роль при цьому відіграють засоби масової інформації (періодичні видання, радіомовлення та телебачення, Інтернет).

Наступним важливим моментом у процесі вербального впливу є поведінка особи в конкретній ситуації, визначення позиції, прийняття нею адекватного рішення тощо. В цьому випадку за наявності «якісного» фільтра також велике значення має якість інформування, яке передбачає своєчасність, повноту, всебічність і достовірність наявної інформації. Забезпечення цих факторів є запорукою адекватної поведінки людини. Разом з цим, якщо не виконується хоча б одна із вимог до інформації, адекватність оцінки ситуації людиною гарантувати не доводиться. До того ж, якщо інформація містить грамотно продуману та організовану дезінформацію, яка є правдоподібною, людина навіть за наявності «якісного» фільтра може приймати рішення, адекватні змісту наявної інформації, але не адекватні реальній ситуації. За допомогою навмисно спотвореної, вибірково неповної інформації і цілеспрямованої дезінформації можна впливати не лише на рішення, що приймаються людиною, та на її поведінку, але й на елементи фільтра (систему цінностей, духовні й матеріальні інтереси і потреби, релігійні та філософські погляди тощо), корегуючи їх в бажаному напрямку, тобто на формування її як особистості (аналітика, вченого, керівника, політика тощо).

В цьому полягає сутність механізму управління знаннями соціальних об'єктів (зокрема людини) з метою впливу на прийняття ними рішень, на їх поведінку.

Механізми невербального інформаційного впливу на людину ґрунтуються на використанні закономірностей сприйняття людиною інформації через підсвідомість. Відомо, що підсвідомість (а опосередковано і свідомість) може програмуватися зовнішнім, неконтрольованим людиною інформаційним впливом. Наприклад, чим тонша психічна організація людини, тим більше вона емоційно уразлива.

На сьогодні не існує достатніх гарантій захисту особи від загроз, пов'язаних з порушенням інформаційної та інформаційно-психологічної безпеки особистості — неусвідомлюваним інформаційно-психологічним впливом, а саме: штучного щеплення їй синдрому залежності; розроблення, створення та застосування спеціальних засобів; маніпуляції суспільною свідомістю з використанням спеціальних засобів впливу; деструктивний вплив на психіку людини природних комплексів, антропогенних зон, генераторів фізичних полів та випромінювань.

Сьогодні, на жаль, немає єдиної системи знань, яка дозволяла б розкривати можливості біоенергетики без шкоди здоров'ю людини. Можливості настільки великі, що входження в цю галузь має бути обережним, поступовим і починатися з розвитку етики людини. Однак існує численна кількість публікацій, що свідчить про спроби використання механізмів інформаційно-енергетичного впливу на людину з метою програмування її дій, поведінки. Виникла висока соціальна небезпека безконтрольного застосування технологій, засобів і методів психофізичного впливу на великі соціальні групи людей через свідомість і підсвідомість (психосферу) людини з метою формування необхідних подій та маніпулювання громадською думкою.

Поряд з традиційними методами управління суспільством, колективами й окремими особами (адміністративно-організаційними, економічними, соціально-психологічними і правовими) все ширшого значення набуває метод централізованого впливу на широкі верстви населення — метод інформаційного управління. Одним із основних постулатів теорії управління є положення, згідно з яким еволюції у масовій свідомості досягнути набагато простіше, ніж здійснити революційні зміни.

У сучасних умовах спостерігається активна розробка та впровадження новітніх форм, способів і технологій інформаційно-психологічного впливу на індивідуальну, групову та масову свідомість. До таких джерел, каналів і технологій впливу на свідомість, психологію та поведінку людини можна було б віднести: ЗМІ та спеціальні засоби інформаційно-пропагандистської спрямованості; глобальні комп'ютерні мережі та програмні засоби швидкого поширення в мережах інформаційних і пропагандистських матеріалів; засоби та технології, що нелегально модифікують інформаційне середовище, на підставі якого людина приймає рішення; засоби створення віртуальної реальності; чутки, міфи і легенди; засоби підпорогового семантичного впливу; засоби генерування акустичних та електромагнітних полів.

Джерелами загроз інформаційного простору є суперечності певних інтересів, систем цінностей, цілей між особистістю та суспільством, державою

або наявністю в однієї зі сторін стосовно іншої домагань, претензій або інших спонукувань до конфлікту. Найбільш небезпечним джерелом загроз цим інтересам вважається суттєве розширення можливостей маніпулювання свідомістю людини через створення навколо неї індивідуального віртуального інформаційного простору, а також можливість використання технологій впливу на її психічну діяльність.

Новітні інформаційні технології, сучасні інформаційні й психологічні форми та способи впливу на особу і суспільство все частіше застосовуються не тільки в період підготовки та під час бойових дій (операцій), а й стають невід'ємною частиною повсякденного життя. С. Г. Кара-Мурза у книзі «Маніпуляція свідомістю» зазначає, що застосування сучасних технологій та засобів маніпулювання громадською думкою відбувається сьогодні повсякденно у роботі ЗМІ, у рекламній сфері, у діяльності різноманітних екстрасенсів, магів, чаклунів тощо. Особливо воно активізується в переломні моменти розвитку держави, якими, наприклад, є передвиборчі кампанії.

Культ жорстокості, насильства, порнографії, що нині пропагується в засобах масової інформації, особливо на телебаченні і в комп'ютерних мережах, призводить до неусвідомленого бажання значної частини населення, особливо підлітків і молоді пострадянських країн, наслідувати його, сприяє закріпленню подібних стереотипів поведінки в їх власних звичках і способі життя, знижує рівень граничних обмежень і правових заборон, сприяє появі негативних норм поведінки в суспільстві, що водночас, відкриває шлях до втрати морально-ціннісних установок, до правопорушень.

Однією з характерних тенденцій, яка склалася в сучасних умовах не тільки в Україні, а й у світі, є випереджальний розвиток форм, способів, технологій і методик впливу на свідомість (підсвідомість), і психічний стан людини порівняно з організацією протидії негативним, деструктивним психологічним впливам, інформаційно-психологічним захистом особистості й суспільства загалом.

Йдеться про можливі деформації у системі масового інформування й поширення дезінформації, які ведуть до потенційних порушень суспільної стабільності, про завдання шкоди здоров'ю і життю громадян унаслідок пропаганди чи агітації, що збуджують соціальну, расову, національну чи релігійну ненависть і ворожнечу, про діяльність тоталітарних сект, що пропагують насильство й жорстокість. Ці впливи, усвідомлені чи неусвідомлені, як свідчить життєва практика, можуть призводити й призводять до серйозних порушень психічного й фізичного здоров'я, відхилення від норм поведінки, до зростання ризикованих соціальних й особистісних ситуацій.

Під час розгляду інформаційно-психологічного впливу як загрози вочевидь йдеться про негативні наслідки його реалізації, які можуть проявлятися у двох аспектах: 1) система відносин особистості, зокрема стосовно держави; 2) руйнування цілісності самої особистості.

В сучасних умовах посилення інформаційно-психологічного впливу на окрему особу як суб'єкт політичного життя, носія певного світогляду, що має

виражені правосвідомість і менталітет, духовні ідеали й ціннісні установки формування довіри до себе, — одне з основних політичних завдань влади. Неадекватна суспільним (з погляду влади) інтересам поведінка громадянина може сприйматися як гостра форма політичного екстремізму, яка загрожує самому існуванню політичної системи, або як форма політичної байдужості, що не менше руйнує основи громадського життя.

Водночас особистість (її психіка та свідомість), піддається різноманітним маніпуляційним впливам, що є інформаційними за своєю природою, і їх результати можуть прямо загрозувати фізичному чи психічному здоров'ю людини. Саме такі впливи часто протягом багатьох років формують морально-психологічну атмосферу в окремих прошарках суспільства, підживлюють кримінальне середовище і сприяють зростанню психічних захворювань у суспільстві. Проповідництво деструктивних релігійних вчень, поширення містичних й езотеричних знань і практик, магії, шаманства тощо можуть бути прикладом таких впливів, що призводять до соціальної особистісної дезадаптації, а в ряді випадків — до руйнування психіки людини.

Серйозну небезпеку для особистості викликає поширення за допомогою мережі Інтернет порнографії, непристойної інформації, що ображає суспільну мораль, порушує сформовані в суспільстві стандарти моралі. Сервери з такою інформацією часто відвідують діти й підлітки. Хоча й вважається, що за допомогою Інтернету гарантується більша конфіденційність й анонімність, ніж під час відвідування кінотеатрів або магазинів з відкритою чи підпільною порнолітературою й відеофільмами.

1.2. Характеристика інформаційно-психологічних впливів та основні поняття, які пов'язані з маніпулюванням

Інформаційно-психологічний вплив (ІПсВ) — вплив на свідомість особи і населення з метою внесення змін у їх поведінку та (або) світогляд.

Можна виділити такі види ІПсВ: психогенний, нейролінгвістичний, психоаналітичний (психокорекційний), психотропний та психотронний.

Види ІПсВ				
нейролінгвістичне	психогенне	Психоаналітичне (психокорекційне)	психотропне	психотронне

Рис.1. Види інформаційно-психологічного впливу

Психогенний вплив — це психічний або фізичний вплив якихось явищ або подій на мозок, свідомість людини (спостерігається порушення вищої нервової діяльності: з'являється відчуття страху та паніки). Це обумовлено неузгодженістю функціональних систем психофізіологічної організації, тобто ламанням стереотипів під час впливу різко зміненої афферентації з боку різних рецепторів. Чим вища в часі така неузгодженість і чим менше підготовлена людина до впливу цього психогенного фактора, тим більше виражені психічні порушення. Такий стан може виникати під впливом голографічних малюнків. Багато країн домоглися в цій галузі досить великих успіхів, приміром, створено проекти лазерної графіки з поверхні землі та з космічної платформи.

Нейролінгвістичний вплив — вид психологічного впливу, що припускає використання спеціальних прийомів, спрямованих на створення позитивної мотивації, психологічної корекції внутрішніх джерел поведінки і світогляду особистості людини.

Нейролінгвістичний вплив орієнтований на ідентифікацію та зміну переконань особистості під час впливу на її світоглядні й емоційно-почуттєві стани (характеристики, що дозволяють удосконалювати, програмувати стан і поведінку людини в умовах практичної діяльності). Основним об'єктом такого виду впливу на людину є її психіка і контрольована нею діяльність, а основним засобом впливу виступають соціально продумані програми вербального і невербального впливу, що дозволяють змінювати світогляд, цінності особистості.

Психоаналітичний (психокорекційний) вплив — це вивчення (аналіз) підсвідомості людини і вплив на неї шляхом, що виключає опір на рівні свідомості (здійснюється у стані гіпнозу). Однак сучасні технологічні досягнення дозволяють усунути опір з боку свідомості й у нормальному стані. Це можна зробити за допомогою комп'ютерних як психоаналізу, так і психокорекції. Під час першого здійснюється математичний аналіз реакцій організму, що виникають під час миттєвого візуального перегляду або звукового прочитання різних «стимулів»: слів, образів, фраз. У такий спосіб можна абсолютно точно визначити наявність у підсвідомості людини визначеної інформації й виміряти її значимість для конкретної особистості, знайти сховану мотивацію. Проаналізувавши отриману інформацію, у разі необхідності можна здійснювати психокорекцію (психорегуляцію), основним діючим фактором якої також служать ключові слова, образи, запахи (слова можуть перетворюватися за допомогою спектрального мовного сигналу).

Найбільш зручною є звукова регуляція психіки, за якої словесні навіювання в закодованій формі виводяться на будь-який носій звукової інформації (музику, мову або шум). Наприклад, людина може слухати музику, у якій утримується схована (не сприймана на свідомому рівні) команда, що постійно впливає на підсвідомість слухача.

Психотронний вплив (парапсихологічний, екстрасенсорний) — вплив, що може здійснюватися за допомогою передачі енергії мислення через позачуттєве

сприйняття, яке охоплює опосередковане свідомістю і процесами сприйняття дистантної взаємодії між живими організмами й навколишнім середовищем.

Телевізійні та інші масові сеанси екстрасенсорного впливу засвідчують реальну можливість впливу на особистість. Досить часто при цьому використовуються технічні засоби, що сприяють посиленню впливу, передачі й контакту з індивідом. Цей вплив на об'єкт може бути пов'язаний з придушенням волі до опору, деморалізацією. Відомі факти роботи над створенням генератора частотного кодування психіки, високочастотних і низькочастотних генераторів, засобів впливу соціальною інформацією та ін., які здатні викликати необхідні процеси в психіці людини, а отже, впливати на її свідомість і поведінку.

Парапсихологія — це галузь науки, що вивчає пси-комунікації, тобто досліджує ті дистантні зв'язки живого організму з навколишнім середовищем, які одержали назву «екстрасенсомоторних» (оскільки вони діють на все, крім органів чуття і мускульних зусиль). Поняття «пси» містить у собі екстрасенсорну перцепцію, тобто позачуттєве сприйняття і психокінез, під яким розуміється вплив на предмети й хід психічних процесів без мускульних зусиль або використання технічних засобів. Загалом же принципової різниці між предметами дослідження парапсихології і психотроніки немає. Відмінність прослідковується лише під час порівняння методів, засобів і цілей дослідження. Психотроніці властиве прагнення переважно до технічних і технологічних підходів і рішень, до розробки технічних аналогів досліджуваних феноменів, наприклад, психотронних генераторів, і отже, концентрації великих зусиль на роботах прикладного характеру. Процес екстрасенсорного впливу значно полегшується під час використання системи комунікацій: телефонного зв'язку, радіотрансляційних мереж тощо.

Психотропний вплив — вплив на мозок і поведінку особи шляхом введення в її організм різних препаратів (зокрема фармацевтичних препаратів, запахів), засвоєння яких відбивається на її вищій нервовій діяльності.

Вплив препаратів на психіку людини добре відомий і вивчається вже досить тривалий час. З урахуванням останніх досягнень не тільки в психології, але й «суміжних» науках (біології, нейро- і психофізіології, кібернетиці, психофармакології тощо) розробляються і продовжують удосконалюватися методи підпорогового впливу, методи психологічної індоктринації та конверсії, засоби місцевого психічного контролю і психопрограмування.

ІПсВ спрямовується на індивідуальну або суспільну свідомість інформаційно-психологічними або іншими засобами, що викликає трансформацію психіки, зміну поглядів, думок, відносин, ціннісних орієнтацій, мотивів, стереотипів особистості з метою вплинути на її діяльність і поведінку. Кінцевою його метою є досягнення певної реакції, поведінки (дії або бездіяльності) особистості, яка відповідає цілям ІПсВ.

Процес прийняття індивідом ІПсВ, спрямованого на емоційну сферу свідомості, специфічний. Загалом він більш згорнутий, ніж, наприклад, процес прийняття пропагандистського впливу: в ньому функціонують тільки

сприйняття і запам'ятовування, діяльність мислення виражена дуже слабо. Інформацію особистість сприймає або не сприймає, сприймає цілком або частково, але у формуванні певних висновків майже не бере участі. Процес інформаційно-психологічного впливу на емоційну сферу свідомості включає довільне сприйняття та запам'ятовування і характеризується дуже зниженим рівнем усвідомлення про зміст впливу. Осмислення отриманої інформації відбувається пізніше, за більш високої пізнавальної активності індивіда.

Рівень ефективності ІПсВ залежить від:

- Змісту матеріалу: його складності, конкретності, суспільної значимості тощо. Наприклад, за рівних умов, чим простіша інформація, тим більше шансів на те, що дії, до яких вона спонукає, можуть виконуватися автоматично, а особливо, коли не суперечать переконанням об'єкта. Тобто чим конкретніший заклик до дії, тим вищий ступінь автоматизму відповідної реакції.

- Психічного стану, що характеризується наявністю високого рівня автоматизму відповідної реакції. Страх, пригніченість, апатія сприяють некритичному й неусвідомленому сприйняттю впливу. Ступінь автоматизму у відповіді особистості пов'язаний з рівнем усвідомленості та критичності сприйняття інформації. Якщо вплив приймається підсвідомо й некритично, то відповідь аудиторії може бути автоматичною.

- Часового інтервалу між впливами й відповідною реакцією: із збільшенням часового інтервалу автоматизм реакції зменшується внаслідок підвищення критичності й розумової активності об'єкта (пояснюється включенням змісту отриманої інформації в систему знань особистості й усвідомленням його).

Небезпечний ІПсВ на індивідуальну свідомість може призвести до двох видів взаємозалежних змін:

1. Зміни психіки, психічного здоров'я людини. Оскільки у випадку застосування інформаційного впливу складно визначити межі норми і патології, показником змін може бути втрата адекватності щодо відображення світу у свідомості й індивідуальному ставленні до світу. Можна говорити про деградацію особистості, якщо форми відображення дійсності спрощуються, реакції грубішають і здійснюється перехід від вищих потреб (у самоактуалізації, соціальному визнанні) до нижчих (фізіологічних, побутових).

2. Зміни в цінностях, життєвих позиціях, орієнтирах, світогляді особистості. Такі зміни спричиняють антисоціальні вчинки і становлять небезпеку вже для всього суспільства і держави.

Важлива особливість інформаційно-психологічного впливу на індивідуальну свідомість полягає в тому, що людина може не помічати його і не усвідомлювати як загрозу. Поведінкою особи керує її мозок, свідомість. Усе, що спонукає людину до діяльності, має проходити через її мислення. Отже, ІПсВ з метою зміни поведінки особистості в бажаному напрямку має домогтися відповідної зміни в її свідомості.

У детермінації поведінки людини значну роль відіграє установка (орієнтація) — це сформовані під впливом пропаганди, виховання й досвіду

порівняно стійкі знання, почуття й мотиви, що викликають певне ставлення людини до ідейних, політичних і суспільних явищ реальної дійсності.

Установка визначає напрямок дій і одночасно спосіб сприйняття й мислення. Але не всі установки є однаково важливими для детермінації поведінки. Світогляд індивідуума залежить від безлічі соціальних стереотипів, що співвідносяться з певними сторонами суспільного буття. Установки мають певну цінність з погляду їх значення для індивідуума. В їх ієрархії політичні установки займають найвищу сходинку. Вони, на відміну від інших, більш стійкі до змін. Політичні установки утворюють загальне підґрунтя для всіх інших, обумовлюють внутрішню стійкість орієнтації. Отже, поведінка людини за різних умов переважно визначається її політичною орієнтацією.

Установки особистості мають дещо вищу стійкість до зовнішнього впливу, яка підсилюється також за рахунок соціальних зв'язків. Установки стають тим стабільнішими, чим більше вони співпадають з нормами поведінки соціальної групи. Ідентифікація індивідуума з групою служить стабілізатором установки. Але при цьому слід враховувати ті обставини, що в державі перехідного (транзитного) типу, якою є Україна, багато моральних цінностей старого соціалістичного устрою втрачено, нових моральних норм і цінностей ще не створено, а ті, що вже існують, не перетворились у загальноприйняті. У цьому випадку інформаційний простір відіграє провідну роль у формуванні світогляду пересічного громадянина нашої держави, який часто сприймає все нове за вищі загальнолюдські цінності.

Рушійною силою для зміни установок виступають негативні психічні хвилювання, викликані відсутністю рівноваги між окремими компонентами політичних установок-об'єктів пропагандистського впливу, — так званий когнітивний дисонанс (тобто пізнавальна невідповідність). Дисонанс — психічно неприємний стан, що викликає в об'єктів пропагандистського впливу прагнення до його зм'якшення або усунення. Останнє веде до змін одного з компонентів установки, у результаті чого вся система установок прагне повернутися до втраченої рівноваги. Таким чином, змінюється стійкість попередньої установки або виникає нова. Було б, однак, ілюзією розраховувати на можливість у короткий проміжок часу повного руйнування основних установок і заміни їх на протилежні, оскільки стабільність основних політичних установок досить висока. Як зазначав французький психолог Ле Бон, ідеї вимагають багато часу, щоб закріпитися у свідомості людей, але вони вимагають не менше часу, щоб знову відтіля зникнути.

Для зміни політичних установок, що міцно закріплені у свідомості особистості, використовується метод поступового посилення когнітивного дисонансу, тобто подається в певному порядку інформація, яка все більше й більше суперечить поглядам об'єкта впливу. Терпіння, час і аргументація з кожною порцією інформації посилюється, вони сприяють поступовій зміні політичних установок об'єктів впливу.

Однак зміна поведінки не пов'язана безпосередньо зі зміною основних установок. Установка відіграє значну роль у детермінації поведінки, але не є

єдиною складовою, від якої вона залежить, і безпосередньо не керує поведінкою в конкретній обстановці через відсутність прямого зв'язку між установкою і поведінкою. Поведінка людини в кожному конкретному випадку залежить від умов, тобто внутрішніх запитів: потреб, мотивів, установок. Таким чином, поведінка завжди обумовлена конкретною обстановкою.

Установки та поведінка не обов'язково мають збігатися, між ними можуть існувати великі відмінності, приміром, висловлювання однієї й тієї ж особи за несхожих обставин можуть дещо відрізнятись. Через це поведінка людини в певній обстановці протягом короткого часу може не збігатися з основними установками або навіть суперечити їм.

Основним у процесі взаємодії установок і поведінки є не відмінність між ними, а їхня взаємна обумовленість: установки значною мірою детермінують поведінку, але буває й навпаки: поведінка створює значну основу для утворення установок. Установки виникають в наслідок пережитого на основі реальної поведінки ще до того, як вони знову перейдуть у нову поведінку. Поведінка, що змінилася, має зрештою впливати на зміну установок. Отже, якщо в результаті пропагандистського впливу поведінка індивіда зміниться, то відбудуться і певні зміни в загальній структурі установок, у тому числі й політичній орієнтації.

Термін “маніпуляція”, чи “маніпулювання”, походить від латинського слова *manipulare*. Його первинне значення вельми позитивне: “управляти”, “управляти зі знанням справи”, “надавати допомогу” тощо.

За словником іноземних слів *маніпуляція* (фр. *manipulation* – лат. *manipulatio* – *manipulus* – жменя):

- 1) рух рук, пов'язаний із виконанням певного завдання;
- 2) демонстрація фокусів, заснована на спритності рук, умінні відвернути увагу глядачів від того, що має бути прихованим від них;
- 3) махінація, шахрайська витівка.

По-перше, для маніпулювання характерні вміння, спритність, майстерність виконання. По-друге, маніпулювання передбачає створення ілюзії.

Можна виокремити сім основних ознак, які повинні входити в психологічне визначення маніпулювання:

- 1) родова ознака психологічного впливу;
- 2) ставлення маніпулятора до об'єктів маніпулювання як до засобу досягнення власної мети;
- 3) прагнення отримати односторонню перевагу;
- 4) прихований характер впливу (як факт впливу, так і його спрямованість);
- 5) застосування сили (психологічної), гра на слабкостях (використання психологічної вразливості).
- 6) спонукання, мотиваційне привнесення (формування “штучних” потреб і мотивів для зміни поведінки на користь ініціатора маніпулювання);
- 7) майстерність і вміння в процесі здійснення маніпулятивного впливу.

Залишаючись найважливішою змінною в аналізі механізмів і способів впливу, поняття сили не може бути ознакою, що диференціює різні види дій, тому його у визначення включати не слід. Для скорочення визначення маніпулювання варто уникати згадки про моральну позицію маніпулятора – ставлення до іншого як до засобу досягнення власної мети.

Маніпулювання – це вид психологічного впливу, майстерна реалізація якого веде до прихованого збудження в іншій людині намірів, які не збігаються з її реальними бажаннями. Виходячи із цих міркувань, можна також визначити основні складові процесу здійснення маніпулювання:

Об'єкт маніпулювання – це свідомість людини та масова свідомість, на які здійснюється певний вплив із метою досягнення бажаного результату.

Жертва маніпулювання – це людина, група людей, суспільство (об'єкт маніпулювання), які були використані або якимсь чином посприяли досягненню встановленої мети.

Суб'єкт маніпулювання – це людина (група людей), яка ініціювала проведення маніпулювання свідомістю для досягнення певної мети.

Інструменти маніпулювання – це ідеї, прийоми, форми, способи, методи, використання яких дає змогу впливати на свідомість людини для досягнення певної мети.

Ще одне поняття, яке необхідно увести для опису психологічного маніпулювання особою, – це “мішені” впливу. **Мішені маніпулювання** – це вразливі місця свідомості людини, використовуючи які можна вдало проводити маніпулювання.

Мішені маніпулятивного впливу доцільно поділити на п'ять груп:

1. *Збуджувачі активності людини*: потреби, інтереси, схильності.
2. *Регулятори активності людини*: групові норми; самооцінка (відчуття власної гідності, самоповага, гордість); суб'єктивні відносини; світогляд; переконання; вірування; смислові, цільові, операційні установки тощо.
3. *Когнітивні (інформаційні) структури* (зокрема інформаційно-орієнтовна основа поведінки людини в цілому) – знання про навколишній світ, людей та інші різноманітні відомості, які є інформаційним забезпеченням активності людини.
4. *Операційний склад діяльності*: спосіб мислення, стиль поведінки та спілкування, звички, уміння, навички й т. ін.
5. *Психічні стани*: фонові, функціональні, емоційні.

ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Інформаційна безпека особи, держави та суспільства.
2. Джерела загроз інформаційній безпеці особи та суспільства.
3. Які зустрічаються категорії спеціальних впливів на населення?
4. ІПСВ та його базові методи.
5. Рівень ефективності проведення ІПСВ. Зміни в індивідуальній свідомості, до яких можуть призвести небезпечні ІПСВ.

6. Види ІПсВ.
7. Дайте визначення таким поняттям як «маніпулювання», «маніпулювання», «об'єкт маніпулювання», «суб'єкт маніпулювання», «жертва маніпулювання», «інструмент маніпулювання», «мішені маніпулювання».
8. Розкрий п'ять груп «мішеній маніпулювання» та приведіть конкретні приклади з історії та сучасності.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДЛУ 1

1. Інформаційна безпека держави: підручник / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Д.С. Мельник та ін.]; в 2 т. – Т. 2. / за заг. ред. В.М. Петрика. – К.: Вид-во ІСЗІ НТУУ, 2016. – 328 с.
2. Информационно-психологическое противоборство: учебник / [Петрик В. М., Присяжнюк Н. Н., Жарков Я. Н. и др.]; под ред. В. М. Петрика. — К.: Изд-во ИССЗИ КПИ им. Игоря Сикорского, 2018. – 374 с.
3. Петрик В.М., Остроухов В.В., Присяжнюк М.М. та ін. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти): Підручник / За ред. Є.Д.Скулиша. – К., 2010. – 776 с.
4. Петрик В. М., Кузьменко А. М., Остроухов В. В. та ін. Соціально-правові основи інформаційної безпеки: Навчальний посібник / За ред. В. В. Остроухова. – К.: Росава, 2007. – 496 с.
5. Петрик В. М., Остроухов В. В., Штоквиш О. А. та ін. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій: Навчальний посібник. – К.: Росава, 2006. – 208 с.
6. Інформаційна безпека держави у контексті протидії інформаційним війнам: Навчальний посібник / За заг. ред. В. Б. Толубка. – К.: НАОУ, 2004. – 177 с.
7. Информационно-психологическая и психотронная война. Хрестоматия / Под общ. ред. А. Е. Тараса. – Минск: Харвест, 2003. – 432 с.
8. Кара-Мурза С. Г. Маніпуляція свідомістю: Навчальний посібник. – К.: Оріони, 2003. – 500 с.
9. Крысько В. Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / Под общ. ред. А. Е. Тараса. – Минск: Харвест, 1999. – 448 с.
10. Лопатин В. Н. Информационная безопасность России: Человек. Общество. Государство. – Санкт-Петербургский университет МВД России. – СПб.: Фонд «Университет», 2000. – С. 238.
11. Нарис теорії і практики інформаційно-психологічних операцій: Навчальний посібник / Дзюба М. Т., Жарков Я. М., Ольховой І. О., Онищук М. І. // За заг. ред. В. В. Балабіна. – К.: ВІТІ НТУУ «КПІ», 2006. – 468 с.
12. Толубко В. Б. Інформаційна боротьба (концептуальні, теоретичні, технологічні аспекти): Монографія. – К.: НАОУ, 2003. – 315 с.

РОЗДІЛ 5. ІНФОРМАЦІЙНА ЗБРОЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

2.1. Інформаційний простір як театр сучасних воєнних дій

Третє тисячоліття відзначається стрімким глобальним розвитком комп'ютерних інформаційних технологій, засобів електронної телекомунікації, масовим упровадженням їх у всі сфери суспільної діяльності. Стрімкі темпи розвитку комп'ютеризації та інформатизації суспільства неминуче ведуть до створення єдиного світового інформаційного простору, у якому будуть акумульовані всі засоби збору, накопичення, обробки, обміну і збереження інформації.

Геополітичними особливостями сучасного інформаційного простору є:

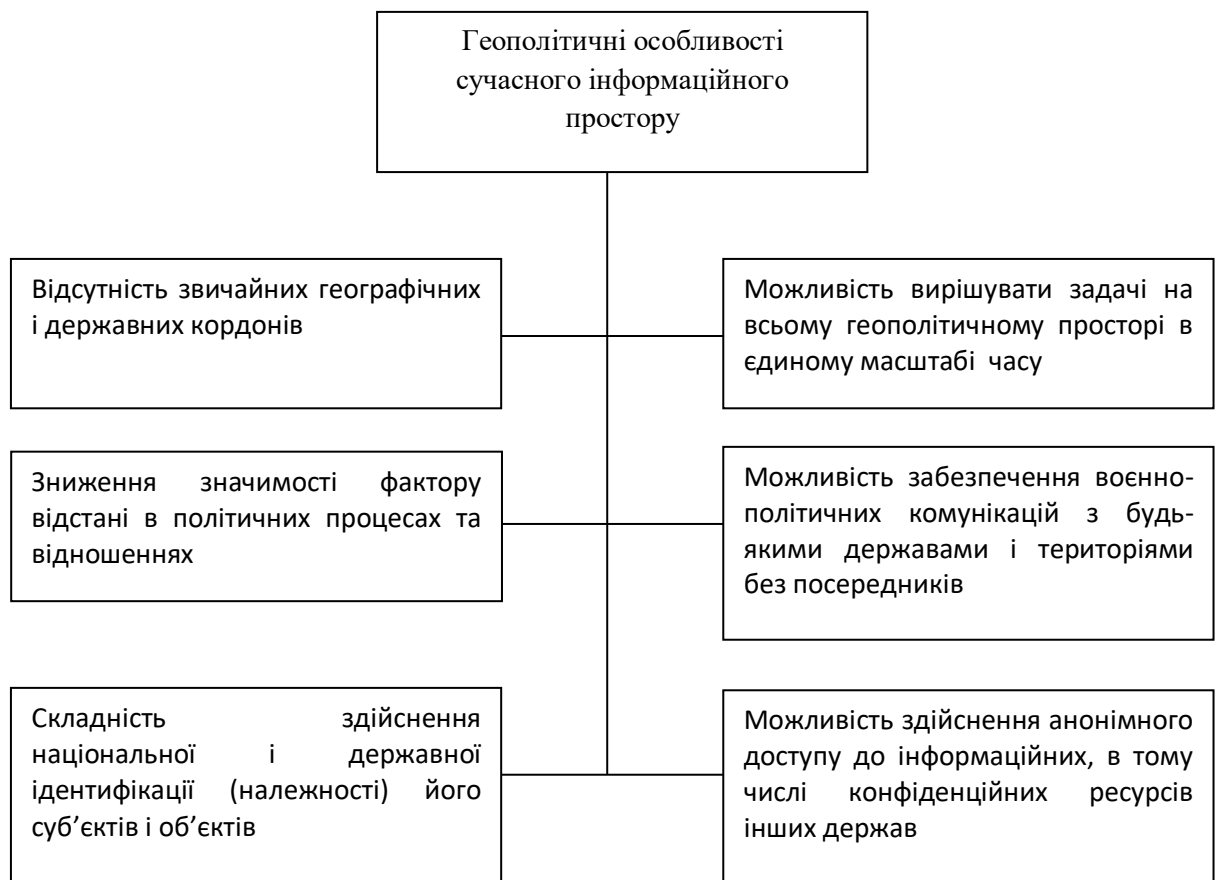


Рис.1. Геополітичні особливості сучасного інформаційного простору

- відсутність звичних географічних і державних кордонів;
- зниження значимості фактору відстані в політичних процесах та відношеннях;
- складність здійснення національної і державної ідентифікації (належності) його суб'єктів і об'єктів;
- можливість вирішувати задачі на всьому геополітичному просторі в єдиному масштабі часу;
- можливість забезпечення воєнно-політичних комунікацій з будь-якими

державами і територіями без посередників;

- можливість здійснення анонімного доступу до інформаційних, в тому числі конфіденційних ресурсів інших держав.

Усе більш очевидною стає залежність політичної влади від можливостей здійснювати інформаційне протиборство у зовнішньо- та внутрішньополітичній сферах. Основні тенденції зміни характеру геополітичної боротьби держав, розвиток процесу глобалізації на початку ХХІ століття свідчать про те, що разом із традиційними силовими методами та засобами вирішення завдань у цій сфері все частіше використовуються інформаційні.

Основним засобом ведення інформаційного протиборства є національні й транснаціональні ЗМІ, а також будь-які інші інформаційні мережі, здатні впливати як на світогляд, політичні погляди, правову свідомість, менталітет, духовні ідеали та ціннісні установки окремої людини, так і на суспільство в цілому.

Теорія інформаційної боротьби під впливом комплексу об'єктивних і суб'єктивних чинників пройшла складний еволюційний шлях: від сприйняття її як допоміжного засобу при вирішенні бойових завдань на тактичному рівні до надання їй глобальної функції управління політичними процесами на стратегічному рівні.

Американські фахівці вважають інформаційне протиборство не просто видом забезпечення операцій збройних сил шляхом порушення процесів контролю та управління військами, але й таким, що виходить далеко за межі цих проблем. Про це говорять основні результати досліджень, проведених фахівцями американської корпорації РЕНД (англ. **RAND** *аббревіатура від Research and Development* – «Дослідження та розробка» – американський стратегічний дослідний центр) у кінці 90-х років. У цьому дослідженні вперше застосовано термін «стратегічне інформаційне протиборство». Таке протиборство згідно із заявами авторів звіту є використанням державами глобального інформаційного простору та інфраструктури для проведення стратегічних військових операцій і зменшення впливу на власний інформаційний ресурс. Ці дослідження дозволили виділити ключові особливості такого виду протиборства: відносно низька вартість створення засобів інформаційного протистояння і крах статусу традиційних державних кордонів при підготовці й проведенні інформаційних операцій.

Подальше вивчення проблеми привело до введення поняття «стратегічне інформаційне протиборство другого покоління». У звіті воно визначене як принципово новий тип стратегічного протиборства, породжений інформаційною революцією, що вводить інформаційний простір до кола можливих сфер протиборства. Наголошується, що розвиток і вдосконалення підходів до ведення стратегічного інформаційного протистояння другого покоління в перспективі може привести до повної відмови від використання військової сили. По суті, інформаційне протиборство другого покоління зводиться до зусиль із видозміни противника: до знищення його традиційного змісту та наповнення новим. Тобто, йдеться не про навіювання певних уявлень

окремим людям чи групам, а про формування повноцінного суспільного світогляду, що має здатність до саморозвитку в потрібному напрямі.

Нині інформаційний простір фактично стає театром воєнних дій, де кожна протиборча сторона прагне отримати перевагу. Для реалізації власних національних інтересів провідні держави світу активно розробляють та втілюють у життя концепції інформаційної війни (information warfare), які забезпечують можливість впливу через інформаційну сферу на політичну, економічну, воєнну ситуацію в інших країнах.

Уперше роботи зі створення концепції «інформаційної війни» почалися в США на початку 90-х років. Нині є декілька варіантів трактувань терміна «інформаційна війна». Відмінності між ними незначні, тому з повною підставою можна використовувати варіант, представлений у Статуті Сухопутних військ США FM 100-6 «Інформаційні операції» (1996 р.). Згідно з цим документом «інформаційна війна – це комплекс заходів щодо досягнення інформаційної переваги шляхом впливу на інформацію, інформаційні процеси, інформаційні системи та комп'ютерні мережі противника при одночасному захисті своєї інформації, інформаційних процесів, інформаційних систем і комп'ютерних мереж».

Нині США активізують проведення робіт, направлених на реалізацію національної інформаційної стратегії з метою забезпечити інформаційну перевагу шляхом нав'язування інформації, що спонукала б вище військово-політичне керівництво інших країн приймати вигідні для США рішення. Ключовими елементами у справі досягнення цілей національної інформаційної стратегії є управління сприйняттям цільової аудиторії та формування «громадської думки» шляхом маніпулювання інформацією.

Останнім часом усе частіше розглядаються не апаратно-програмні засоби впливу на інформаційні системи й інформаційний ресурс противника, а засоби та методи маніпулювання інформацією та свідомістю.

Найбільш перспективними методами ведення інформаційної війни є саме методи впливу на індивідуальну, групову та суспільну свідомість:



Рис.2. Методи ведення інформаційної війни

Реалізація подібних методів на державному рівні потребує перегляду ключових підходів до проведення зовнішньої й внутрішньої політики в інформаційну епоху.

Основними силами, задіяними в сучасному стратегічному інформаційному протиборстві, є невеликі групи кваліфікованих політтехнологів, спічрайтерів та іміджмейкерів, що створюють і обігрують заданий сценарій. Робота таких фахівців сьогодні називається «зв'язками з

громадськістю» (public relation, PR).

Прикладом є робота такої групи фахівців на чолі з Джиммі Шеа, що освітлювала конфлікт в Югославії. Саме в Югославії був апробований у повному обсязі весь цикл заходів щодо стратегічного інформаційного протиборства: від дискредитації політичного керівництва перед початком конфлікту до вигідного висвітлення подій збройної агресії.

У рамках інформаційної війни проводяться заходи наступального й оборонного характеру. Відповідно удосконалюються наявні та активно розробляються нові оборонні й наступальні засоби ведення інформаційного протиборства, які дозволяють досягти інформаційної переваги над противником.

Таким чином, поява єдиного глобального інформаційного простору, що є природним результатом розвитку світової науково-технічної думки й удосконалення комп'ютерних та інформаційних технологій, створює передумови до розробки і застосування нових засобів ведення інформаційного протиборства, які прийнято називати *інформаційною зброєю*. Володіння ефективною інформаційною зброєю і засобами захисту від неї стає однією з головних умов забезпечення національної безпеки держави в XXI столітті.

Щоб з'ясувати, чи має поняття «інформаційна зброя» право на існування, варто передусім звернутися до визначення зброї. У «Радянській військовій енциклопедії» зброя тлумачиться як «пристрої й засоби, вживані в збройній боротьбі для поразки та знищення противника». Основним у визначенні зброї убачається мета її використання – поразка противника. Під поразкою об'єктів (цілей) мається на увазі дія різними засобами на об'єкти (цілі), в результаті якої вони повністю або частково (тимчасово) втрачають здатність до нормального функціонування (виконання бойового завдання). Поразка об'єктів полягає в їх знищенні (руйнуванні), придушенні та виснаженні (живої сили).

Знищення об'єкта передбачає завдання йому такого збитку, при якому він повністю втрачає боєздатність.

Придушення означає завдання об'єкту такого збитку (пошкоджень) і створення для нього таких умов, при яких він тимчасово позбавляється боєздатності, обмежується (забороняється) його маневр або порушується управління.

Виснаження полягає в тривалому веденні по об'єкту вогню обмеженою кількістю сил і засобів або завданні по ньому періодичних ударів авіації. Основною його метою є морально-психологічний вплив на живу силу об'єкта й тим самим зниження його боєздатності та нормального функціонування.

Отже, чи здатна інформаційна зброя призводити до поразки противника?

Інформаційною зброєю є інформаційні системи і технології, що використовуються для масованого, цілеспрямованого, прихованого і швидкого впливу на інформаційні військові та загальногромадянські системи, які забезпечують боєздатність збройних сил, а також призначені для управління економікою і фінансами з метою викрадення, перекручування або знищення інформаційних масивів, добування з них необхідної інформації після подолання систем захисту, обмеження доступу до них законних користувачів,

дезорганізації роботи технічних засобів, виведення з ладу телекомунікаційних мереж, комп'ютерних систем, усього високотехнологічного забезпечення життя суспільства і функціонування держави.

На думку вітчизняних і закордонних фахівців, сили і засоби психологічних операцій низки провідних світових держав спрямовані на поглиблення духовної кризи. «Розруха в головах», виражаючись мовою М.А. Булгакова, небезпечніше розрухи в економіці, тому що втрата національних, духовних цінностей веде до виродження народу і краху суспільства. Одним з основних об'єктів інформаційно-психологічного впливу зарубіжних держав є психіка і свідомість молоді.

У випадку інформаційної війни найбільш уразливими стають об'єкти, що мають зберігати безупинну працездатність чи функціонувати в реальному масштабі часу. Це, насамперед, система управління державою, збройними силами, командні пункти протиракетної і протиповітряної оборони. За оцінками зарубіжних фахівців, відновлення автоматизованих систем раннього попередження про повітряно-космічний напад, систем управління комплексами протиракетної оборони й інших систем стратегічного призначення практично неможливе. Результати цілеспрямованого втручання в їхню роботу можуть мати катастрофічний характер і за передбачуваними збитками можуть бути порівняні з наслідками застосування ядерної зброї.

Застосування нових інформаційних технологій призвели до змін не тільки засобів збройної боротьби, але й стратегії і тактики ведення сучасних воєн, з'явилися нові концепції ведення бойових дій в «інформаційному столітті», що враховують нові фактори уразливості сторін. Ці нові концепції безпосередньо узгоджуються з тим, що стрімка еволюція кіберпростору може не тільки відкрити додаткові можливості якісного удосконалення озброєння та військової техніки, але й обумовити виникнення нових проблем уразливості протиборчих сторін. У сучасних умовах більш уразливою є та з воюючих сторін, що має менше інформації про поле бою, повільніше обробляє інформацію і приймає рішення з меншою оперативністю. Сьогодні конфлікт у стадію відкритого збройного зіткнення може і не перейти, а завершитися вже після етапу «інформаційного протиборства», результатом якого стане усвідомлення однією з протиборчих сторін, що вона не може більше розраховувати на ефективне застосування своїх засобів збройної боротьби. У будь-якому випадку сторона, що краще володіє стратегією і тактикою ведення воєнних дій в інформаційному просторі (інформаційній війні), буде в сучасних умовах мати суттєві переваги.

5.2. Класифікація сучасної інформаційної зброї

Теоретики зараховують до цього виду зброї широкий клас прийомів і засобів інформаційного впливу на противника – від дезінформації і пропаганди до засобів радіоелектронної боротьби.

За своїми економічними показниками інформаційна зброя може бути віднесена до різновиду асиметричної зброї.

Як свідчить досвід локальних воєн і збройних конфліктів кінця ХХ – початку

XXI століття, на відміну від ударної високоточної зброї, яка вражає точечні спеціально вибрані важливі об'єкти, інформаційна зброя є системоруйнуючою. Тобто вона виводить з ладу бойові, економічні й соціальні системи. За результатами впливу інформаційна зброя може бути співставлена зі зброєю масового знищення.

Окрім військової галузі, інформаційна зброя може використовуватися в економічній, банківській, соціальній та інших сферах з метою:



Рис.3. Мета застосування інформаційної зброї

1) дезорганізації діяльності управлінських структур, транспортних потоків і засобів комунікації;

2) блокування діяльності окремих підприємств та банків, а також цілих галузей промисловості шляхом порушення багатоланкових технологічних зв'язків і системи взаєморозрахунків, проведення валютно-фінансових махінацій тощо;

3) ініціювання великих техногенних катастроф на території супротивника внаслідок порушення штатного управління технологічними процесами та об'єктами, що мають справу з великими об'ємами небезпечних речовин і високих концентрацій енергії;

4) масового поширення і впровадження у свідомість людей визначених уявлень, звичок і поведінкових стереотипів;

5) викликання невдоволення чи паніки серед населення, а також провокування деструктивних дій різних соціальних груп.

Основними об'єктами при застосуванні інформаційної зброї у мирний та воєнний час виступають:

1) комп'ютерні системи та системи зв'язку, використовувані Державними та урядовими організаціями при виконанні своїх управлінських функцій;

2) військова інформаційна інфраструктура, яка вирішує завдання в управлінні військами і бойовими засобами збору та обробки інформації в

інтересах збройних сил;

3) інформаційні та управлінські структури банків, транспортних і промислових підприємств;

4) засоби масової інформації, насамперед – електронні (радіо, телебачення і т. ін.), а також друковані.



Рис.4. Основні об'єкти при застосуванні інформаційної зброї

Найчастіше вживані в публікаціях визначення *інформаційної зброї*:

1) це – комплекс специфічних програмно-інформаційних засобів, створених для ураження інформаційного ресурсу противника;

2) це – засоби знищення, викривлення або викрадення інформаційних масивів; засоби подолання систем захисту; засоби обмеження доступу законних користувачів; засоби дезорганізації роботи технічних засобів, комп'ютерних систем;

3) це – засоби знищення, викривлення або викрадення інформаційних масивів, добування з них необхідної інформації після подолання систем захисту, обмеження або заборони доступу до них незаконних користувачів, дезорганізації роботи технічних засобів, виведення з ладу телекомунікаційних мереж, комп'ютерних систем, усього високотехнологічного забезпечення життєдіяльності суспільства і функціонування держави;

4) під термін «інформаційна зброя» підпадають технічні або програмні

засоби для забезпечення несанкціонованого доступу або, навпаки, обмеження доступу до інформаційних баз даних; порушення штатного режиму функціонування технічних засобів і програмного забезпечення, а також виведення з ладу ключових елементів інформаційної інфраструктури окремої держави або навіть регіону.

У деяких джерелах відзначається, що сутність інформаційної зброї полягає в розвитку інформаційних технологій, що забезпечують можливість системам (індивідам, суспільним або політичним угрупованням, державам) з більш високим рівнем інформатизації управляти системами з відносно низьким рівнем інформатизації, спрямовуючи їх діяльність у своїх інтересах під постійним інформаційним контролем. В інших джерелах відзначається, що сутність «інформаційної зброї» полягає у впливові на інформаційні потоки систем управління не тільки військового, але і державного призначення з метою порушення сталості управління.

Наведені визначення сутності інформаційної зброї відбивають окремі (часткові), хоча і суттєві, характерні для неї сфери застосування і завдання, що вирішуються за її допомогою.

В традиційному розумінні зброя це – «прилади і засоби, що призначені для поразки противника у збройній боротьбі. Як правило, складаються із засобів ураження і засобів їх доставки до цілі». Із цього визначення випливає призначення та склад певних засобів, що дають підстави кваліфікувати їх як зброю. Врахування системних позицій дає можливість підійти до визначення поняття «інформаційна зброя».

Численні публікації результатів воєнно-теоретичних досліджень і воєнна практика показують, що до основних реальних об'єктів деструктивного інформаційного впливу, які в сукупності складають у даний час інформаційно-стратегічний ресурс, можна зарахувати такі:

- людино-машинні системи управління (ергатичні системи) різного державного (воєнного) рівня, включаючи канали інформаційного обміну і телекомунікації;

- середовище обміну інформацією;

- засоби збору (одержання), обробки, збереження і доставки інформації, основу яких складають електронно-обчислювальні і радіотехнічні системи з відповідними видами забезпечення (інформаційним, програмним, лінгвістичним тощо);

- інформація обмеженого поширення, тобто інформація, що становить державну, комерційну й особисту таємницю, включаючи її носії, системи і засоби захисту;

- суспільство, персонал ергасистем і людину як «інформаційного діяча» (носія певного світогляду, політичних поглядів і моральних цінностей; творця і користувача інформаційної бази ергасистем, елемента прийняття управлінських рішень і т.д.).

У загальнотеоретичному значенні під «інформаційною зброєю» розуміється сукупність засобів, призначених для враження і знищення

інформаційних систем (ергасистем, інформаційних діячів, інформаційних технологій тощо) у ході інформаційної боротьби (війни).

У цьому контексті *інформаційною* називається *система*, у якій утворюючі її елементи та їх відношення (зв'язки) є інформаційними. Така система може розглядатися як поєднання трьох системно-інформаційних компонентів: структури (способу внутрішньої організації елементів і зв'язків), алгоритмів (які реалізують функції опрацювання інформації – рецепції, інтерпретації і комунікації) і мови подання елементів та їх взаємодії. Тоді засоби для ураження і знищення інформаційної системи шляхом деструктивних впливів на виділені компоненти можна об'єднати в три відповідні групи, які являють собою три роди «інформаційної зброї»:

– «організаційна (протиорганізаційна) зброя» (засоби і способи дезорганізації, ураження і знищення структури інформаційних систем, деструктивні технології оргуправління й ін.);

– «алгоритмічна (протиалгоритмічна) зброя» (засоби і способи дезорієнтації інформаційних діячів, ураження і знищення технологій і алгоритмів функціонування систем, алгоритми деструктивних дій й ін.);

– «лінгвістична (протилінгвістична) зброя» (засоби і способи дезінформації і дезорієнтації інформаційних діячів, ураження і знищення алгоритмів, неоднозначні мовні одиниці, суперечливі літеро-цифрові алфавіти й ін.).

Зважаючи на велике розмаїття засобів інформаційного впливу, реалізованих ними механізмів, методів, способів впливу не ставиться завдання повної і детальної класифікації існуючої інформаційної зброї. Наведені вище її класи можна розглядати як ілюстративні приклади, що відбивають лише частку існуючого парку інформаційної зброї. Тим більше, що в наукових виданнях з'являються все нові і нові види інформаційної зброї, наприклад, з такими назвами, як «концептуальна зброя», «хронологічна зброя», «факторологічна зброя», «організаційна зброя», «інтелектуальна зброя» тощо. Незважаючи на те, що під цим розуміється реалізація інформаційного впливу того чи іншого характеру, інколи виникає сумнів у правомірності подібного найменування зброї. Частіше такі назви інформаційної зброї відбивають не її сутність, а данину моді.

Виходячи з аналізу існуючих засобів інформаційного впливу та природи інформаційних процесів, що застосовуються в якості зброї, пропонується така класифікаційна основа інформаційної зброї:

1) *за метою застосування* – зброя для цілеспрямованого формування складових морально-семантичного фільтра соціальних об'єктів (системи цінностей, пріоритетів, системи інтересів тощо); зброя для нав'язування протидіючій стороні бажаних рішень і поведінки; зброя для ускладнення умов прийняття рішень протидіючою стороною; зброя для зриву функціонування технічних та соціотехнічних систем (автоматизованих систем управління; інформаційних та інформаційно-керуючих систем тощо); зброя для добування інформації про протидіючу сторону тощо;



Рис.5. Класифікаційна основа інформаційної зброї

2) *за об'єктами впливу* – зброя впливу на соціосистеми (людина, соціальні групи, суспільство, країни); зброя впливу на соціотехнічні системи (інформаційні та інформаційно-керуючі системи, автоматизовані системи управління, Internet тощо); зброя впливу на технічні системи (системи управління технологічними лініями, загальносистемне програмне забезпечення, перехоплення управління безпілотними засобами ураження тощо); зброя впливу на інші об'єкти інформаційної інфраструктури;

3) *за призначенням* – наступальна, оборонна;

4) *за масштабом впливу* – зброя індивідуального, групового і масового ураження; зброя одно- і багатоцільова, універсальна;

5) *за типом носіїв* – інформаційно-духовна зброя (ідеології, релігії, культури); інформаційно-психологічна зброя (пропаганда, наклеп, засоби зомбування); інформаційно-фізична зброя (фармакологічні, електронні, енергетичні засоби); інформаційно-ментальна зброя (слово-, мисле-, числоформи);

6) *за механізмами реалізації впливу* – зброя, що базується на реалізації механізмів вербального впливу на людину та соціосистеми; зброя, що базується на реалізації механізмів невербального впливу на людину та соціосистеми; зброя, що базується на реалізації механізмів впливу на функціонування математично-програмного забезпечення ЕОМ; зброя, що базується на реалізації механізмів випромінювання енергії різної природи;

7) *за реалізованими методами впливу* – зброя, що базується на реалізації методів інтелектуального характеру (методи дезінформування,

нейролінгвістичного програмування, рефлексивного управління, ін.); зброя, що базується на реалізації методів психологічного впливу на людину, суспільство; зброя, що базується на реалізації методів психофізіологічного впливу на людину, суспільство; зброя, що заснована на реалізації методів технічного характеру;

8) *за характером впливу на інформацію та інформаційні процеси* – зброя руйнуючого характеру; зброя спотворюючого характеру; зброя модифікуючого характеру;

9) *за масштабом вирішуваних бойових завдань* – стратегічна зброя; оперативно-тактична зброя; тактична зброя;

10) *за терміном дії* – зброя короткострокової і довгострокової дії;

11) *за радіусом дії* – зброя ближньої і дальньої дії.

Запропонована класифікаційна основа інформаційної зброї не може претендувати на вичерпність, але її корисність полягає уже в тому, що вона може бути використаною для вирішення, наприклад, таких завдань:

– вибір засобів і методів інформаційного впливу за певними метою, об’єктом впливу, масштабністю, часовими характеристиками тощо;

– вибір методів і засобів забезпечення інформаційної безпеки об’єктів та завдань, що покладені на них.

Перше завдання може вирішуватися як в інтересах, наприклад, забезпечення операцій і бойових дій, так і з метою прогнозування дій противника, спрямованих на протидію реалізації наших планів на інформаційному рівні. Друге завдання полягає у визначенні методів і засобів захисту об’єктів (відповідно – завдань, що на них покладені) від негативних наслідків інформаційного впливу з боку протидіючої сторони і вирішується на основі прогнозування дій противника, спрямованих на інформаційну протидію реалізації наших планів.

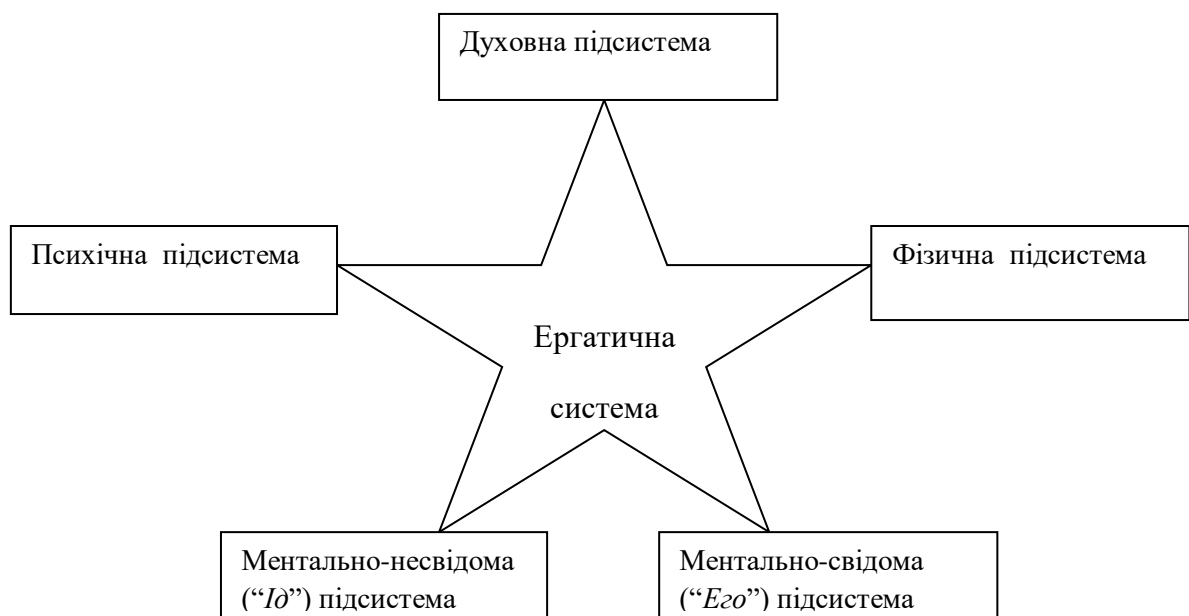


Рис.6. Підсистеми-компоненти ергатичної системи

Для визначення можливих видів «інформаційної зброї», які мають прикладне значення, скористаємося (з урахуванням розглянутих загальнотеоретичних уявлень) відомою феноменологічною моделлю людини як інформаційного діяча, поширивши її і на ергатичні системи. Відповідна модель (рис. 6) найпростішої ергатичної системи включає п'ять основних підсистем-компонентів: духовний, психічний, фізичний, а також ментально-свідомий («Его») і ментально-несвідомий («Ід»).

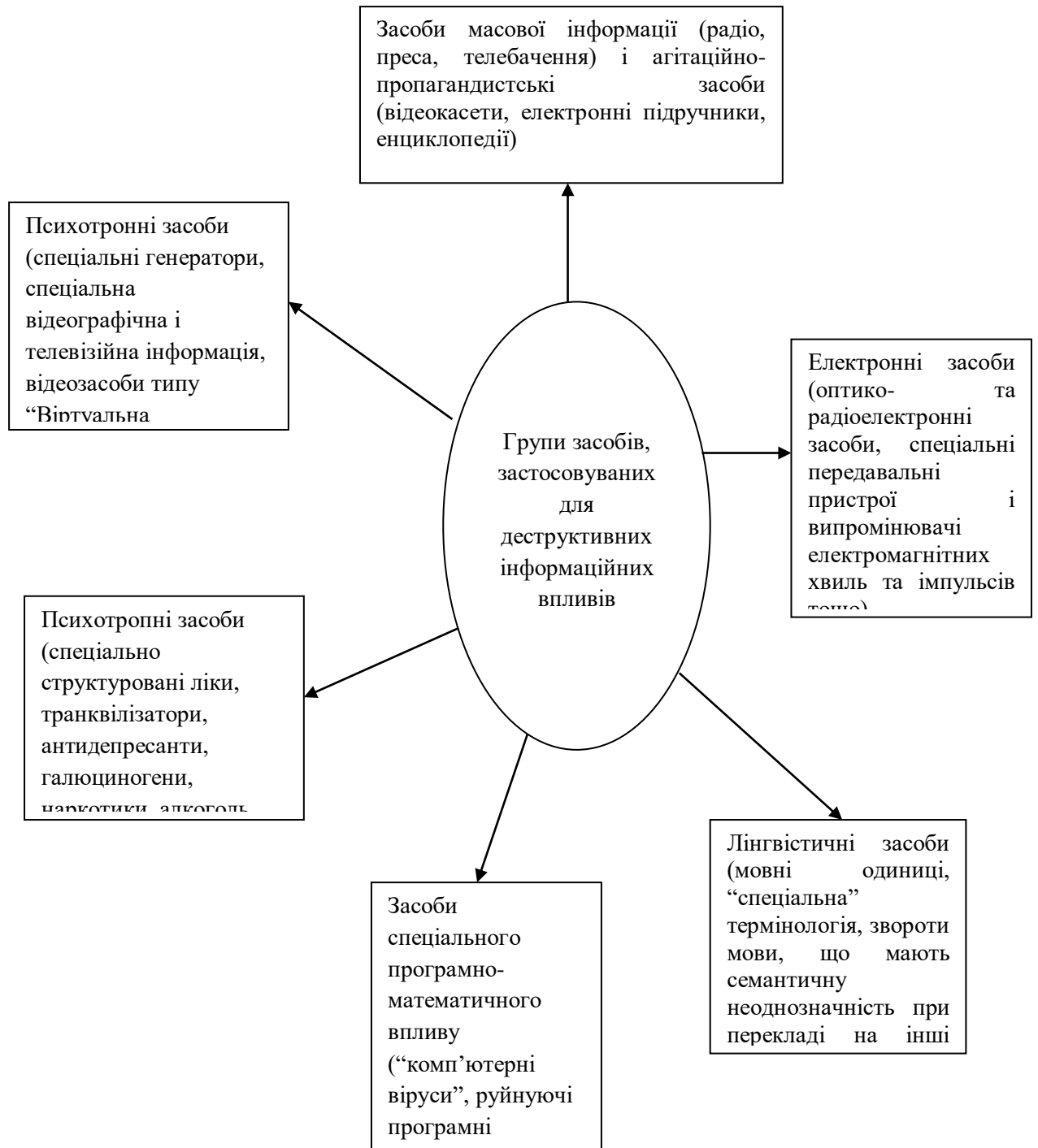


Рис.7. Групи засобів, застосовуваних для деструктивних інформаційних впливів

Тоді до видів «інформаційної зброї» можна умовно зарахувати п'ять відповідних сукупностей чи груп засобів (рис. 7), застосовуваних для деструктивних (дезорієнтуючих, дезінформуючих, дезорганізуючих, дестабілізуючих, руйнуючих, гнітючих тощо) інформаційних впливів на змістові компоненти реальних ергасистем, що відповідають виділеним компонентам моделі, а саме:

- засоби масової інформації (радіо, преса, телебачення) і агітаційно-пропагандистські засоби (відеокасети, електронні підручники, енциклопедії);
- психотронні засоби (спеціальні генератори, спеціальна відеографічна і телевізійна інформація, відеозасоби типу «Віртуальна реальність» й ін.);
- електронні засоби (оптико- та радіоелектронні засоби, спеціальні передавальні пристрої і випромінювачі електромагнітних хвиль та імпульсів тощо);
- засоби спеціального програмно-математичного впливу («комп'ютерні віруси», руйнуючі програмні закладки «хробаки» й ін.);
- лінгвістичні засоби (мовні одиниці, «спеціальна» термінологія, звороти мови, що мають семантичну неоднозначність при перекладі на інші мови й ін.);
- психотропні засоби (спеціально структуровані ліки, транквілізатори, антидепресанти, галюциногени, наркотики, алкоголь тощо).

ЗМІ й агітаційно-пропагандистські засоби як вид «інформаційної зброї» масового ураження призначені для цілеспрямованого завдання інформаційного збитку, головним чином, духовно-моральному життю населення (включаючи військовослужбовців) конфронтуючої сторони і, у першу чергу, його історичній пам'яті, світогляду, моральним ідеалам з метою можливого управління її поведінкою, а також для створення перешкоди аналогічним впливам противника.

Психотропні засоби призначені для впливу на психіку людини на генному чи хромосомному рівнях: транквілізатори розривають зв'язок між інформаційно-психічними і фізичними процесами в організмі людини, галюциногени викликають психічні розлади й ін.

Розглянуті групи засобів (види) «інформаційної зброї» можуть одночасно здійснювати побічний деструктивний вплив і на інші компоненти ергасистем. Зокрема, ЗМІ впливають на психічну (наприклад, у формі «електронно-психічної атаки» на основі застосування спеціальної телевізійної інформації) і на свідому (у формі «лінгвістичної агресії» на основі застосування ненормативної лексики, сленгу, «американізмів» й ін.) компоненти свідомості.

Наведена класифікація (стосовно основного об'єкта впливу) можливих видів «інформаційної зброї» дозволяє визначити її (з урахуванням ієрархії рівнів у системі державного управління) як сукупність спеціальних засобів, технологій, інформації і дезінформації, застосовуваних для деструктивних впливів на менталітет населення (персоналу ергасистем, військовослужбовців) й інформаційно-технічну інфраструктуру держави.

Узагальнюючи вищенаведене, можна сформулювати визначення *інформаційної зброї* – це різновид зброї, головними елементами якої є

інформація, інформаційні технології (у тому числі, технології інформаційного впливу) та/або інформаційні процеси, що застосовуються в інформаційній боротьбі. Під це визначення підпадають усі засоби, що реалізують розглянуті вище механізми і методи інформаційного впливу в інтересах забезпечення протидіючими сторонами досягнення цілей в інформаційній війні або в операціях і бойових діях при веденні традиційних війн.

Аналіз інформаційної зброї показує як надзвичайну небезпечність і різноманітність її видів, так і небезпечність і різноманітність каналів її впливу – від засобів масової інформації до методів та засобів впливу на свідомість і підсвідомість людей, що вкрай небезпечні у зв'язку з практичною відсутністю засобів контролю цих процесів. Правомірність терміну «інформаційна зброя» зумовлена властивостями інформації та можливостями її використання для досягнення успіху країнами при вирішенні своїх завдань у тій чи іншій сфері державної діяльності.

Інформаційна зброя може характеризуватись такими показниками як цілеспрямованість, вибірковість, розосередженість, масштабність впливу, досяжність, швидкість доставки, комплексність впливу на людей, технічні засоби й системи, можливість регулювання (дозування) «потужності» впливу тощо, що визначає її як зброю масового ураження.

Інформаційній зброї притаманні такі особливості: атакуючий характер, універсальність, прихованість, багатоваріантність форм реалізації, радикальність впливу, псевдовибірковість, свобода просторово-часового маневру, нарешті – економічність роблять інформаційну зброю надзвичайно привабливою і небезпечною (рис. 8). Сутність цих особливостей проілюструємо на прикладі засобів програмно-математичного впливу:



Рис.8. Особливості інформаційної зброї

– *універсальність* досягається як фізичним вторгненням в інформаційне поле противника, так і його блокадою ззовні. Крім того, вона зумовлена різноманітністю цілей (військових і суто цивільних), за якими можуть бути використані засоби програмно-математичного впливу. Універсальність, нарешті, проявляється і в тому, що ці засоби поділяються на наступальні (для ураження об'єктів інформаційного ресурсу противника) й оборонні (для захисту власного інформаційного ресурсу від програмної атаки);

– *прихованість* забезпечується, наприклад, схожістю природних помилок програмування і навмисного викривлення програм. Крім того, існують різноманітні прийоми підвищення прихованості засобів спеціального програмно-математичного впливу, своєрідна тактика застосування його засобів. Програмний вірус, наприклад, має так званий «інкубаційний період», призначений для того, щоб не можна було визначити звідки і коли він потрапив до програми. Деякі засоби програмно-математичного впливу наділені спроможністю до самознищення. Одним з найважливіших результатів прихованості дії є можливість досягнення раптовості;

– *багатоваріантність* проявляється в широкій різноманітності форм програмної реалізації засобів спеціального впливу. Так для кожного типу програм створюється свій тип «програмного вірусу», який може мати різноманітні модифікації;

– *радикальність дії* полягає в тому, що безпосередніми об'єктами впливу можуть бути засоби програмного й інформаційного забезпечення автоматизованих систем управління військами і зброєю найбільш високого рівня, що може фактично вивести з ладу всю сукупність керованих ними елементів;

– *псевдовибірковість* означає, що при видимому цілеспрямованому впливі засобів програмно-математичного впливу на окремі об'єкти інформаційного ресурсу противника віддалені глобальні наслідки подібного втручання через зростаючу взаємозалежність будуть негативно відбиватися й на інформаційному ресурсі країни в цілому – суб'єкта насильства;

– *свобода просторово-часового маневру* розуміється як можливість приведення засобів програмно-математичного впливу в дію в будь-яких умовах: за будь-яким варіантом зосередження сил і засобів впливу в той або інший момент протягом необхідного часу і по найвіддаленіших, але практично доступних об'єктах;

– *економічність* розкривається через вигідне для атакуючої сторони співвідношення витрат, необхідних на розроблення засобів програмного впливу, й одержуваний при цьому ефект, порівняний з очікуваною катастрофою для країни – об'єкта насильства.

Існуючі в даний час проблеми «інформаційної зброї» полягають по-перше, у відсутності обґрунтованих способів і форм її ефективного застосування в сфері управління, а, по-друге, у недостатньому розробленні адекватного формально-теоретичного апарату кількісно-якісного опису як самої «інформаційної зброї», так і способів її застосування. Проте подає надію

те, що спроби створення системології інформаційних відносин із загальним формалізованим математичним представленням завдань і процесів управління інформаційним суперництвом (боротьбою) і співробітництвом сторін, а також основ загальної теорії інформаційної боротьби дозволяють запропонувати ряд раціональних теоретичних положень із виявлення проблем застосування й оцінювання ефективності «інформаційної зброї». Найбільшу практичну актуальність у даний час складає проблема визначення раціональних способів застосування «інформаційної зброї» на головному «театрі» інформаційної боротьби (війни) – у сфері інформаційної взаємодії конфронтуючих ергасистем.

5.3. Основні способи й методи застосування інформаційної зброї

Під способами застосування «інформаційної зброї» варто розуміти порядок використання відповідних засобів і сил для досягнення поставлених цілей з урахуванням специфіки й умов розв'язуваних завдань інформаційної війни (протиборства).

З урахуванням перерахованих вище основних видів інформаційного протиборства і загального визначення поняття «інформаційна зброя» до раціональних способів і можливих форм її застосування можна зарахувати такі.

За першим видом «інформаційної зброї» – ЗМІ:

– впровадження в структури державного і військового управління так званих «агентів інформаційного впливу», що сприяють руйнуванню даних структур зсередини, прийняттю неефективних економічних програм, які гальмують розвиток озброєння і військової техніки, наприклад, у формі «культурного інформаційного співробітництва»;

– пропаганда чужого способу життя (як правило, жорстокості, жадібності, аморальності, національної нетерпимості, всюдозволеності тощо), перекручування історичної пам'яті і мови національної культури народу, формування «п'ятої колони» серед національної інтелігенції (яка стане підтримувати, пропагувати й проводити квазіреформи тощо);

– інфільтрація (проникнення) дезінформації, що впливає на менталітет (духовність, свідомість, підсвідомість і психіку) персоналу конфронтуючих ергасистем, наприклад у ході «інформаційного бою».

За другим видом «зброї» – психотронних засобів:

– створення потужних деструктивних випромінювань, які здійснюють руйнуючий (гнітючий) дистанційний вплив на психіку і зомбування персоналу ергасистем;

– інфільтрація (проникнення) спеціальної відеографічної інформації, яка містить компоненти враження психіки, наприклад, у формі «електронно-психічної атаки».

За третім видом «зброї» – електронних засобів:

– створення потужних електромагнітних й інших випромінювань, які руйнуюче (гнітюче) впливають на речовинні й енергоносії та середовище поширення інформації, як правило, безпосередньо перед початком бойових дій для створення «електронного шоку» ще до першого пострілу, наприклад, у

формі «суперелектромагнітного імпульсу» (так, під час шестиденної арабо-ізраїльської війни 1967 року було раптове масоване застосування засобів РЕБ протягом двох годин, 1,5% тривалості активних бойових дій, а в зоні Перської затоки 1991 р. – уже протягом доби 2,5%);

– радіоелектронне придушення певних частот і систем, заборонених до використання Статутом Міжнародного союзу електрозв'язку і Регламентом радіозв'язку, наприклад, при завданні «радіоелектронно-інформаційного удару» у ході ведення бойових дій;

– інфільтрація (проникнення) «комп'ютерних (завантажуваних з дискет) вірусів» в ергасистеми противника і модифікація (руйнування) цінної інформації, наприклад, у формі «інформаційного співробітництва» (так під час згаданої війни в Іраці система управління його протиповітряною обороною була виведена з ладу «вірусом», що активізувався, впровадженням напередодні війни в принтери, що поставляються до Іраку, у вигляді мікросхеми);

– дистанційне руйнування інформаційно-програмного забезпечення АІУС противника за допомогою спеціальних «мережних (переданих по лініях зв'язку) вірусів» і «програмних закладок», наприклад, у формі «віддаленої інформаційної атаки», «дистанційного інформаційного бою» чи при завданні «електронно-інформаційного удару» у ході підготовки до початку збройного вторгнення;

– тестування АСУ противника за допомогою спеціальних інформаційно-програмних засобів;

– нейтралізація ергасистем і технічних засобів розвідки противника, наприклад, у ході проведення спеціальної «інформаційно-ударної операції»;

– інфільтрація (проникнення) спеціальної технологічної дезінформації, що забезпечує дезорієнтування і дезорганізацію функціонування ергасистем противника, наприклад, у ході удаваної «інформаційно-ударної операції»;

– блокування і дезорганізація інформаційних процесів в ергасистемах противника за допомогою підключення або руйнування інформаційних каналів, а також нейтралізація (блокування) дестабілізуючих інформаційних процесів, наприклад, у ході спеціальної «інформаційно-ударної операції».

За четвертим видом «зброї» – лінгвістичних засобів:

– нав'язування суперечливої (двозначної) термінології, семантично неоднозначних мовних зворотів мови тощо при складанні текстів міжнародних договорів, меморандумів, угод, пактів тощо, наприклад, у ході «дружніх» переговорів «без краваток».

За п'ятим видом «зброї» – психотропних засобів:

– постачання слабовільних суб'єктів конфронтуючих ергасистем спеціальними фармакологічними засобами, ліками, наркотиками тощо з метою зміни менталітету, прищеплювання їм пагубної залежності і наступного використання або морального розкладання, наприклад, у формі «гуманітарної допомоги», «культурних контактів» тощо.

Проблема формально-кількісного опису «інформаційної зброї» полягає, насамперед, у складності обґрунтування адекватних раціональних

інформаційних показників ефективності його застосування. Розроблюваний у даний час формально-теоретичний апарат інформаційної теорії ергасистем дозволяє визначити ряд деяких важливих характеристик «інформаційної зброї». Зокрема, перші формально-математичні результати, отримані в цьому напрямку, дозволяють кількісно оцінити ефективність застосування відповідної «інформаційної зброї»:

– при впливі на менталітет населення (персоналу ергасистем, військовослужбовців) противника – виходячи з аналізу зміни показника інформаційної продуктивності (кількості змістової інформації в одиницю часу) ергасистем різного рівня і масштабу з урахуванням їхньої інформаційно-технологічної ефективності (раціональності використання кількості структурної інформації, яка міститься в ергасистемі, що визначає інформаційні, матеріальні й енергетичні витрати на перетворення змістової інформації);

– при впливі на інформаційно-технічну інфраструктуру держави на основі аналізу зміни показника інформаційного посилення, що характеризує силу впливу на ергасистеми (відношення загальної кількості інформації, що зберігається і циркулює в ергасистемі, до кількості інформації, яка міститься у відповідних рішеннях, реалізованих в ергасистемі противника), з урахуванням інформаційної добротності, яка характеризує економічність ергасистеми (відношення загальної кількості інформації до сумарної кількості споживаної змістової і структурної інформації).

Можливий збиток від застосування «інформаційної зброї» проти ергатичних систем державного рівня – систем управління ЗС, транспортом, енергетикою й ін. може перевищити збиток від впливу зброї масового ураження, оскільки за її допомогою можна зруйнувати систему державного управління в цілому. Особливої небезпеки «інформаційна зброя» набула в даний час, коли об'єднання інформаційно-комп'ютерних і телекомунікаційних технологій забезпечило створення єдиного глобального інформаційного середовища. При цьому доступ до каналів машинного обміну інформацією й управління інформаційно-телекомунікаційними системами, у тому числі й з території інших держав, у результаті входу у світове інформаційне співтовариство (підключення до глобальних інформаційних систем Internet та ін.) створює найширші можливості для доступу до конфіденційної інформації й порушення функціонування будь-яких ергатичних систем. Протистояти цій загрозі можна за умови забезпечення тісного взаємозв'язку впровадження прогресивних інформаційних технологій із забезпеченням комплексної інформаційної безпеки на основі використання раціональних технічних, криптографічних й організаційно-режимних засобів захисту інформації і засобів інформаційної протидії.

Найбільшу небезпеку «інформаційна зброя» складає через те, що її застосування носить знеособлений характер і легко маскується під заходи захисту, наприклад, авторських і комерційних прав фірм. А при створенні програмних продуктів великого обсягу не складає труднощів утворити зони по декілька команд, що при експлуатації програмної системи сформуються в

дефект будь-якого типу. Крім того, вона дозволяє навіть вести наступальні дії анонімно, без оголошення війни.

Заборонити розроблення й використання інформаційної зброї навряд чи можливо, як це зроблено, наприклад, для хімічної або бактеріологічної зброї. Обмежити зусилля багатьох країн щодо формування єдиного глобального інформаційного простору також неможливо. Тому таким важливим постає питання набуття знань щодо основних способів і методів застосування інформаційної зброї з метою забезпечення інформаційної безпеки.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДІЛУ 2

1. Інформаційна безпека держави: підручник / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Д.С. Мельник та ін.]; в 2 т. – Т. 2. / за заг. ред. В.М. Петрика. – К.: Вид-во ІСЗЗІ НГУУ, 2016. – 328 с.

2. Информационно-психологическое противоборство: учебник / [Петрик В. М., Присяжнюк Н. Н., Жарков Я. Н. и др.]; под ред. В. М. Петрика. — К.: Изд-во ИССЗИ КПИ им. Игоря Сикорского, 2018. – 374 с.

3. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти) : підруч. / [В.В.Остроухов, В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк та ін.] ; за заг. ред. Є.Д.Скулиша. – К. : КНТ, 2010. – 776 с.

3. Присяжнюк М. М. Інформаційна зброя як засіб ведення інформаційної боротьби / М.М.Присяжнюк // Інформаційна безпека людини, суспільства, держави. – 2009. – № 1(1). – С. 26 – 30.

4. Сенченко М.І. Четверта світова інформаційно-психологічна війна.– К. 2006. – 76 с.

5. Панарин І.Н., Панарина Л.Г. Информационная война и мир. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2003. – 384 с.

6. Хозиков В.И. Информационное оружие. – СПб.: Нева, М.: ОЛМА-ПРЕСС Образование, 2003.

ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Назвіть геополітичні особливості сучасного інформаційного простору. Розкрийте сутність та особливості стратегічного інформаційного протиборства.
2. Дайте визначення інформаційної зброї. Дайте визначення інформаційній війні згідно зі статутом Сухопутних військ США FM 100-6.
3. Розкрийте мету використання інформаційної зброї у політичній, військовій, економічній, банківській, соціальній та інших сферах.
4. Назвіть основні об'єкти при застосуванні інформаційної зброї у мирний та воєнний час
5. Що відноситься до основних реальних об'єктів деструктивного інформаційного впливу, які в сукупності складають інформаційно-стратегічний ресурс?
6. Назвіть засоби для ураження і знищення інформаційної системи шляхом деструктивних впливів на виділені компоненти, що об'єднуються у три роди інформаційної зброї.
7. Наведіть класифікаційну основу інформаційної зброї.
8. Назвіть основні показники та особливості інформаційної зброї.
9. Назвіть та розкрийте основні види інформаційної зброї.
10. Розкрийте основні способи застосування інформаційної зброї.

РОЗДІЛ 3

ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР

3.1. Особливості інформаційного впливу через ЗМІ

В епоху процесів глобалізації ЗМІ впевнено посіли чільне місце серед засобів комунікації. Сама глобалізація як явище не була б можливою без діяльності сучасних електронних засобів спілкування та мас-медіа, які охоплюють усю планету.

Засоби масової інформації відіграють чи не найголовнішу роль у сучасному політичному житті більшості держав. Вони виступають основним суб'єктом формування в суспільстві громадської думки про події та явища, що відбуваються в світі та в кожній окремо взятій країні. При цьому спостерігається зворотна закономірність: чим більш розвинутою є інформаційна мережа держави, тим менше залишається можливостей для використання інформації на користь якогось одного суб'єкта, і навпаки – при менш розвинутій мережі існує більше можливостей для її монополізації та подачі інформації у спотвореному або неповному вигляді.

Разом з тим проведене узагальнення вітчизняного досвіду свідчить про те, що останнім часом засоби масової інформації доволі часто були знаряддям політичної й економічної боротьби, а не об'єктивно висвітлювали факти. Вони ставали ареною, на якій розгортаються баталії між економічними й бюрократичними кланами, різноманітні сюжети про які добре продаються й користуються попитом.

З огляду на це брак уваги з боку органів державної влади, громадських організацій і журналістів до проблем недостатнього правового врегулювання статусу ЗМІ, їх тотальної комерціалізації та монополізації, диктату власників ЗМІ та неефективного впливу на їх редакційну політику з боку держави може призвести до ситуації, коли маніпулювання суспільною свідомістю стане основною функцією вітчизняних засобів масової інформації. В такому випадку ЗМІ можуть стати знаряддями масової пропаганди й агітації, за допомогою яких ті чи інші особи або групи осіб будуть формувати громадську думку, тобто інструментом боротьби між ними.

В свою чергу, це викличе істотну деформацію демократичної системи суспільства, наслідком якої може стати подальше розростання низки негативних явищ – тіньової економіки, організованої злочинності, корупції, встановлення влади “сильної руки”, виникнення інформаційної залежності від іноземних суб'єктів тощо. І все це через брак у вітчизняних ЗМІ повної та об'єктивної інформації.

В умовах існування альтернативних каналів інформації сучасні ЗМІ повинні мати приблизно однаковий потенціал впливу на громадськість (популярність, рівень довіри тощо). У такому випадку не буде мати значення кількість іноземних інформаційних компаній, які працюють на території держави, – їх вплив буде адекватно врівноважений діяльністю вітчизняних

компаній. І навпаки, при малопотужних вітчизняних інформаційних ресурсах існує можливість повної інформаційної ізоляції цілих регіонів завдяки діяльності іноземних ЗМІ.

Варто зазначити, що вплив ЗМІ на інформаційний простір прямо залежить від низки обставин, які визначають ефективність такого впливу. До таких обставин належать:

- технічний рівень розвитку інформаційних мереж, теле- та радіомереж;
- конкурентоспроможність вітчизняного інформаційного продукту;
 - існування широкого вибору між альтернативними каналами отримання інформації;
 - законодавче забезпечення діяльності ЗМІ (юридичні гарантії свободи слова, неприпустимість розповсюдження інформації з обмеженим доступом, відповідальність за розповсюдження недостовірної інформації, обов'язкове висвітлення діяльності державних органів і т.п.);
 - узгодженість діяльності всіх державних органів, які контролюють, ліцензують, здійснюють моніторинг ЗМІ тощо.

Зауважимо, що існуючі у суспільстві соціальні норми, прагнення, потреби і громадська думка значною мірою формуються ЗМІ. Телебачення, радіо, інтернет тощо, вступивши у комунікативні зв'язки із споживачами своєї продукції, зблизили усіх мешканців одного “глобального селища” можливістю не тільки краще пізнавати одне одного, але й інформувати про одні й ті ж теми приблизно в один і той самий час. Цей процес має одну характерну особливість: комунікація має односторонній характер, тобто характер інформування. Ми маємо право довіряти або не довіряти отриманій інформації, але вступити у дискусію з телевізором чи газетою не можемо з тієї ж причини, з якої не говоримо з троллейбусом. Колонка “листи читачів” не виправляє зазначеного недоліку, оскільки у дискусію вступає лише мізерна частина споживачів інформації, а недоцільність публікування усіх листів надає можливість редакторам вибирати із маси листів лише ті, які відповідають поглядам конкретного ЗМІ.

Усі споживачі інформації через ЗМІ індивідуально обробляють однакові факти. Однак специфікою сучасних ЗМІ (а особливо телебачення та радіомовлення) є те, що інформаційні повідомлення передаються не просто у вигляді фактів, а як готові твердження, висновки, аналітичні матеріали. Споживач позбавлений можливості вести дискусію з “опонентом” і найчастіше сприймає на віру якісно підготовлений матеріал від авторитетних джерел. Обговорення не є публічним у комунікаційному (не юридичному) розумінні – споживачі отримують інформацію особисто.

Тому це односторонній діалог: ЗМІ переконують. Як хрестоматійний приклад можна навести ситуацію, коли у 30-х роках ХХ ст. у Лондоні та Нью-Йорку вперше пустили в ефір радіопостановку “Війни світів” Герберта Уелса. Серед населення цих міст почалася паніка, спричинена уявним нашествям марсіан.

Таким чином, розуму, досвіду та мудрості однієї особи протистоїть колектив спеціально навчених фахівців ЗМІ, ретельно підібраних експертів, аналітиків. При цьому основну масу відомостей, які становлять досвід особи, у свій час було отримано не безпосередньо, а через ті самі ЗМІ. У результаті відбувається уніфікація та колективізація процесу мислення та виникає феномен “колективної солідарності”, коли йдеться про схвалення чи осуд певних подій у суспільстві.

Вплив ЗМІ може мати короткостроковий та довгостроковий характер. Реакція на конкретне повідомлення, новину, подію є швидкоплинною. Комплексний та постійний вплив різноманітних каналів інформації зачіпає глибинні пласти громадської та людської свідомості.

Таким чином, ЗМІ формують універсальну, глобальну систему цінностей (символьну систему). Для суспільства, що розвивається, побудова, підтримка та захист символічної системи є одним з основних завдань. Якщо руйнується символічна система, то суспільство різко змінює традиційні схеми поведінки, що може мати непередбачувані наслідки. Під загрозою можуть виявитися символи, які формують із суспільства націю, народ.

Деструктивний вплив на існуючу в суспільстві систему цінностей здійснюється насамперед завдяки інформації та ЗМІ як універсальним каналам її передачі. Ключову роль у руйнуванні християнських цінностей української культури відіграє популяризація насильства, жорстокості та розпусти. Проте зі схожими проблемами зіткнулися також країни західної демократії. Зазначену тенденцію можемо розглядати як небажану, але невід’ємну складову лібералізації.

Відсутність належних моральних стандартів зумовлює також широке використання «компромату» як засобу привернення уваги завдяки існуючій психологічній схильності особи до підглядання. Слово “компромат” утворене поєднанням двох слів “компрометуючий” і “матеріал”. У свою чергу дієслово “компрометувати” запозичене з французької й означає “виставляти кого-небудь у невігідному світлі перед третіми особами”.

Беручи до уваги, що компромат – це насамперед інформація, можна дійти висновку, що його використання буде поширюватися, адже розвиток технології збільшує можливості одержання і поширення інформації. Одним з найяскравіших наслідків використання “компромату” в політиці став скандал з електронною поштою кандидата в президенти США Хіларі Клінтон, в результаті якого вона втратила довіру виборців і, як наслідок, програла вибори.

Стверджувати, що ЗМІ мають необмежені можливості прямого формування громадської думки, безпосереднього визначення, наприклад, результатів голосування, буде неправильно. Але незаперечним є той факт, що саме ЗМІ визначають, що є найактуальнішим на сьогодні. Актуальність у ринкових відносинах визначає попит, у політиці – рейтинг. При цьому рейтинг має набагато більшу залежність від висвітлення у ЗМІ, аніж від внесення змін у передвиборні програми.

Як свідчать психологічні дослідження, середньостатистична людина може зосередити свою увагу на 5–7 темах обговорення (сюжетах випусків новин). Саме ці теми і формують актуальний на сьогодні порядок денний (так звану “agenda”). Власне за включення певної теми в порядок денний і йде боротьба у сучасних ЗМІ.

Сьогодні на порядку денному декілька важливих новин, серед яких окреме місце посідає медична реформа. Інформація про неї подається дуже по-різному, тому ставлення населення до інновацій також різне. “Медична реформа сьогодні це реформування первинної медико-санітарної допомоги. З 1 квітня 2018 року терапевти, педіатри та сімейні лікарі прийматимуть пацієнтів тільки після підписання меморандуму. Згідно з умовами реформи кожен лікар зможе підписати меморандуми з 2 тис. пацієнтів. Від кількості пацієнтів залежить розмір зарплати лікаря. Тепер не можна буде просто записатися до вузькопрофільних спеціалістів безоплатно, це стане можливим лише після консультації у сімейного лікаря”. Подібні публікації викликають обурення у людей, які звикли ходити до лікарів тоді, коли у цьому виникла потреба – без підписання документів, без попередніх візитів до інших лікарів, коли рішення про доцільність консультації вузькопрофільного спеціаліста приймає сімейний лікар.

Саме ЗМІ сьогодні є основним інструментом донесення інформації. Завдяки цьому вони стали ідеальним засобом для здійснення інформаційно-психологічного впливу, який полягає в цілеспрямованому створенні та поширенні спеціально відібраної інформації, що позитивно або негативно впливає на функціонування та розвиток суспільства, психіку й поведінку окремих осіб, політичної еліти та населення загалом, з метою досягнення політичних, воєнних або інших переваг.

Так, більшість вітчизняних та закордонних ЗМІ висвітлили історичну зустріч лідерів Північної та Південної Кореї – Кім Чен Ина та Мун Чже Ина, які сіли за стіл переговорів у межах саміту, що проходив 27 квітня 2018 року. Це третя зустріч керівників обох Кореї з часів поділу Корейського півострова після Другої світової війни. На цю зустріч покладають великі надії щодо припинення КНДР випробувань ядерних та балістичних ракет, а також припинення конфронтації на Корейському півострові. Саме так інформація подається у вітчизняних ЗМІ – ця зустріч є кроком до налагодження миру у всьому світі.

Можемо констатувати, ЗМІ є не просто суб’єктами впливу на масову свідомість, але й інструментом, за допомогою якого здійснюється безпосереднє її формування. Створюючи в такий спосіб нові, часто відірвані від життя міфи та стереотипи, ЗМІ створюють свою реальність. При цьому, оскільки така реальність сприймається мільйонами чи навіть мільярдами споживачів одночасно, саме вона стає такою, що заслуговує на довіру. Саме тому засоби масової інформації функціонально найбільш підходять на роль інформаційної зброї.

Так, чого варте повідомлення, що “безвізовий режим” призведе до різкого відтоку населення на захід: “У місті з’являється реклама працевлаштування у Литві, Польщі, Угорщині. Цілком природно. Ринок реагує на “безвіз”. Наші люди заповняють місця литовців, поляків, угорців, які поїхали до Ірландії, Німеччини, Сполучених Штатів. Хто замінить українців? Механізми для обробки землі? Китайці з механізмами для обробки землі?”. Очевидно, що таке інформаційне повідомлення спрямоване на створення у отримувача інформації негативного ставлення до євроінтеграційних процесів, які відбуваються в Україні.

Іншим прикладом інформаційного впливу може бути повідомлення про здійснену перевірку стану пожежної безпеки в торговельно-розважальних закладах Києва та про її цілком задовільний стан. Такі повідомлення з’явилися після того, як 25 березня 2018 року спалахнула пожежа у торговому центрі “Зимова вишня” у російському місті Кемерово, в результаті якої загинуло біля 60 осіб, більшість з яких – діти. Основною причиною пожежі було замикання електропроводки. Крім того, в торговому центрі не працювали ані аварійні виходи, ані пожежна сигналізація.

Такі повідомлення мали на меті заспокоїти українців – переконати їх у цілковитій безпечності наших торгових центрів, запевнити, що у нас така трагедія просто неможлива.

Зазначимо, що під час висвітлення певної події зовсім не обов’язково, щоб інформація переконала відразу переважну кількість громадян. Як свідчать проведені дослідження, сприйняття інформації лише 10 % культурного прошарку населення означає “вихід” на все суспільство. Еліта суспільства в такому випадку виступає своєрідним “лідером поглядів”, що надалі формує громадську думку.

Що забезпечує отримання інформації зазначеними 10 %? Безумовно, це ЗМІ, без яких уявити сучасне життя просто неможливо. Сьогодні не важливо, що насправді відбувається в публічному житті чи політиці, головне – як це покажуть по телебаченню.

Один і той самий сюжет або стаття можуть бути спрямовані на різні аудиторії та включати різні повідомлення. Завдання ідентифікації цільових груп вирішується шляхом аналізу: джерела інформації, мови інформаційного повідомлення, часу виходу в ефір (оприлюднення), читацької (глядацької) аудиторії ЗМІ, форми оприлюднення (телебачення, друковані ЗМІ, мережа інтернет, листівки, біг-борди), особи-озвучувача інформації.

Особливу увагу слід звертати на ключові слова, загальний контекст повідомлення. Наприклад, у новинах постійно з’являлася інформація, що у 2017-2018 роках в Україні стрімко зросла кількість осіб, інфікованих на кір. І це була не просто констатація факту, акцент робився на те, що причиною спалаху кору є масова відмова українців від планових профілактичних щеплень. Таким чином, формується суспільна думка щодо необхідності вакцинації та шкоди відмови від щеплень.

3.2. Характеристика впливу друкованих ЗМІ

Преса поступається в оперативності телебаченню та радіо. Тому, як правило, радіо першим повідомляє, що відбулося (хоча і в дуже стислій формі). Дещо відстаючи за часом, телебачення демонструє, як саме це відбулося. І тільки на наступний день, а то й пізніше читач отримує газету, в якій надруковано коментар, чому сталася така подія (щоправда автор статті попередньо також слухав радіо і бачив телесюжет).

Аналітичність – основна перевага преси. Якщо телебачення працює “для всіх”, радіо – для “тих, хто поспішає і для лінивих”, то газета – виключно “для розумних”, або для бажаючих виглядати такими (газети та журнали переважно читають люди з вищою освітою).

Це дуже важлива характерна риса преси, оскільки, як зазначає О. Литвиненко, “з точки зору планування інформаційних впливів на суспільство саме прошарок інтелектуалів є найважливішою проміжною ціллю”. Аналітичність преси має зворотній бік: газета поступається і радіо, і телебаченню в емоційності повідомлення, а тому поступається в маніпулятивних можливостях, оскільки об’єктом маніпуляції є саме несвідоме та емоційне.

Незважаючи на те, що в Україні регулярно читає газети лише п’ята частина суспільства, їх роль залишається важливою. Друковані видання були й залишаються для політичних сил та їх лідерів альтернативою більш дорогому телебаченню. Преса має також низку інших переваг. До надрукованого можна повернутися, подумати над ним. Можна передати газету іншим, а потім обговорити прочитане, можна також робити вирізки; оформлення підписки на друкований ЗМІ забезпечує майже 100 % прочитання матеріалу. Проте тиражі вітчизняних періодичних видань менші за показники періоду до проголошення незалежності України.

Глобальне використання соціальних мереж, які є “швидким” джерелом інформації, на сьогодні становить біля 3 млрд. користувачів. Зросла кількість мобільних користувачів соціальних ресурсів – понад 90% переглядів соціальних мереж відбувається з мобільних пристроїв.

Відповідно, друковані ЗМІ в Україні переживають не найкращі часи. Зараз “газетний бум” початку 90-х замінив “бум сайтів новин”. І, як це не парадоксально, інтернет-видання активно розповсюджують інформацію, але необхідної юридичної бази їх існування немає – вони не є ЗМІ, а їхні працівники не мають статусу журналістів. Проте урегульованим законодавчо є правовий статус інтернет-сайтів друкованих видань. Відповідно до Закону України “Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні”, друковані видання можуть включати в себе інші носії інформації (пластинки, дискети, магнітофонні й відеокасети тощо), розповсюдження яких не заборонено чинним законодавством України. На сьогодні самими рейтинговими новинними ресурсами є [obozrevatel](http://obozrevatel.com), segodnya.ua та tsn.ua.

3.3. Характеристика впливу телебачення

Вперше масове телемовлення почалося в Німеччині під час Олімпійських ігор 1936 року. Саме Гітлер вперше виявив, оцінив і став використовувати маніпулятивні можливості телебачення. Ефективність маніпуляцій з використанням телебачення базується на методологічній базі Антоніо Грамши, який вважав, що для руйнування суспільства масова революція є занадто складною, оскільки є зміненням “базису”, що досить нелегко. Набагато простіше змінити “налаштування”, тобто спрямувати маніпулятивний вплив на інтелігенцію, тому що зміни в її світосприйнятті є більш виграшними, в тому числі й по тривалості, ніж спроби змінити свідомість всього суспільства відразу.

Головна перевага телебачення полягає в самій його природі: це “картинка”, демонстрація рухомого відеоряду, який робить глядача свідком певної події. Не дарма кажуть, що “краще один раз побачити, ніж сім разів почути”. Саме ця унікальна властивість надає телебаченню ні з чим незрівнянну емоційну силу. Поєднуючи зорові та слухові образи, показуючи події в динаміці, розвитку, телебачення є найбільш впливовим засобом сучасної масової телекомунікації. Спостерігаючи за розвитком подій на телеекрані, глядач ототожнює себе з очевидцями чи навіть учасниками подій. Таким чином досягається головний психологічний “ефект присутності”, ідентифікації аудиторії з подіями, які зображуються. Це робить телебачення надзвичайно емоційним засобом комунікації, чий вплив межує з впливом на підсвідомість. Спрацьовує дивний для здорового глузду принцип: “Я бачив – отже, це правда!”

Порядок діяльності телебачення в Україні регламентується Законом України “Про телебачення і радіомовлення”, який було розроблено відповідно до базового Закону України “Про інформацію”.

З огляду на поширеність, доступність та популярність телебачення воно виступає найефективнішим засобом доведення інформації до широких верств населення. Така характеристика не могла залишитися поза увагою держави, яка зацікавлена в повному та своєчасному висвітленні діяльності її органів (бажано з привабливої сторони). Крім цього, у випадках виникнення надзвичайних ситуацій (стихійні лиха, техногенні катастрофи, оголошення війни) існує невідкладна необхідність доведення інформації до населення саме у такий спосіб.

З цією метою ст. 27 Закону України “Про телебачення і радіомовлення” передбачено обов’язок державних телерадіоорганізацій безкоштовно передавати офіційні повідомлення Верховної Ради України, Президента України, Кабінету Міністрів України та Конституційного Суду України на територію всієї країни.

Телерадіоорганізації, незалежно від форм власності, не мають права відмовитися від поширення повідомлень про надзвичайні обставини. Право на використання телебачення й радіомовлення з цією метою належить органам і посадовим особам, які уповноважені приймати рішення в умовах надзвичайних обставин. Телерадіоорганізації також зобов’язані безкоштовно повідомляти

рішення суду, що набрали чинності й містять розпорядження про оголошення їх через цю телерадіоорганізацію.

З 1 січня 2017 року до складу універсальної програмної послуги (телемовлення) входять телепрограми Перший канал, канали “Культура” та “Рада”, а також місцеві та регіональні ефірні аналогові й цифрові телеканали, мовлення яких здійснюється в межах не більше однієї області, які не здійснюють ретрансляцію програм інших мовців і не мають ліцензії на ефірне мовлення в інших областях (в різних регіонах по-різному, залежно від того, які місцеві канали і станції ліцензовані для локального мовлення).

При цьому загальнонаціональні комерційні телеканали не включені до складу універсальної програмної послуги й переходять на договірні стосунки з провайдерами. Медіагрупи “1+1 медіа”, “Медіа Група Україна”, StarLightMedia и Inter Media Group продають свої канали пакетами, а не поштучно. Відповідно, частотний ресурс кабельної мережі примусово заповнюється каналами, які не завжди цікаві глядачу. Крім того, неможливо виділити окремо “Соціальний пакет”, який включатиме в себе і канали універсальної програмної послуги, і декілька найбільш соціально значущих загальнодержавних телеканалів.

Крім того, Україна поступово відмовляється від аналогового телебачення, яке створює перешкоди на її кордонах з іншими державами і в цілому займає занадто велику частину радіочастотного спектру, та переходить на цифрове телебачення. У 2018 році відбудеться повне відключення аналогового телебачення на всій території України.

3.4. Характеристика впливу радіо та інформаційних агентств

Завдяки оперативності, а отже простоті створення та розповсюдження інформаційних повідомлень радіо випереджає всі інші засоби масової комунікації. Пік популярності радіо припадає на 20–40 роки ХХ ст. Саме радіо забезпечило ефективність геббельсівської пропаганди в гітлерівській Німеччині та на окупованих територіях.

Особливістю радіопередач є те, що на слух людина здатна сприйняти лише близько 20 % інформації, а велика кількість цифр та фактів лише ускладнює сприйняття. Радіоновини також неможливо прослухати заново, а їх запис споживачами на інші носії не практикується. Саме тому випуски новин на радіо виходять кожні 30 хвилин і містять багато повторів.

Дротове радіо практично відійшло у минуле, здебільшого радіокомпанії працюють в FM-діапазоні. Це, з одного боку, – підвищення технологічного рівня мовлення, а з іншого – зниження якості радіопрограм, їх комерціалізація.

Зараз Україна, як і весь світ, впроваджує цифрове радіо. Проте для переходу “на цифру” необхідно замінити FM-приймачі на цифрові приймачі, а це недешево. Разом з тим, перевагами цифрового радіо є покращання якості сигналу, збільшення кількості каналів, можливість здійснювати мовлення декількох каналів на одній частоті.

ЗМІ не є єдиними виробниками інформаційного продукту. Навіть найпотужніші з них не здатні самотужки підготувати всеохоплюючий та

якісний інформаційний матеріал. У своїй діяльності вони спираються як на власні ресурси (кореспондентська сітка, яка часто має своїх платних інформаторів, аналітична діяльність), так і на інформаційні агентства.

Відповідно до Закону України “Про інформаційні агентства” від 28 лютого 1995 р. інформаційними агентствами є зареєстровані як юридичні особи суб’єкти інформаційної діяльності, що діють із метою надання інформаційних послуг. Отже, основне завдання інформагентств – збір та поширення інформації. Немає потреби зайвий раз нагадувати, що така інформація має бути всебічною, об’єктивною та неупередженою.

В Україні зареєстровано кілька десятків інформаційних агентств. Серед них “Укрінформ”, “УНІАН”, “Інтерфакс-Україна” “ЛІГАБізнесІнформ”, “РБК Україна”, “Українські новини”, “Українські національні новини”, “Росбалт-Україна”, “Медіапорт”, “Галінфо”, “Репортер”, “112 Україна” тощо.

Характерною рисою діяльності українських інформаційних агентств є їх певна територіальна обмеженість – вони подають інформацію про Україну, а їхні філіали обмежені кордонами нашої держави.

Натомість потужні іноземні агентства (британське «Rater», французькі «France press», «Galas», американське «Associated press» тощо) мають розгалужену світову мережу власних філій та потужні можливості для формування громадської думки не тільки про власну державу, але й про події за її межами. Наприклад, інформагентство “Associated press” щоденно передає приблизно в шість разів більше інформації, ніж отримує від інших суб’єктів інформаційної діяльності.

3.5. Фактори впливу на діяльність ЗМІ

Світовий досвід функціонування демократичних «інформаційних» суспільств та проведений аналіз беззастережно вказує на прямий зв’язок між ЗМІ та станом інформаційної безпеки держави. Зазначимо, що вплив ЗМІ на інформаційний простір прямо залежить від низки обставин, які визначають ефективність впливу ЗМІ:

- технічного рівня розвитку інформаційних та телерадіомереж;
- конкурентоспроможності вітчизняного інформаційного продукту;
- існування широкого вибору між альтернативними каналами отримання інформації (різні ЗМІ – різні власники);
- законодавчого забезпечення діяльності галузі (правові гарантії свободи слова, встановлення обмежень щодо розповсюдження інформації з обмеженим доступом, закріплення відповідальності за поширення недостовірної інформації, обов’язкове висвітлення діяльності державних органів тощо);
- рівня сформованості інститутів громадянського суспільства, які захищають національні інтереси (включно з діяльністю самостійних центрів інформаційного впливу, які представлятимуть інтереси держави);
- зкоординованості діяльності усіх державних органів, які контролюють, ліцензують, здійснюють моніторинг ЗМІ тощо.

Поряд з цим існує інший напрям впливу на стан інформаційної безпеки суспільства. Це вплив на діяльність самих ЗМІ. Проведений аналіз свідчить про низку факторів, які впливають на галузь. Особливу увагу, на нашу думку, необхідно приділити чотирьом з них.

Перший – це вплив *нормативно-правового регулювання* діяльності ЗМІ. Нормами національного законодавства встановлюються правовий статус, обмеження у діяльності ЗМІ, особливості ліцензування, відповідальності, а також особливий порядок діяльності, наприклад, протягом виборчого процесу.

Водночас значна кількість нормативних актів, які регулюють діяльність ЗМІ та інших суб'єктів в інформаційній сфері України, є недосконалими, часто залишаються незгодженими між собою або ж містять положення, що виключають одне одного. Як приклад можна назвати невизначеність правового статусу Інтернет-видань та їх співробітників у чинному законодавстві.

Тому в умовах зростання відвертої заангажованості ЗМІ політичними, економічними, фінансовими та кримінальними структурами перед вітчизняним законодавцем невідворотно постало питання про необхідність раціонального законодавчого врегулювання діяльності засобів масової інформації. Проте необхідно уникнути двох крайнощів – надмірного адміністрування та «свободи без кордонів». Для цього слід сформувані чітку громадську позицію щодо зменшення впливу існуючих негативних факторів на загальну ситуацію в країні.

Засоби й технології впливу на сферу мас-медіа в демократичному суспільстві не повинні вичерпуватися правовим регулюванням діяльності ЗМІ. Правове (державне) регулювання спирається лише на норми регламентування діяльності ЗМІ, що встановлюються й охороняються державою. При цьому формальні правила не можуть враховувати всіх традицій та особливостей вітчизняної журналістики.

Другий – це *комерціалізація діяльності ЗМІ*, тобто їх спрямованість, в першу чергу, на отримання прибутку (а зовсім не на об'єктивне інформування суспільства), що часто пояснюється законами розвитку економіки та необхідністю вільної конкуренції на медіа-ринку. З огляду на особливості психології людини через ЗМІ найкраще продаються насильство, секс, розважальні програми, які несуть мінімум змістового навантаження. Це також можуть бути матеріали, підготовлені на замовлення, цикли передач і статей, спрямовані на створення або підтримку позитивного іміджу владних чи бізнес-структур, а інколи навіть іноземних суб'єктів.

Таким чином, економічні чинники у поєднанні з диктатом з боку власників ЗМІ часто призводять до того, що їхнім працівникам часто важко відстояти свою позицію. Обслуговуючи інтереси конкретних комерційних структур та з метою збереження або збільшення обсягів тиражу, ЗМІ поширюють насамперед інформацію, яка привертає увагу найбільшого числа громадян, навіть якщо вона відноситься до розряду скандальної чи низькосортної.

Тому при застосуванні ринкового (економічного) регулювання діяльності ЗМІ слід обов'язково враховувати, що вільна конкуренція не завжди гарантує

реальний плюралізм думок. Іншими словами, ринкова конкуренція створює ринкову цензуру.

Третій – це *залежність від власника*, в яку попадають ЗМІ, що пройшли процес акціонування. Внаслідок ринкових перетворень в інформаційній сфері майже всі вони представляють інтереси або окремих фінансово-політичних груп, або іноземних замовників. До цього необхідно додати, що часто власниками ЗМІ виступають іноземні юридичні або фізичні особи.

Проблема редакційної залежності від власника ЗМІ не є виключно українським надбанням. Її розв'язанню на правовому рівні присвячено Рекомендацію Комітету Міністрів Ради Європи «Про заходи забезпечення прозорості засобів масової інформації», прийняту 22 листопада 1994 р. (далі – Рекомендація), в якій ідеться про друковані засоби масової інформації, а також Рекомендацію СМ/Rec (2007) 2 «Про медіа плюралізм і різноманіттю медіа контенту», Рекомендація Парламентської асамблеї Ради Європи №2074 (2015) «Підвищення прозорості медіа власності», направлені на вдосконалення першої з них.

Перший принцип Рекомендації присвячено доступу громадськості до інформації про ЗМІ. В ньому зазначено, що члени суспільства на справедливих і неупереджених підставах повинні мати доступ до визначених основних даних про ЗМІ для того, щоб вони могли сформулювати власну думку щодо оцінки відомостей, ідей і думок, які поширюються засобами масової інформації.

У зв'язку з цим Рекомендація також розглядає основні види даних, надання яких повинно гарантувати прозорість друкованих ЗМІ. Так, відповідно до 6-го принципу цієї Рекомендації, інформацію, яка підлягає оприлюдненню, на нашу думку, можна поділити на *п'ять основних категорій*:

- відомості, що характеризують осіб або органи, які беруть участь у видавничій структурі підприємства друку, а також ступінь участі цих осіб і органів у цій структурі;
- відомості про інтереси друкованого видання;
- відомості про осіб або органи (крім тих, хто безпосередньо зайнятий у структурі видання), стосовно яких існує ймовірність, що вони можуть впливати на редакційну політику видань, якими керують;
- відомості про редакційну політику або політичну орієнтацію газет чи інших видань;
- відомості про фінансові результати діяльності видавничої структури і про поширення її продукції.

Згідно з українським законодавством інформація про власника ЗМІ може бути віднесена до комерційної таємниці. Це дозволяє власникам приховано впливати на редакційну політику та безперешкодно розміщувати у виданнях інформацію замовного характеру. Водночас Цивільний кодекс України, визначаючи перелік майнових прав, пов'язаних з правом інтелектуальної власності щодо комерційної таємниці (статті 505–508 ЦК України), не встановлює правовий режим комерційної таємниці, порядок віднесення

інформації до комерційної таємниці, підстави виникнення права суб'єктів на комерційну таємницю, порядок доступу до комерційної таємниці.

З одного боку, держава захищає права суб'єктів господарювання на інформацію, а з іншого – надає представникам багатьох органів державної виконавчої влади право доступу до інформації, що захищається. За підрахунками фахівців більше ніж 30 міністерств, відомств та державних установ наділені правом контролю за окремими сферами діяльності підприємств. Вони виконують покладені на них завдання і функції на підставі спеціальних законів, що регламентують їх правовий статус та які з точки зору правового захисту комерційної таємниці вступають у протиріччя із законами, що містять норми, пов'язані із захистом комерційної таємниці підприємства.

Право на доступ до інформації, у тому числі комерційної таємниці, суб'єктів господарювання, передбачене у спеціальних законах, зокрема законах України «Про прокуратуру», «Про національну поліцію», «Про Службу безпеки України», «Про Національне антикорупційне бюро», «Про державну статистику», «Про аудиторську діяльність», «Про Державну аудиторську службу» тощо.

Саме тому експерти медіа-сфери справедливо пропонують обов'язково оприлюднювати інформацію про власників ЗМІ та інших осіб, які можуть впливати на його діяльність, під час державної реєстрації або подання документів для отримання ліцензії на мовлення (не рідше ніж один раз на рік та обов'язково перед виборами), а також укладати редакційні угоди між власником ЗМІ та його колективом, у яких розкривати принципи редакційної політики.

Для цього в Україні існують необхідні правові підстави - Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості відносин власності щодо засобів масової інформації» від 04.07.2013 №409-VII, у якому визначені зміст «здійснення контролю» над ЗМІ (пряме або опосередковане володіння 50% і більше акцій), поняття пов'язаних осіб, які здійснюють контроль за засновником (співзасновниками) або власником (співвласниками) ЗМІ або що знаходяться під їх контролем. Законом забороняються створення і діяльність телерадіоорганізацій, засновником або власником якої є нерезидент, зареєстрований в одній з офшорних зон, перелік яких визначений КМ України. Законом внесені зміни до низки законодавчих актів, які регулюють діяльність традиційних ЗМІ в Україні - закони України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про інформаційні агентства», «Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення», «Про телебачення і радіомовлення».

Також в жовтні 2016 року міжнародні неурядові організації «Інститут масової інформації» (ІМІ) та «Репортери без кордонів» презентували в Україні сайт «Моніторинг медіавласності», на якому можна ознайомитися не тільки з власниками українських ЗМІ, але і з їх докладною біографією, працевлаштуваннями і замовниками. Проте вказаний сервіс не може бути порівняний з

можливостями MAVISE (база даних про медіа власність ТБ і аудіовізуальних сервісів і компаній в Європі).

У редакційній угоді доцільним є закріплення права виконавчого органу ЗМІ самостійно наймати редакторів на конкретний термін. Окремо слід чітко визначити перелік підстав, на основі яких редактора може бути звільнено (наприклад, прогули, падіння рейтингу та прибутковості ЗМІ тощо). У випадку порушення редакційної угоди сторони мають право на звернення до суду.

Окремим фактором впливу на діяльність ЗМІ є загроза *монополізації* цієї сфери. Сьогодні, за даними ІМІ, в Україні близько 75% ЗМІ безпосередньо належать або підконтрольні політикам і олігархам. Найбільш концентрованим є ринок телебачення, оскільки основні 4 власники об'єднують частку аудиторії 76,25%. Кожна з чотирьох найбільших медіа-груп, «StarLight Media» (21,68%), «1+1 медіа» (20,49%), «Inter Media» (21,42%) і «Медіа Група Україна» (12,66%) має аудиторію близько 20%.

Злиття ЗМІ та виникнення монополістичних об'єднань у сфері їх діяльності призводить до:

- використання таких об'єднань для інформаційного впливу на суспільство з метою формування переконання в його членів про доцільність або необхідність тих чи інших перетворень у суспільній, політичній чи економічній сферах країни в інтересах власників ЗМІ;
- обмеження різноманіття можливостей отримання інформації;
- здійснення впливу на свободу дій політичних партій;
- вигідного впливу на діяльність великих і малих видавництв.

Четвертий фактор – *адміністративний тиск з боку держави*. Значна частина проблем, пов'язаних із діяльністю ЗМІ, має етичний відтінок і не вирішується правовими чи адміністративними засобами.

В умовах свободи слова практика поширення обов'язкової до висвітлення інформації (т.зв. «темників»), сприймається громадськістю як обмеження свободи слова та є неприпустимою.

Зазначимо для об'єктивності, що «темники» – це загальноприйнята практика навіть у демократичних країнах. У вітчизняній журналістиці прийнято вважати «темники» усталеними елементами діловодства всередині певної організації, а не наказам із зовні.

Це лише інструмент налагодження адміністративного контролю усередині прийнятої системи взаємин. Вони потрібні лише для того, щоб якийсь менеджер середньої ланки не забув, що і як було домовлено висвітлювати.

Зазначеною організацією може бути і держава, яка інформує ЗМІ про події, що відбувається. Тоді держава виступає активним гравцем в інформаційному протистоянні. Розповсюдження грамотно, якісно та яскраво підготовлених повідомлень про *результати діяльності влади*, в яких проведено чіткий зв'язок з актуальними суспільно-політичними подіями, є логічним кроком думаючої влади.

У демократичних країнах такі повідомлення мають інформаційний (необов'язковий характер) і називаються офіційними прес-релізами, які

використовуються як засоби інформування громадськості про державну діяльність, формування позитивного зовнішньо- та внутрішньополітичного іміджу держави та надзвичайно затребувані самими ЗМІ.

Наприклад, у Великобританії до вироблення прес-релізів безпосередньо залучаються співробітники розвідувального співтовариства, правоохоронних органів та члени Кабінету Міністрів, які приймають рекомендації разом із редакторами та власниками найпотужніших ЗМІ в рамках діяльності DPBAC (*Defence, Press and Broadcasting Advisory Committee*) – спеціально створеного консультативного комітету з оборони, преси і теле-, радіомовлення.

Окрім зазначених вище правових, організаційних та інших проблем у діяльності засобів масової інформації на стратегічний розвиток сфери ЗМІ впливають й *суто технічні проблеми*.

Серед них насамперед слід виділити використання застарілих технологій, таких, наприклад, як аналогове телебачення. Жодним чином не заперечуючи його важливої соціальної ролі в суспільстві (телемовлення у сільській місцевості здійснюється переважно через аналогове телебачення), визнаємо, що технологічно – це позавчорашній день вітчизняного телерадіопростору.

Суттєвий вплив справляє також відставання у розвитку таких новітніх засобів комунікації, як Інтернет, супутникове мовлення тощо внаслідок відсутності в державі необхідних для цього ресурсів. Подальший розвиток цифрового мовлення в Україні стримується необхідністю вирішення проблем вичерпності радіочастотного ресурсу, а також технічної якості мовлення.

ЗМІ є найзручнішим та найрозповсюдженішим каналом поширення інформації у сучасному світі. Сучасний стан інформаційних технологій зробив можливим одночасне сприйняття однакової інформації в режимі on-line.

На наш погляд, на сучасному етапі в нашій країні не існує ЗМІ в повному розумінні, а існують засоби масової пропаганди й агітації, за допомогою яких ті чи інші політичні сили формують суспільну думку. Тому зростає значення узагальнення й впровадження на законодавчому та практичному рівнях сучасних підходів до забезпечення незалежності ЗМІ, обмеження впливу на них олігархічних і кланових структур, з одного боку, та протидії залежності ЗМІ – з іншого.

При цьому можна виділити два основних напрями такої діяльності: створення й підтримка громадських ЗМІ та зміцнення фінансової, організаційної й ідеологічної незалежності державних і комерційних ЗМІ. В рамках цих двох напрямів найбільш доцільним є реалізація таких завдань:

– прийняти Концепцію національної інформаційної політики України та спрямований на реалізацію її положень Інформаційний кодекс України, який є базовим нормативним актом, що регулюватиме діяльність в інформаційній сфері України;

– законодавчо закріпити заходи щодо запобігання монопольній концентрації ЗМІ (в тому числі прихованій) шляхом внесення змін в закони України про правовий статусі ЗМІ («Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про інформаційні агентства», «Про Національну раду

України з питань телебачення і радіомовлення», «Про телебачення і радіомовлення» та ін.), що передбачають розкриття інформації про власників (співвласників) ЗМІ і пов'язаних осіб усіх рівнів (включаючи фізичних осіб), упровадження процедури оприлюднення інформації про фактичних власників телерадіовещателів і провайдерів програмної послуги на офіційному інтернет-сайті Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення, а також ЗМІ, що зобов'язують власників, обов'язково погоджувати з редакційними колективами принципи редакційної політики і підписувати з ними редакційні угоди;

– внести зміни в Закон України «Про захист економічної конкуренції», які визначатимуть: 1) типи медійних ринків (субринків), критерії їх виділення; 2) критерії визначення (вимірювання) частинок суб'єктів господарювання на таких ринках; 3) поняття горизонтальної, вертикальної і перехресної концентрації. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» доповнити положеннями, які обмежуватимуть перехресну концентрацію власності в ЗМІ;

– створити єдиний державний реєстр власників ЗМІ;

– стимулювати подальший розвиток в Україні системи громадського телебачення та радіомовлення, забезпечити прозорий контроль за його бюджетом та редакторською політикою;

– ухвалити концепцію роздержавлення ЗМІ, якою передбачити заборону надалі органам державної влади та місцевого самоврядування, підприємствам із бюджетним фінансуванням бути засновниками ЗМІ (крім інформаційних видань та веб-сайтів в Інтернеті);

– постійно удосконалювати індустрію інформаційних послуг та інфраструктуру єдиного інформаційного простору України.

ЗМІ є найбільш зручним і доступним каналом розповсюдження інформації у сучасному світі (за винятком інтернету). Сьогодні стан інформаційних технологій дав змогу одночасно отримувати інформацію в режимі on-line у найвіддаленіших кутках світу.

Українське законодавство визнає такі види ЗМІ: телебачення, радіомовлення та пресу. За всіма ознаками до цього переліку слід додати Інтернет, однак на рівні законодавства цього не зроблено. Кожен із цих видів ЗМІ має власні особливості сприйняття споживачами.

Найбільш розповсюдженим і найбільш ефективним засобом маніпулятивного впливу на аудиторію є телебачення, що пояснюється специфікою сприйняття людиною інформації з екранів телевізорів. Варто відмітити, що стрімкий розвиток інтернету, який здатен передавати текстову й аудіовізуальну інформацію виводить його на перші позиції як засіб отримання й поширення інформації.

У своїй діяльності ЗМІ в повному обсязі користуються свободою слова як одним з базових досягнень демократії. Проте зазначена свобода має урівноважуватися свободою вибору інформації і юридичною відповідальністю за зловживання свободою слова, яка не є абсолютною. Державний і суспільний

контроль за діяльністю ЗМІ в тому чи іншому вигляді існує в найдемократичніших країнах.

Можемо констатувати, що ЗМІ є не просто суб'єктами впливу на масову свідомість, але й ключовим інструментом, за допомогою якого проходить безпосереднє її формування. Засоби масової інформації, повинні виконувати функції посередника між джерелами інформації – органами державної влади, громадськими організаціями, політичними партіями, та її споживачами – громадянами.

Факторами, що найбільше впливають на діяльність ЗМІ, на сучасному етапі є: правова регламентація їх статусу, комерційний характер їх діяльності, політика власників та вплив з боку держави. Останні два фактори може бути використано в інтересах забезпечення інформаційної безпеки держави.

На завершення підкреслимо, що діяльність із забезпечення інформаційної безпеки держави ЗМІ слід розглядати не лише з погляду необхідності протидії їх можливій протиправній діяльності, але й використання їх можливостей для формування національного інформаційного простору, який адекватно відображатиме національні інтереси України.

ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Характеристика інформаційного впливу через ЗМІ.
2. Характеристика друкованих ЗМІ та телебачення як інструментів інформаційного впливу.
3. Характеристика радіо та інформаційних агентств з точки зору їх інформаційного впливу.
4. Інтернет-видання, особливості їхнього функціонування і можливість впливати на інформаційний простір.
5. Причини ефективності інформаційного впливу ЗМІ.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДІЛУ 3

1. Інформаційна безпека держави: підручник / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Д.С. Мельник та ін.]; в 2 т. – Т. 2. / за заг. ред. В.М. Петрика. – К.: Вид-во ІСЗЗІ НТУУ, 2016. – 328 с.
2. Информационно-психологическое противоборство: учебник / [Петрик В. М., Присяжнюк Н. Н., Жарков Я. Н. и др.]; под ред. В. М. Петрика. — К.: Изд-во ИССЗИ КПИ им. Игоря Сикорского, 2018. – 374 с.
3. Петрик В.М., Остроухов В.В., Присяжнюк М.М. та ін. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти): Підручник / За ред. Є.Д.Скулиша. – К., 2010. – 776 с.
4. Петрик В. М., Присяжнюк М. М., Мельник Д.С. та ін. Забезпечення інформаційної безпеки держави: підручник; за заг. ред. О.А. Семченка та В.М. Петрика. – К.: ДНУ «Книжкова палата України», 2015. – 672 с.

5. Бадрак В. В. Фактори ефективності впливу друкованих ЗМІ (преси) на електорат: Автореф. дис. канд. юрид. наук. – 10.01.08. – К.: КНУ ім. Т. Шевченка, 2000. – 23 с.
6. Ольшанский Д. В. Политический PR. – СПб.: Питер, 2003. – 544 с.
7. Орловська Н. А. Деякі аспекти протидії корупції в засобах масової інформації // www.inter.criminology.org.ua.
8. Мельник Д.С., Лашкет О.С. Запобігання маніпулюванню суспільною свідомістю з використанням засобів масової інформації // Юридичний радник. – 2006. – № 3 (11). – С. 133 – 137.
9. Яременко О., Балакірева О., Бутейко Н., Вакуленко О. та ін. Роль засобів масової інформації та інших джерел у формуванні здорового способу життя молоді. - К.: Український інститут соціальних досліджень, 2000. – 111 с.

РОЗДІЛ 4. АМЕРИКАНСЬКІ НЕУРЯДОВІ ДОСЛІДНИЦЬКІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР

4.1. Неурядові дослідницькі організації як фактор впливу на ситуацію в Україні

Існує багато різноманітних неурядових дослідницьких організацій (НДО), які є інститутами громадянського суспільства, структурами самоорганізації громадян у різних сферах життя та діяльності. За оцінками даними, сьогодні в світі налічується понад 5 млн. НДО, з яких близько третини (1,5 млн.) працюють у США.

НДО здійснюють дослідницьку роботу в громадському житті на національному рівні, отримуючи відомості про стан розвитку країни та можливість вносити зміни щодо розвитку та способу життя держав. Теоретично, під НДО слід розуміти громадську незалежну неприбуткову дослідницьку організацію, що вивчає переважно суспільно-політичні проблеми національного рівня. Головною функцією неурядових аналітичних центрів є «громадське» лобіювання, здійснення впливу на владу шляхом подання обґрунтованих пропозицій, критики, рішень.

Згідно Закону України «Про громадські об'єднання» такі організації користуються правом:

- 1) представляти і відстоювати свої законні інтереси та законні інтереси своїх членів у органах державної влади, місцевого самоврядування, судах та інших установах;
- 2) брати участь у політичній діяльності, проводити масові заходи (збори, мітинги, демонстрації тощо);
- 3) ідейно, організаційно та матеріально підтримувати своїх членів (учасників), інші громадські організації, надавати допомогу в їх створенні;
- 4) одержувати від органів державної влади інформацію, необхідну для реалізації своїх цілей і завдань;
- 5) вносити звернення до органів державної влади, підприємств, установ та організацій;
- 6) розповсюджувати інформацію і пропагувати свої ідеї і цілі;
- 7) створювати об'єднання (спілки, союзи) громадських організацій;
- 8) виступати учасником цивільно-правових відносин, набувати майнових та немайнових прав;
- 9) засновувати засоби масової інформації;
- 10) засновувати підприємства.

НДО володіють такими характерними рисами, які відокремлюють їх від інших громадських об'єднань:

1. Це неприбуткова громадська організація;
2. Це організація, яка займається дослідницькою та аналітичною діяльністю;

3. Діяльність НДО фінансується переважно за рахунок грантів іноземних структур;

4. НДО займає активну інформативну позицію: має власні друковані чи інтернет-видання, висвітлює свою діяльність у ЗМІ, проводить та бере участь у конференціях, семінарах тощо.

З погляду державної безпеки, у випадку, якщо існують аргументовані підозри до діяльності НО на користь, наприклад, іноземних спецслужб чи про пряме представництво інтересів інших держав, конструктивні контакти з цими суб'єктами можуть виступати легальним каналом отримання інформації про специфіку їх роботи.

Неурядові дослідницькі організації (НДО) відіграють важливу роль для США оскільки вони використовують непрямий вплив на законодавчу гілку влади реалізуючі при цьому власні інтереси. Свій вплив вони безпосередньо реалізують у політиці, економіці та, передусім, у суспільстві. По суті НДО не роблять нічого протизаконного, тому співробітники спецслужб та аналітичні центри різних країн не можуть їм протистояти, знаючи при цьому їх наміри.

Розглянемо принцип роботи діяльності НДО, їх погляди та місце стосовно України. Передусім, США підбирають співробітників неурядових організацій таким чином, аби вони мали досвід роботи та спеціалізувалися в найбільш провідних ланках розвитку країн. Такими ланками у найбільш сучасних сферах є політологія, економіка, соціологія, інноваційні технології, розвідка та ін. Саме тому співробітники НДО добре володіють ситуацією у країнах і впливають на прийняття рішень щодо зовнішньої політики. Дані, які збираються в процесі діяльності НДО пересилаються до Міноборони США в Пентагон.

Результати аналізу іноземних фінансових потоків для НДО показують основні напрями та типи організацій, на які покладені завдання щодо впливу на соціально-економічну обстановку та формування суспільних настроїв в інтересах США. Найбільшу підтримку іноземних недержавних фондів в даний час надають наступні види діяльності НДО:

- правозахисна;
- контроль за виборами та освітлення в ЗМІ діяльності державних структур та окремих чиновників;
- організація опитувань та соціальних досліджень;
- розвиток ЗМІ;
- підготовка кадрів для молодіжних рухів у регіонах;
- підтримка місцевого самоврядування;
- робота з громадськими організаціями національних меншин, дослідження в національно-релігійній сфері.

Тобто цілком можна сказати, що дані, зібрані за допомогою неурядових організацій, використовуються Америкою для формування зовнішньополітичної стратегії, яка в свою чергу використовується для усунення від влади непідконтрольних урядів і запровадження своїх, «вигідних» для США, головнокомандувачів. США в основному акцентує свою увагу на

інформаційно-психологічному протиборстві кожної країни, це показало дослідження, яке було проведено в попередньому питанні, що призводило до революцій та повалення режимів влади. Що стосується НДО – вони в основному функціонують у галузі політики та дипломатії. В результаті роботи НДО відбувається посилення впливу на суспільство, насамперед з боку управління. Ще однією із ланок роботи НДО є комунікація. Завдяки комунікації НДО добре взаємодіють між собою та суспільством. У США у зовнішньополітичній сфері функціонують майже 15 тисяч НДО. Можна виділити основні чотири типи неурядових організацій:

- 1) НДО з вузькою специфічною діяльністю;
- 2) НДО у сфері духовного розвитку особистості;
- 3) транснаціональні НДО;
- 4) аналітичні центри (мозкові центри).

Аналітичні центри беруть на себе завдання з коригування політичної діяльності протягом певного проміжку часу. Дані центри працюють не тільки самостійно та здійснюють аналітичну розробку соціально-економічної та політичної стратегії, а й тісно співпрацюють з ООН, інституціями, Радою зовнішніх відносин. Тому можна стверджувати, що аналітичні центри перебувають під впливом державних інтересів.

Транснаціональні компанії (ТНК) мають досить велике значення для США, безпосередньо в економічній сфері, тісно співпрацюють з різними НДО. Основне завдання транснаціональних компаній – забезпечення соціально-політичного розвитку за допомогою ринку праці. Вони реалізують контроль над світовими фінансовими, матеріальними, інтелектуальними ресурсами.

НДО з вузькою специфічною діяльністю використовуються безпосередньо в одній вузькій області забезпечення впливу на суспільство. Прикладом може бути сфера анкетування, соціологічного опитування та ін. Вони не беруть участь у забезпеченні економічної чи іншої інформації.

Не менш важливою сферою діяльності НДО є духовний розвиток особистості. Наразі досить багато людей є віруючими, що є явною мішенню впливу на підсвідомість людини. Дані НДО акцентують свою увагу на вивченні кожної релігії у країні та забезпеченні впливу на громадське суспільство з боку релігії.

У процесі діяльності НДО багато уваги приділяється військово-гуманітарному співробітництву. Сьогодні США досить активно допомагає іншим країнам у військовій та гуманітарній сферах. Це супроводжується забезпеченням доброго ставлення США до інших народів світу. Що стосується військового співробітництва – це підвищує репутацію Америки як незалежної від інших країн та потужної держави з погляду мілітарних втручань. В процесі надання гуманітарної допомоги США отримує під контроль частину міжнародних фондів, насамперед, у країнах стратегічного значення (Ірак, Афганістан, Україна).

При розгляді революцій та державних переворотів із впевненістю можна сказати, що суб'єктами проведення СЮ є, зокрема, НДО. Особливого

застосування НДО набувають під час проведення виборів у державі, в той час, коли за допомогою ЗМІ можна прикути значну увагу громадськості та нав'язати народові певні суспільно-політичні проблеми. Про те, що НДО причетні до державних переворотів, свідчать ті факти, що під час проведення виборів відбувається накопичення матеріальних, фінансових та людських ресурсів; проходять масові агітації зі сторони «певних» фондів; здійснюється вплив на громадську думку безпосередньо через ЗМІ, а також на політичні партії, які не є вигідними для Америки. НДО фінансуються Держдепартаментом США за допомогою надання гарантів. Під час проведення кожних виборів Держдепартаментом США здійснюється фінансування межах від 1,4 – 3,4 млн. дол. Після фінансування НДО розпочинають свою роботу, після кожного виконаного завдання описуються й надсилаються звіти до офісів НДО у Вашингтон, де проводиться аналітична оцінка щодо проведення виборів, приймається рішення щодо вживання відповідних заходів. Після цього інформується Держдепартамент США. Всі заходи, прийняті Держдепартаментом США, є цілком легальними, тому НДО сміливо просувають свою діяльність. Головним завданням НДО є поширення впливу передусім на інформаційний простір держави.

НДО впливають на інформаційний простір держави шляхом поширення на її території інформаційних центрів. Наприклад:

- Радіостанції: «Голос Америки», «Свобода»;
- ТРК: «Воля кабель», «Гала-радіо», «Гравіс», «Дзеркало тижня»;
- Семінари: «Про-Медіа», «IREX», Міжнародний фонд «Відродження», «Інтерньюз».

Розглянемо найбільш впливові НДО, які діють в Україні: Міжнародний республіканський Інститут, Національний демократичний Інститут, Фонд «Будинок Свободи», Міжнародний фонд «Відродження».

Міжнародний республіканський Інститут (МРІ) (International Republican Institute) Кріс Холзен, Стів Нікс, Богдан Футей. Директор–Джон Сідней Маккейн. Діяльність цієї організації полягає в наданні допомоги країнам у будівництві та створенні шляху до демократії. Ця організація тісно співпрацює із Держдепартаментом США, який здійснює фінансування інституту. <https://www.iri.org.ua/> – сайт МРІ. Прихованою діяльністю МРІ є поширення «політики-свободи», яка реалізується через безпосередній вплив на суспільство за допомогою ЗМІ, анкетування та опитування. В наслідок цього соціум впадає в довіру, адже для людей головне – свобода та політична рівновага. Інститут проводить активну роботу муніципального типу, яка демонструє суспільству, нібито він докладає надзвичайно багато зусиль для економічного розвитку країни, дотримання правди та чесності, підтримки демократії. У фазі, коли народ увійшов у довіру – відбувається направлення соціуму у потрібну для МРІ сторону. На цей момент інститут набирає досить широких обертів, проводиться навіть залучення українців на роботу до МРІ. Основною зацікавленістю МРІ є молодь, громадськість, політичні партії,

місцева влада. За допомогою таких ключових факторів можливо не тільки усунути владу, але й вплинути на міжнародні відносини.

Національний демократичний Інститут (НДІ) (National Democratic Institute for international affairs) – асоціація громадських організацій США. Створений Конгресом у 1984 р. (режим доступу: <https://www.ndi.org/> – сайт НДІ). Основним завданням НДІ є поширення демократії в країнах, які переходять від однієї політичної системи до іншої. НДІ займається збором інформації соціального, економічного та політичного характеру. В Україні створений комітет, який фінансується НДІ та виконує його завдання, це – «Позапартійний комітет виборців України». Завданням даного комітету є збір інформації за допомогою соціальних опитувань, семінарів, конференцій, анкет. Після збору інформації комітет надсилає отриману інформацію до НДІ. Діяльність НДІ в основному заснована на закріпленні декларацій прав людини, наданні допомоги у вигляді порад, ідей цілеспрямованого характеру. Інститут працює над створенням політичних та громадянських організацій для забезпечення проведення чесних виборів та збереження демократії. НДІ дотримується правил «відносини-взаємодія». Брав активну участь в момент військового перевороту в Туреччині.

Фонд «Будинок Свободи» (м. Вашингтон, м. Київ, вул. Б. Хмельницького, 68). «Freedom House» Андріян Коротницький. <http://www.freedomhouse.org.ua/> – офіційний сайт. Організація створена у 2003 р., займається моніторингом дослідницьких змін щодо демократії у світі, захистом демократії та прав людини. Саме за допомогою «мирного» дослідження, спецслужби не спроможні довести їх причетність до державних переворотів.

Міжнародний фонд «Відродження». (Режим доступу: <http://www.irf.ua/> – сайт. 04053, Київ, вул. Січових Стрільців, 46). Основне завдання:

1) боротьба з корупцією у владі через посилення тиску громадськості та сприяння антикорупційним реформам;

2) моніторинг і документація ситуації з правами людини, потрібна для того, щоб домогтися запровадження антидискримінаційного законодавства та практик і зменшити масштаби зловживань у в'язницях і СІЗО;

3) забезпечення доступу бідних і вразливих верств населення до правосуддя та посилення їхніх правових можливостей;

4) посилення правових можливостей ромів, розвиток інтеграційних моделей, які запроваджуватимуть молодь освічені ромські лідери.

5) боротьбу з політичним популізмом і сприяння усвідомленому вибору;

6) запровадження практик і механізмів, що регулюють конфлікт інтересів;

7) просування цінностей відкритого суспільства за допомогою зобов'язань України перед ЄС;

8) створення прецедентів підзвітного використання коштів у сфері охорони здоров'я;

9) вироблення збалансованої та недискримінаційної наркополітики. «Відродження» є благодійним фондом, що декларує сприяння розвитку відкритого суспільства в Україні.

Східноєвропейський демократичний центр. Цей центр створювався для підготовки перевороту в Білорусії в 2001р. Він частково фінансується Freedom House, фондом Сороса, «Національним фондом підтримки демократії у Східній Європі». Та взаємодіє з Державним Департаментом США і «Східним відділом» ЦРУ США. Суть роботи центру полягає в зібранні людей (переважно молодих) на центральній площі міста для проведення мітингу (протесту) на якусь тематику. Внаслідок чого приїжджають представники ЗМІ, які передають інформацію по всій країні. Коли розпочалася революція і влада застосувала поліцію – центр посилає бабусь, які вмовляють поліцію не чіпати дітей. Важливим елементом є вербування якомога більшої кількості студентів, які прийшли на заняття. Тоді активісти проводять акцію прямо біля університету: необхідно піти і вирішити долю країни, збудувати своє майбутнє.



Рис. 1. Діяльність найвпливовіших НДО у відсотковому співвідношенні їхньої роботи в Україні

Розглянемо НДО, які діють в Україні. Дані НДО є менш впливовими, ніж попередні, проте вони здійснюють дослідницьку роботу в Україні.

«Національний фонд підтримки демократії» (НФПД) займається підтримкою країн в яких поширені демократичні ідеали шляхом надання їм недержавної допомоги (фінансова допомога, матеріальна допомога, допомога в навчанні та ін.). НФПД також регулярно проводить моніторинг економічної ситуації в Україні.

Фонд «Національний форум» займається пропагандою ідей політичних та економічних свобод в Україні та Європі. Даний фонд здійснює

широкомасштабну підготовку кадрів демократичних структур. Процес підготовки здійснюється за такими процедурами:

1. США відправляє добровольців для міжнародного розвитку.
2. Стажування представників Європи та всіх охочих, та надання їм вигідних умов проживання. Перевага надається тим представникам, які мають глибокі знання та навички у галузі економіки та політології.

«Фонд міжнародного партнерства» – міжнародна організація з питань розвитку. Здійснює підтримку економічним, цивільним, соціальним проектам у країнах, в яких демократична форма влади. Фонд тісно співпрацює із посольством США в Україні, підтримуючи тісні зв'язки із спецслужбами США. Надаючи фінансову підтримку та забезпечуючи навчання фахівців країни – фонд веде розвідувальну діяльність, а дані передає у Держдепартамент США.

Корпус громадської демократії (КГД) є некомерційною організацією, що здійснює комплекс заходів, спрямованих на здобуття країною демократії. Даний корпус створений за бажанням Дж. Буша (старшого). Принцип роботи корпусу добре описаний у книзі Шарпа – «Від диктатури до демократії». В Україні КГД веде свою діяльність у галузі освіти, охорони здоров'я, культури, прав людини.

Асоціація «Американський дім» займається процесом залучення українських науковців, студентів, фахівців до США. В цій асоціації діє ряд програм, націлених на підбір інтелектуальної еліти України. Серед таких програм є «Акселз», «Акт на підтримку свободи», «Бенджаміна Франкліна», «Юніон ечівмент», «Президентська програма обмінів».

Американсько-український консультативний комітет (АУКК) – неурядова організація, яка покликана забезпечувати формування «проукраїнства», задовольняючи при цьому умовам США. Принцип роботи АУКК полягає у наданні Україні міжнародної підтримки з боку МВФ та Всесвітнього банку, таким чином змінюючи законодавчу і виконавчу структури в Україні.

Фонд «ENEMO» (Пітер Новотний, Еділь Байсалов). Фонд здійснює спостереження за виборами в країні, вжиття відповідних заходів щодо дестабілізації політичних інтересів народу. Під час виборчого процесу основна увага приділяється суб'єкту, тобто кандидату, який повинен здобути перемогу на виборах, та в подальшому виконувати вимоги Держдепартаменту США. Діяльність фонду «ENEMO» неодноразово була фіксована під час виборів Президента України.

Інститут сталих спільнот (м. Вермонт) (Institute for sustainable communities) вул. Володимирська, 47, офіс 9, Київ, 01034, Тел.: +38 (044) 4944597, 229 50 02. Основні завдання:

- охоплюють широке коло громадян, представників державних органів влади та органів місцевого самоврядування, організації громадянського суспільства і приватний сектор з метою вироблення спільного бачення ролі та місця кожного сектора в демократичному суспільстві;

- підтримують незалежні аналітичні та мозкові центри, які здійснюють наукову та дослідницьку діяльність у сфері просування та відстоювання прав та інтересів громадян, а також підвищення відповідальності і підзвітності державних органів влади та органів місцевого самоврядування;

- розширюють доступність та забезпечують зрозумілість для громадян інформації про їх права та можливості у конкретних ситуаціях із спрямуванням на практичні й дієві поради;

- надають безпосередню правову допомогу широкому колу осіб (незалежно від приналежності до того чи іншого сектора) або забезпечують їхню юридичну підтримку з питань захисту прав та законних інтересів з метою посилення ролі громадян й організацій громадянського суспільства у цій сфері.

Інститут громадянського суспільства (м. Київ, бульв. Дружби Народів, 22, кв. 21 <http://www.csi.org.ua/> – сайт ІГС.). Основним завданням, яке покладається на інститут, є сприяння становленню та розвитку громадянського суспільства в Україні через залучення громадськості до прийняття рішень органами державної влади та місцевого самоврядування, правова просвіта громадян та удосконалення законодавства у сфері некомерційного права та місцевого самоврядування.

Враховуючи вищевказане, слід зазначити можливі негативні наслідки від діяльності НДО:

1. Розроблення механізму іноземного втручання у внутрішні та зовнішні справи нашої держави.

2. Збір з легальних позицій різнопланової інформації.

3. Здійснення СІО та АІВ проти України шляхом розповсюдження відповідної інформації, спрямованої на дискредитацію окремих державних діячів, підрив внутрішньої стабільності та міжнародного авторитету України.

4. Створення умов для виїзду закордон провідних українських вчених і талановитої молоді.

5. Використання спецслужбами іноземних держав для проведення розвідувально-підривних заходів.

6. Розпалювання конфліктів на національному, релігійному, соціальному ґрунті та провокування масових заворушень у державах, непідконтрольних США.

7. Сприяння зміні влади у державі на користь проамериканських представників.

4.2. Технології усунення від влади непідконтрольних США урядів і керівників

4.2.1 Революції як сучасний метод усунення від влади непідконтрольних урядів

17 листопада 1989 р. – 29 грудня 1989 р. – Оксамитова революція у Чехословаччині.

2 листопада 2003 р. – 4 січня 2004 р. – Трояндова революція у Грузії.

22 листопада 2004 р. – 26 грудня 2004 р. – Помаранчева революція в Україні.

лютий 2005 р. – березень 2005 р. – Тюльпанова (Лимонна, динна) революція в Киргизії.

14 лютого 2005 р. – 19 червня 2005 р. – Кедрова революція в Лівані.

19 березня 2006 р. – 25 березня 2006 р. – спроба Волошкової революції в Білорусії.

2008 р. – спроба революції у Вірменії.

2009 р. – революція в Молдові.

17 грудня 2010 р. – 17 січня 2011 р. – Жасминова революція в Тунісі.

2011 р. – Арабська весна в Лівії (громадянська війна).

25 січня 2011 р. – 11 лютого 2011 р. – Революція лотоса в Єгипті.

2011 р. – Арабська весна в Сирії.

2013 р. – Революція Гідності в Україні.

Арабська весна

Алжир – 28 грудня 2010 р. – грудень 2012 р. – Відбулося завершення 19-річного надзвичайного стану (значні протести).

Ліван – 12 січня 2011 р. – підвищення зарплатні на 40% (протести та зміни уряду).

Йорданія – 14 січня 2011 р. – жовтень 2011 р. – відбулася відставка прем'єр-міністра Ріфаї та його уряду (протести та зміни уряду).

Мавританія – 17 січня 2011 р. – липень 2011 р. – змін не відбулося (незначні протести).

Судан – 17 січня 2011 р. – червень 2011 р. – Обіцянка президента Башира про відмову балотуватися у 2015 р. (незначні протести).

Оман – 17 січня 2011 р. – травень 2011 р. – Відбулася відставка міністрів, султан Кабус здійснив економічні поступки (протести та зміни уряду).

Саудівська Аравія – 21 січня 2011 р.- липень 2011 р. – надання королем Абдулою права жінкам голосування на виборах. (Незначні протести).

Єгипет – 25 січня 2011 р. – 2014 р. – повалення Хосні Мубарака. (Повалення уряду).

Ємен – 27 січня 2011 р. – відставка прем'єр-міністра Муджавара. (Повалення уряду).

Ірак – 10 лютого 2011 р. - оголошення прем'єр-міністра Мілікі про відмову балотуватися (значні протести).

Бахрейн – 14 лютого 2011 р. – липень 2014 р. – відбулися економічні поступки короля Хамада (тривалі громадські заворушення та зміни уряду).

Лівія – 15 лютого 2011 р. – 23 жовтня 2011 р. – повалення Муаммара Каддафі (зміна уряду).

Кувейт – 18 лютого 2011 р. – червень 2011 р. – відставка прем'єр-міністра Нассера аль-Ахмеда ас-Сабуха (протести та зміни уряду).

Марокко – 20 лютого 2011 р. – жовтень 2011 р. – політичні поступки короля Муххаммеда (протести та зміни уряду).

Західна Сахара – 26 лютого 2011 р. – незначні протести.

Сирія – 15 березня 2011 р. – громадянська війна дотепер (тривалі громадські заворушення).

Про те, що революція – це всього лиш сплановані дії, спрямовані на усунення від влади одних осіб – невігідних для США і надання влади іншим особам, які зіграють ключову «прибуткову» роль для США, можна аргументувати тим, що із хронології подій проведення революцій можна дійти висновку, про спільні характерні ознаки кожної революції. Розглядаючи це питання проаналізуємо ці ознаки.

Будь-яка революція проводилась з демонстрацією громадської непокори, мітингів, страйків, що здійснювались після виборчої компанії, де ключову роль відігравала опозиція. Опозиція ж запевняє громадян, що вибори були проведено нечесно, були порушені вимоги виборчого законодавства, таким чином – порушення прав громадян. Тому необхідною умовою є усунення від влади шахраїв за допомогою фізичної сили. Коли ж революція розпочалася – мітинги проводяться під радикально демократичними лозунгами, формуються молодіжні організації. Важливою ознакою революції є її безкровний характер, за допомогою цього опозиція стверджує, що вона не порушує законодавство, а всього лиш намагається дотримуватись справедливості. Схожа методика використовувалась при революції в Киргизії, коли молоді дівчата дарували квіти (тюльпани) силовикам, цим самим намагаючись не допустити кровопролиття. Але є випадки коли без кровопролиття не обійтись (коли влада не йде на поступки), тоді опозиція йде на крайні міри, щоб отримати бажаний для себе результат.

Головним методом впливу на владу є демонстрації, що проводяться в центрі міста. Чому саме в центрі міста? Тому, що там є ключові урядові будівлі, також у містах проживає велика кількість людей, що підвищує ймовірність створення великомасштабного натовпу, адже, щоб провести успішну революцію, необхідно зібрати натовп і чим більший він буде – тим краще. Всі революції здійснювались здебільшого у «напівдемократичних» країнах, де кожна особа може вільно висловлювати свою думку. Також під час революції реалізуються масові патріотичні лозунги, співи, вірші, графіті та ін. Все це запалює дух натовпу. Невід'ємною ознакою революції є наявність молоді, як каталізатора та фактору впливу на уряд.

Всі ці ознаки були помічені при проведенні вищевказаних революцій. Звідси можна зробити висновок, що дані революції були сплановані та

реалізовані для усунення влади невідконтрольних урядів. Важливою ознакою проведення революції є назва революції, майже всі зазначені масштабні революції мають свою назву. Це підкреслює причетність до цього певних сторін.

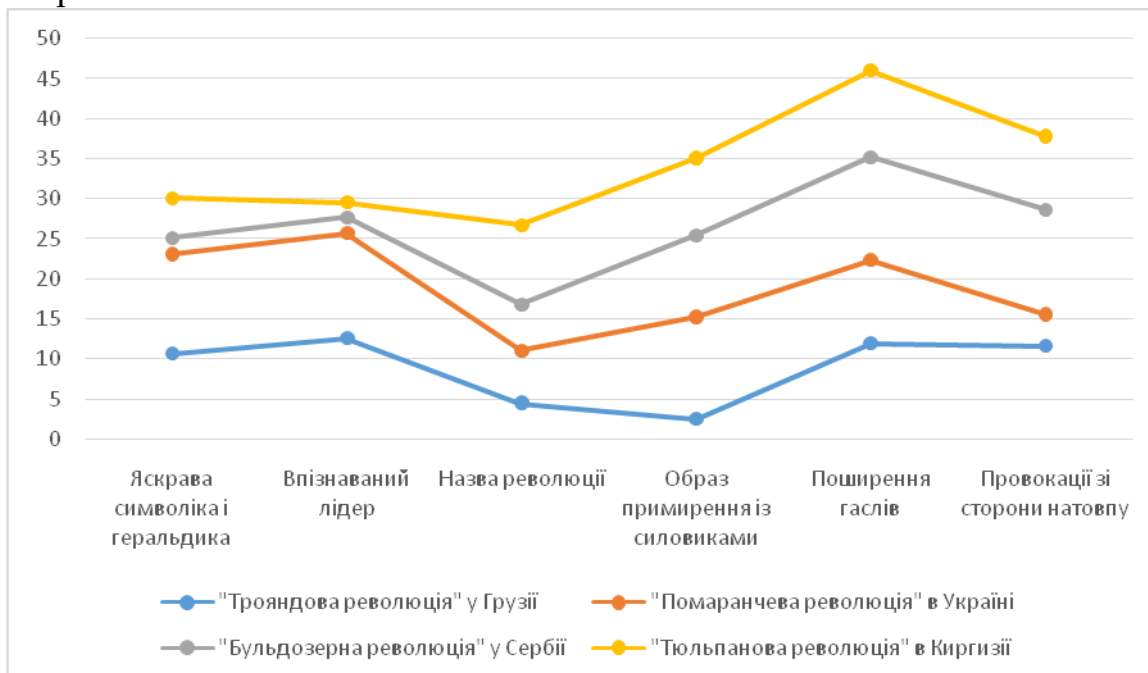


Рис.2. Залежність величини значимості проведення революцій від елементів реалізації революцій

0-50 – величини значимості проведення революцій. Ця величина показує, наскільки інтенсивно було використано певний елемент та яку значимість він реалізує для даної революції. Тобто, чим менша величина значимості, тим меншого результату даний елемент приніс для революції.

На графіку видно, що криві, зображені на ньому, мають приблизно однаковий перебіг реалізації функцій. З цього можна зробити висновок, що всі революції, показані на графіку, носять системний характер. Це каже про те, що дані революції здійснювалися за конкретними технологіями та наперед спланованим сценарієм.

«Арабська весна»

Туніс 17 грудня 2010 р. – самоспалення молодого торговця Мухаммеда Буазізі поклато початок революцій, внаслідок яких відбувалися зміни влади. Через декілька місяців в Єгипті був усунутий Хосні Мубарак, в Лівії через сім місяців після перевороту було вбито Муаммара Каддафі, Сирія – початок громадянської війни. За допомогою «Арабської весни» було запроваджено механізм хаосу, який розповсюдився не тільки на арабів. Слідом за Тунісом вогонь «Арабської весни» перекинувся на Єгипет і Туреччину, також були спроби зробити переворот у Лівії та Сирії. Це все здійснювалося із великою схожістю. Але зробити «Арабську весну» тільки за допомогою смерті якогось торговця неможливо. Тому в цьому випадку широко використовувалося ЗМІ, за допомогою якого використовувалася пропаганда.

У Лівії (Тріполі) в ніч на 22 серпня 2011 р. сили опозиції захопили владу. Кадри захвату транслювали майже всі телеканали світу, на що звернули увагу президент США Обама і прем'єр-міністр Англії – Девід Кемерон. Тепер світ знав, що Каддафі скинутий і 11 країн визнали опозицію новим легітимним керівником Лівії, при тому, що Каддафі продовжував керувати. Головною метою інформаційно-психологічного впливу було поширення інформації про усунення від влади конкретних представників країни, таким чином запускаючи механізм насильницького характеру у всьому світі. Те ж саме використовувалося і в Україні під час «Помаранчевої революції» та «Революції Гідності», коли новини керували людьми. Показували одних і тих же потерпілих у різних кадрах, при цьому у різних ролях. Основними каналами, за допомогою яких здійснювався вплив на людей були «Аль-Джазіра» і «Аль-Маядін».

Враховуючи вищевказане можна сказати, що США, спонсорує опозицію, тим самим фінансують радикальних ісламістів. 14 січня 2011р. на зміну президента Тунісу Бен Алі прийшла партія ісламістів «Аннахда»; 11 лютого 2011р. в Єгипті – Хосні Мубарака усунули брати мусульмани; після вбивства Муамара Каддафі, в Лівію хлинули салафіти, які мають тісні зв'язки з єгипетськими братами-мусульманами. США почали свій шлях з розрухи – знищення попередніх режимів, щоб було легше нав'язати свої. Почали вони з Іраку. А те, що відбулося у Сирії – лиш повторення пройденого, як і у випадку з Іраком, сирійську владу звинуватили у використанні зброї масового ураження (хімічного) проти мирних громадян. Таким чином поширилися чутки, ніби правлячий режим травить громадян, які борються за свободу. І світ побачив, що Башар Асад травить власний народ. Асад відмовився від хімічної зброї і Сирія заявила, що хоче стати членом організації по забороні хімічної зброї. У грудні 2012 р. телеканали транслювали, що нібито сирійські військові завантажували бочки з отруйним зарином і начиняли ним бомби. Це проводилось за 4 місяці до атаки в Дамаску.

Шиїтів стравили з сунітами, і в країні почався хаос громадянської війни. Так почалася війна між двома альянсами мусульманського Іраку. Конгрес не підтримав Обаму і США виступила із обвинуваченнями, що Росія поставляє хімічну зброю у Сирію. Одним із прикладів ведення боротьби із християнами – є публікація відео, на якому мусульмани відрізають голову християнину, цим самим показуючи протистояння та розпалюючи ворожнечу між народами. Одним із основних етапів запровадження в країні хаосу є стравлювання в країні різних конфесійних течій. Це є набагато вигідніше, оскільки народ сам знищить себе, адже в релігії кожна людина вбачає своє власне буття. Важливим елементом будь-якої революції «Арабської весни» є постання зброї, яка є ключем до громадянської війни. Є законні постачання зброї (коли конфліктуюча країна закуповує у інших країн зброю) та незаконні (реалізується за проведенням різного роду корупційних схем).

4.2.2. Підготовка та проведення революцій

Для того, щоб провести революцію, необхідною та достатньою умовою є її підготовка. Потрібно визначити мотиви революції (що вона дасть, для чого це потрібно), потім визначити, що для цього потрібно зробити (наприклад: усунути певну особу від влади, зганьбити дану особу та прогнати її). На наступному етапі відбувається безпосередня підготовка:

- вивчення конкурента та планування дій його усунення;
- визначення приводу до революції, який розповсюджується серед людей;
- проводиться навчання ключових осіб спецслужбами зацікавленої країни щодо дотримання інструкції та плану дій, згідно яких потрібно їм діяти;
- відбувається процес фінансування, за допомогою певних благодійних фондів: фонд Дж. Сороса, Гарвардський університет, Інститут Альберта Ейнштейна, Міжнародний республіканський інститут і національний демократичний інститут (США), Міжнародний центр ненасильницьких конфліктів, Міжнародний інститут стратегічних досліджень в Лондоні та ін.;
- залучення молоді, як ключового фактору проведення революції.

Основними елементами, які відіграють ключову роль при проведенні революцій є:

- яскрава символіка і геральдика (застосовується переважно для привернення уваги учасників натовпу до оточуючих подій);
- впізнаваний лідер – це повинна бути людина, яку натовп підтримує та діє за його вказівкою;
- назва революції (використовується для підкреслення контрастності революції, тобто є символічним образом натовпу на шляху до «правди»);
- образ примирення із силовиками (необхідно створити ілюзію мирного зібрання для вирішення політичних проблем у країні);
- поширення гасел (застосовується для створення хаосу, адже для створення сутичок між силовиками та натовпом необхідним елементом є акустичний дисбаланс, який перебиває канал сприйняття інформації, що породжує неадекватне сприйняття дійсності);
- провокації зі сторони натовпу – елемент завершального етапу функціонування революції (застосовується для усунення від влади правлячих осіб держави).

Спираючись на вищевказані елементи, які використовуються під час проведення революцій, а також за допомогою яких функціонують ознаки екзогенності, розглянемо безпосередній процес проведення революцій:

1) Звичайною технологією проведення революції є використання виборів, внаслідок чого можна зробити революцію.

2) На кошти отримані від фондів – створити опозицію, закупити необхідне обладнання, інструменти, харчі і все необхідне для життя на центральній площі міста.

3) За допомогою визначеного приводу через ЗМІ розповсюдити інформацію про те, що необхідно відстояти «правду» та не допустити подальших негативних дій у країні.

4) Безпосередньо сформувавши мітинг: акцентувати увагу на молоді, якщо потрібно – платити кошти за проведену акцію.

5) В будь-якій революції повинен бути задіяний конфлікт, якщо навіть не між силовиками то принаймні між самими собою, так званими «вигнанцями революції» – особи, що відстоюють власні інтереси в революції.

6) Маніпулювання натовпом шляхом надання наказів на руйнування будівель, захоплення будівель правлячих урядів, тобто необхідно спровокувати правоохоронні, військові та інші органи безпеки. Таким чином запустивши механізм громадянської війни внаслідок чого звинуватити в усьому уряд.

7) Тримати напруження до тих пір поки уряд не буде вимушений покинути країну та виїхати до якоїсь країни на «лікування». Тільки тоді можна знизити напруження та вважати, що справа по усуненню уряду завершилась.

Важливим елементом здійснення революцій є символ революції та назва революції. Як приклад це може бути назва якогось радісного кольору, наприклад: «Помаранчева революція», у Сербії це був стиснутий кулак, у Грузії – троянда, в Киргизії – тюльпан. Також назву революції підбирають із назви тварин, рослин, предметів. Невід'ємним правилом, яким користуються спецслужби у революції, є правильне протистояння із силовиками задля досягнення своєї мети. При «Тюльпановій революції» силовикам молоді дівчата дарували квіти, аби вони не били хлопців. Образ дівчини для солдата у період війни чи заворушень – це спокій, злагода, добробут. Такий прийом маніпулювання використовується для приборкання протилежної конфліктуючої сторони. Подібним до цього прийому маніпулювання є дарування силовикам різних подарунків з символікою революції. Як показує практика революцію очолюють високопоставлені чиновники, які підпали під опалу та за допомогою революції: Віктор Ющенко (Україна), Михайло Саакашвілі (Грузія).

Серед лідерів революції як правило присутня жінка, яка своєю харизматичністю робить процес революції більш витонченим та керованим. Вирішальну роль в успіху «революції» грає бездіяльність силових структур. В такому випадку натовп у процесі революції стає некерованим та підпорядковується тільки лідеру. Одним із елементів спричинення хаосу є поширення гасел таких як: «Сербія без Мілошевича!», «Україна без Кучми!», «Киргизія без Акаєва!», «Грузія без Шеварнадзе!». Під час викрикувань зі сторони натовпу сам процес приборкання натовпу стає складнішим.

У своїй книзі «Від диктатури до демократії» Джин Шарп описує інструкцію, якою необхідно користуватися для здійснення революції, що в подальшому призведе до усунення влади. Шарп пише, що революція має мати назву, символ, привід та основну ідеологію нав'язану натовпу. Також книга охоплює суспільно-політичний аспект, який необхідно враховувати, задля пізнання соціуму у певний політичний момент життя. Основним елементом революції являється натовп, який, згідно книги Шарпа, має очолювати молодь,

адже молодь є більш амбіційною. Згідно інструкції Джипа Шарпа, необхідно привертати увагу молоді та всіх оточуючих в цілому, адже саме молодь є тим катализатором, який забезпечить усунення влади. Для того, щоб революція розгоралася, потрібний більший натовп. Тому Шарп пише, що необхідно використовувати пісні, лозунги, танці, яскраві спалахи світла, все має бути схожим на розважальний комплекс. Саме тоді молодь прийде на площу. Коли натовп достатньо сформований – виходить лідер. Шарп описує образ лідера, як особу цілеспрямовану, чесну та взаємовигідну. Одним з елементів, яким користувався Ющенко – годування бабці хлібом. Таким чином, в особи у натовпі спрацьовує інстинкт дружності в зграї, що змушує іти за лідером, як за ватажком зграї. Збори та демонстрації необхідно проводити тільки під вечір або вночі, коли натовп стомлений, та охоче підданий до маніпуляцій. Самі ж мітинги потрібно проводити зранку або вдень. Це пояснюється тим, що зранку людина більш агресивна. У будь-якій революції має бути пролита кров, це символ боротьби з перешкодами на шляху до влади.

Дану технологію усунення від влади використовували під час революції в Сербії, Україні, Грузії, Киргизії та ін., все це добре описано в книзі Шарпа «Від диктатури до демократії». В цій книзі автор описує можливі шляхи непідкорення владі та методи захоплення влади. Виробляється спеціальна тактика та стратегія боротьби проти влади, як супротив тоталітарному режиму, а також найбільш дієві форми пропагандистської роботи серед населення, армії та правоохоронних органів. Насамперед, у книзі Шарпа описано інструкцію по захопленню влади, якою користувалися при усуненні від влади Шеварнадзе, Мілошевича, Акаєва, Януковича.

Для наведення прикладу та підтвердження вищезазченого – розглянемо чотири революції, які мають найбільш подібну технологію проведення, що свідчить про пряму причетність США до цих революцій:

1. 2001 р. Сербія – «Бульдозерна революція». Внаслідок революції із влади було усунуто Мілошевича після 12 років його правління. Молодіжна організація «Отпор», яка фінансувалася США мала на меті чітке завдання – вийти на площу і виступити проти президента. В сучасних умовах організації «Отпор» більше немає, її теперішня назва – «Canvas» (Центр прикладних ненасильницьких дій і стратегій). Суб'єкти: Ів Нарович – лідер студентського руху, Серж Попович – учень Боба Хелві, Брюс Джексон – лобіст Білого дому, колишній офіцер РУМО – Джин Шарп.

2. 2003 р. Грузія – «Революція троянд». Внаслідок революції з посту було усунуто Едуарда Шеварнадзе. Суб'єкти: Гіга Бакерія – лідер студентського руху «Кмара», радник президента Карала Майя – міністр національної освіти, Брюс Джексон, Михайло Саакашвілі.

3. 2004 р. Україна – «Помаранчева революція». Внаслідок революції до влади прийшов Віктор Ющенко.

4. 2005 р. Киргизстан – «Революція тюльпанів». Внаслідок революції було усунуто від влади Акаєва. Суб'єкти: Еділ – студент, займався моніторингом виборів, Майк Стоун – колишній режисер «Champion leader of the

press», «Freedom House», 6 місцевих газет, Браєн Кембл – керівник «IT American Develop Agency», Тоні Девід Гріє – ринковий економіст, Талікан Ісмаїлова – письменниця, переклала киргизською мовою книгу Шарпа «Від диктатури до демократії».

5. 21 листопада 2013 р. по 21 лютого 2014 р. Україна – «Революція гідності». Внаслідок революції було усунуто від влади правлячий режим Януковича, що призвело до смерті багатьох людей.

Розглянемо чіткі особливості проведення даних революцій, та наведемо аргументи причетності до них США. По-перше, що метою проведення у всіх чотирьох революцій – було усунення від влади певних осіб. По-друге – розігрувався один і той же сценарій. «В голові багатьох людей свобода розпалює вогонь, вона змушує їх відчувати владу, вона пробуджує в них почуття прагнути прогресу, і прийде час, коли цей «вогонь свободи» сягне кожного куточка на нашій Землі» - Джордж Буш. Дані революції не були своєрідним явищем, яке виникло внаслідок невдоволення політикою більшість населення країн – це чітка спланована операція. На чолі кожної з цих революцій є її лідер. Серед цих лідерів є: Ів Нарович – лідер студентського молодіжного руху Сербії «Отпор», який усунув від влади Мілошевича; Гіга Бакерія – лідер студентського опозиційного руху Грузії «Кмара», що усунув від влади Шеварнадзе; Владислав Касків – лідер «Помаранчевої революції» в Україні. Ці лідери не просто виконали наказ Буша, щодо зміни влади в цих країнах, їхнє завдання – демократизація всього колишнього Радянського Союзу (Росії, Білорусії, Вірменії, Азербайджану).

Киргизстан – невелика республіка, не є багатою, але важливим елементом її стратегічного значення є її кордон з Китаєм, що являє собою велике стратегічне значення для Москви та Вашингтону. Як Росія, так і США мають там військові бази. Що стосується самої революції, то її початком тавтології був момент заборони місцевою владою проводити масові демонстрації під час виборів – опозиція не задоволена, внаслідок чого студенти збираються вийти на площі. Важливим аспектом було навчання молодих людей проведенню революції (проводилися спеціальні семінари, де американські фахівці їм розповідали що потрібно робити). На семінарах проходили не тільки навчання, систематичний тиск на підсвідомому рівні молоді, наприклад: «Якщо серби змогли провести свою революцію, то чому ви не можете провести свою, ви повинні показати свою силу, за допомогою ваших дій люди зможуть жити вільно та спокійно, разом ви – СИЛА». Процес проведення революції фінансується США: 50 млн. дол. на військову базу, 50 млн. на підсилення «продемократичних» груп. До революції безпосередньо мають відношення неурядові проамериканські організації. Під час революції в Киргизстані суб'єктами НДО були: Майк Стоун («Freedom House» - друкує опозиційну пресу), Брайян Кембелл, Тоні Девід-Гріє (навчає Киргизстан ринкової економіки). Початок революції, та хід її розвитку поклали студенти: квіти, емблеми, лозунги – все це призводило до більшого розвитку революції. Владу просто вигнали за 2 години. Одним із предметів схожості всіх чотирьох

революцій було налагодження добрих зв'язків із поліцією, яка є перешкодою до захоплення влади. Такі дії добре описані у книзі Шарпа «Від диктатури до демократії», що свідчить про одну ознаку причетності США.

Під час «Помаранчевої революції» в Україні було усунуто від влади Віктора Януковича, точніше не допущено його до влади. Як результат цього обрання президентом Віктора Ющенка. Америці необхідно було просунути до влади «свого» кандидата (Віктора Ющенка), а Росії – свого (Віктора Януковича). Тому необхідною умовою було проведення кольорової революції і в Україні, адже вона є не тільки важливим стратегічним об'єктом щодо Росії, але і має досить багаті ресурси. Процес підготовки та проведення революції розігрувався за тим же сценарієм, що і у Сербії та Грузії. Приводом до революції були фальсифікації при голосуванні. Таким чином був запущений механізм протистояння між народом та бандитами (В. Януковичем). Головним завданням у цьому питанні було привернення уваги народу, щодо причетності Януковича до фальсифікації. Після цього все проводилось за інструкцією книги Джина Шарпа «Від диктатури до демократії». Було обрано колір лідера – помаранчевий. Під час революції цим кольором народ України символізував підтримку свого лідера (В. Ющенка). Від кольору пішла назва революції – Помаранчева. Далі все розігрувалося за сценарієм книги Шарпа. Попри все революція пройшла мирно, досягнувши поставленої мети. Серед суб'єктів «Помаранчевої революції» були Владислав Касків та Енджел Краневський – лідер українського «Freedom House».

«Революція Гідності» була однією із найжорстокіших та кривавіших революцій в Україні за часів незалежності. Впродовж революції було побито багато молоді, правоохоронців та просто спостерігачів. Але одним із найжорстокіших епізодів був розстріл мітингувальників. Саме цим закінчилася дана революція. А почалося все неочікувано для США та Росії. Все почалося з відмови підписання асоціації з Європейським Союзом, а на противагу цьому В. Янукович хотів задовільнити потреби Росії та підписання асоціації з Митним Союзом.

Звичайно США на це відреагувало негативно, тому вирішили усунути від влади В. Януковича. Зміст даної революції показав, що дана революція не зможе пройти мирно, адже порушено технологію. Тому необхідно було розпалити ворожнечу між сторонами до такого стану, аби створити хаос у країні. Технологія проведення «Революції Гідності» була подібною до кольорових революцій, але на відміну від них у даній революції присутній ефект самознищення. Це пояснюється тим, що натовп перейшов на стадію тенденційного психогіпнотизування, адже ставилися перш за все життя людей, а вони попри все стояли далі, розуміючи свою смерть.

Дана технологія полягає в упередженому інформаційно-психологічному впливі, який досягається через надзвичайно емоційний виступ лідерів та суб'єктів, заганняючи цим самим об'єкта інформаційного впливу в транс емоційного збудження. Таким чином натовп постійно перебував у збудженому стані та здійснював масові сутички. У «Революції Гідності» допоміжним

суб'єктом був Джон Маккейн – сенатор, колишній кандидат у президенти США.

Під час проведення операцій по усуненню влади найбільш важливою перешкодою на яку слід звернути увагу є правоохоронні органи та армія. Колишній американський морський піхотинець у відставці Боб Хелві акцентує увагу щодо послаблення армії та силових структур за допомогою підризу опорної бази силових структур: «Ви повинні не знищувати їх, а відірвати їх, і привести до думки, що завтра місце натовпу – буде місцем для них». Необхідно запевнити поліцію, що протестувальники не є ворогом – вони є жертвою, не тому, що потрапили до поліції за хуліганство, насамперед задля втілення спільної ідеї – звільнення від негативного правління влади. Таким чином правоохоронні структури перейдуть на сторону натовпу, чим самим забезпечать безперешкодне усунення влади. Головне – це показати себе, так на Україні 2004 року було обрано помаранчевий колір, як символ протесту незаконним виборам. Метод той самий: за декілька місяців до дня виборів секретно організуються семінари для підготовки студентів-лідерів. Принцип роботи семінарів полягає у впевненні учасників семінару у тому, що вони не самі, що є багато людей за кордоном, які готові допомогти їм на шляху до демократії. Внаслідок цього відбувається маніпулювання, молодь впадає у транс «важливої персони». На другому етапі семінарів, коли людина потрапила під вплив проходить безпосереднє навчання (як заснувати організацію, як рекрутувати активістів і людей, як досягати своєї мети, як знайти гроші).

Чому для Америки так важливо провести революцію та усунути владу в колишніх радянських країнах? А тому, щоб ліквідувати головного опонента США – Росію. Саме тоталітарний правлячий режим в Росії занепокоює США, адже якщо порядок Росії буде ще сильнішим, це призведе до тяжкої боротьби з Росією. Потрібно дискредитувати сусідів Росії, тим самим підкравшись в притул та завдати удару в інформаційній сфері. За словами Брюса Джексона, необхідно посіяти в Росії значну частину демократії, яка породжуватиме в країні безлад та непокору. Цим самим вони знищать самі себе.

ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Права НДО згідно Закону України «Про громадські об'єднання».
2. Характерні ознаки НДО. Основні види діяльності НДО.
3. Характеристика діяльності американських НДО в Україні.
4. можливі негативні наслідки від діяльності НДО
5. Революції як сучасний метод усунення від влади непідконтрольних урядів.
6. Основні положення книги Шарпа Д. «Від диктатури до демократії».
7. Особливості підготовки та проведення революцій.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДІЛУ 4

1. Інформаційна безпека держави: підручник / [В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк, Д.С.Мельник та ін.]; в 2 т. / – К. : Вид-во ІСЗЗІ НТУУ «КПІ», 2016. – Т. 2. – 328 с.
2. Информационно-психологическое противоборство: учебник / [Петрик В. М., Присяжнюк Н. Н., Жарков Я. Н. и др.]; под ред. В. М. Петрика. — К.: Изд-во ИССЗИ КПИ им. Игоря Сикорского, 2018. – 374 с.
3. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти): підручник / [Петрик В. М., Остроухов В. В., Присяжнюк М. М. та ін.]; за ред. Є. Д. Скулиша. – К., 2010. – 776 с.
4. Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации: учеб. пособ. / [Петрик В. М., Остроухов В. В., Штоквиш А. А. и др.]; под ред. В. В. Остроухова. – К., 2008. – 544 с.
5. Кара-Мурза С.Г. Правда про «помаранчеву революцію». – К.: Оріяни, 2007. – 128 с.
6. Кара-Мурза С.Г., Александров А.А., Мурашкин М.А., Телегин С.А. Оранжеваямина. – М.: Алгоритм, 2008. – 240 с.
7. Кара-Мурза С.Г., Александров А.А., Мурашкин М.О., Телегин С.А. Революції на экспорт. – К.: Оріяни, 2007. – 544 с.
8. Шарп Джин. Від диктатури до демократії: концептуальні засади здобуття свободи/ Ін-т ім. А. Енштейна, 2012 – 84 с.

РОЗДІЛ 5.

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ НА ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР УКРАЇНИ РОСІЙСЬКИХ ТА ПРОРОСІЙСЬКИХ НЕУРЯДОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

5.1. Характеристика діяльності російських і проросійських неурядових організацій в Україні

Діяльність проросійських та російських неурядових організацій була спрямована на дестабілізацію ситуації в Україні з періоду незалежності, до моменту заборони їх діяльності. В цьому напрямку вони виконували ряд завдань:

- інформування громадськості України про зовнішньополітичні пріоритети Російської Федерації на пострадянському просторі, нав'язування проросійських поглядів;

- пропагування ідей єдності східнослов'янських народів, з використанням історичних засобів, для просування російських пріоритетів зовнішньої політики;

- поширення серед російськомовного населення України атмосфери невдоволеності українською державною політикою та (таким чином) створення, передумов для нестабільності в регіонах його компактного проживання;

- формування суспільної думки в інтересах Росії та негативного ставлення до інтеграції України в світові структури, в першу чергу в НАТО та ЄС;

- перешкоджання реалізації державних програм і планів, спрямованих на європейську і євроатлантичну інтеграцію України, в тому числі й проведенням громадських акцій;

- демонстрація Росії в образі світового центру сили, держави-заступниці російськомовного населення України, гаранта стабільності і безпеки.

Діяльність неурядових організацій може нести за собою наступні негативні наслідки:

1. Розроблення механізму іноземного втручання у внутрішні та зовнішні справи нашої держави.

2. Збір з легальних позицій різнопланової інформації (про соціально-політичне життя, економічний та оборонний потенціал України тощо).

3. Здійснення СІО та АІВ проти України шляхом розповсюдження відповідної інформації, спрямованої на дискредитацію окремих державних діячів, підрив внутрішньої стабільності та міжнародного авторитету України.

4. Створення умов для виїзду закордон провідних українських вчених та талановитої молоді.

5. Використання спецслужбами іноземних держав для проведення розвідувально-підривних заходів.

6. Розпалювання конфліктів на національному, релігійному, соціальному ґрунті та провокування масових заворушень.

7. Територіальні претензії до України.

8. Підтримка автономістських ідей і сепаратистських сил частини населення України, надання їм моральної та матеріальної допомоги.

Неурядові проросійські організації в Україні існували давно, та багато з них існує і дотепер. Основної шкоди для держави вони нанесли в період 2013-2014 років. В цей час вони активізували весь свій потенціал.

На території України діяла велика кількість неурядових проросійських та російських організацій. Такі як:

Всеукраїнська громадсько-педагогічна організація “Російська школа” (голова – Кондряков Олександр Миколайович),

Всеукраїнська громадська організація "Правозахисний громадський рух "Російськомовна Україна" (голова – Колесніченко Вадим Васильович),

Всеукраїнське громадське об'єднання „За Україну, Білорусь і Росію” (ЗУБР – Мазур Олена Анатоліївна),

Всеукраїнська громадська організація "Російсько-український інтеграційний форум" (голова – Яковлев В.Т.),

Всеукраїнське об'єднання „Спадкоємці Богдана Хмельницького” (голова – Грач Леонід Іванович),

Громадська організація „Російська община України” (голова – Шуров Костянтин Вікторович),

Громадська організація “Союз вірних козаків” (отаман СВК – Селіванов Олексій Сергійович),

Міжнародна Козацька Спілка "Всевелике військо Донське" (голова – Постолак О.В.),

Громадське об'єднання “Культурно-мовне рівноправ'я” (голова – Генадій Макаров),

Донецька обласна громадська організація „Донбаська Русь” (лідер – Білоцерківська Наталія Михайлівна),

Конгрес Російських організацій України (голова – Базилюк Олександр Филімонович),

Національне культурно-просвітницьке товариство „Російське зібрання” (голова – Потапова Алла В'ячеславівна),

Міжнародна громадська організація "Всесвітній Російський Собор" (голова – Одинцов М.П.),

Українське товариство російської культури „Русь” (голова – Єрмолова Валентина Іванівна).

Найбільш впливовими проросійськими неурядовими організаціями в Україні є:

Всеукраїнська громадська організація “Російський Рух України” (голова – Свистунов Олександр Григорович).

Всеукраїнський союз громадських організацій “Об'єднання організацій співвітчизників «Російське співтовариство» (голова – Коновалов Сергій Миколайович).

Міжнародний Євразійський Рух (голова – Дугін Олександр Гельєвич).

Слов'янський комітет України (голова – Лавриненко Микола Федорович).

Український філіал Інституту країн СНД (директор – Денисов Денис Олегович).

Всеукраїнська громадська організація “Російський рух України”

Всеукраїнська громадська організація “Російський Рух України” зареєстроване 7 вересня 1999 року. Воно було створене львівським підприємцем Свистуновим Олександром Григоровичем, який є його головою. На сьогодні Російський Рух України нараховує 46 тисяч членів та має свої філіали в усіх регіонах України. Завдання Руху – розгортання в масштабах України потужного руху, який включає всі складові російського етносу.

Характерною ознакою Руху є відмова від боротьби на президентських виборах і перенесення політичної боротьби в область парламентських виборів. Російський Рух України надає перевагу східному вектору розвитку держави. Рух вважає, що об’єктивно сфера економічних, політичних, культурних та інших інтересів України знаходиться на східному напрямку: «Майбутнє України – в тісному міждержавному союзі Білорусі, України й Росії». В своєму складі Російський Рух України мав потужну організацію – Російський Рух Криму.

Слов’янський комітет України

Слов’янський комітет України (СКУ) зареєстрований Міністерством юстиції України 23.09.1999 року за № 1227 як громадська організація. Ініціатором створення став Кирпель І.І., ідею підтримали Комуністична партія України, Соціалістична партія України, Селянська партія України та представники інших партій і безпартійні громадяни. Організація видає журнал «Славянская нива» і газету «Славянский вектор».

Метою діяльності організації є сприяння зміцненню дружби між близькими за походженням і культурою народами зі слов’янським корінням, боротьба проти американізації суспільства, яка «псує молоде покоління, позбавляє його майбутнього, розпалює міжнаціональні і міжнародні протиріччя».

Декларованими завданнями Слов’янського комітету України є:

- сприяння миру та співробітництву між всіма народами;
- пропаганда культурних та моральних цінностей слов’янства, в тому числі й української етнопедагогіки;
- участь у встановленому порядку у здійсненні освітніх заходів серед населення та навчанні членів СКУ;
- надання безоплатних консультаційних послуг для членів СКУ;
- сприяння розвитку різнобічних зв’язків і відносин між слов’янськими народами та їх діаспорами в різних країнах світу;
- сприяння інтеграційним процесам в економіці, політиці та інших сферах життєдіяльності слов’янських країн як на державному рівні, так і методами народної дипломатії.

В резолюції V-го з’їзду СКУ від 19 листопада 2014 року серед іншого сказано, що «за очевидного втручання Держдепу США та високих чиновників Євросоюзу в країні (Україні) здійснені збройний переворот і знущення над

Комуністичною партією України. Офіційно оголошено курс на знищення всього, що пов'язано із радянським періодом, в першу чергу символів і пам'ятників. Вандалізм крокує по всій Україні за згоди перших осіб держави». Фраза із резолюції, що «в країні будуть пропагуватися русофобні настрої, притискатися російська мова і обіднятися українська культура за причини орієнтування її на західні зразки і стандарти» взагалі відповідає ключовим тезам проросійської пропаганди.

Російське співтовариство

Організації, які входять до складу «Російського співтовариства» здійснюють свою діяльність в Києві, Севастополі, Криму і 20 областях України. Голова Вищої Ради Сергій Коновалов заявив, що «Російське співтовариство» – це об'єднання рівних заради вирішення спільних завдань, що є заявкою на лідерство в російському об'єднувальному русі. Станом на 11 травня 2008 року до складу «Російського співтовариства» входило 55 організацій. П'ятдесять п'ятою організацією стала Російська община Дніпропетровська.

«Російське співтовариство» підтримує таку позицію:

- якщо російське керівництво буде не тільки попереджати про можливу «симетричну відповідь», але й на практиці здійснювати це, тоді українській адміністрації доведеться коректувати свою внутрішню і зовнішню політику в сторону розвитку конструктивної східнослов'янської взаємодії;

- в умовах порушення прав російсько-культурного співтовариства в Україні, «коли ми стоїмо на порозі розгортання на землі Київської Русі сценаріїв, подібних до югославського і косівського, коли Україна може стати в арсеналі НАТО зброєю, спрямованою проти Росії, вона повинна не тільки на словах, але й на ділі адекватно реагувати».

Український філіал Інституту країн СНД

Інститут країн СНД (Інститут діаспори й інтеграції) є автономною некомерційною організацією, яка була заснована 11 квітня 1996 року в Москві. Засновниками виступили Інститут уряду Москви, інститути Російської академії наук, МГІМО МЗС РФ, Московський державний університет.

Органами керівництва Інституту є Спостережна Рада і Колегія. Безпосереднє керівництво Інститутом здійснює його директор Затулін Костянтин Федорович, депутат Державної Думи Росії, перший заступник голови Комітету Думи у справах СНД і зв'язків зі співвітчизниками. Директором Української філії Інституту країн СНД є Денисов Денис Олегович.

В штаті Інституту на постійній основі працюють близько 20 спеціалістів-експертів. В Інституті працюють відділи України і Криму, Білорусі, Казахстану і Середньої Азії, Кавказу, економічної інтеграції країн СНД, воєнних і оборонних проблем СНД, порівняльного вивчення законодавства країн СНД, російської діаспори і зв'язків зі співвітчизниками.

Головною метою діяльності Інституту є визначення і наукове забезпечення російських інтересів на території колишнього СРСР. Основними напрямками діяльності інституту є: комплексне вивчення процесів, які відбуваються в колишніх союзних республіках, прогнозування їх внутрішньої і зовнішньої

політики, розробка моделей економічної, політичної, воєнної і культурної інтеграції на пострадянському просторі. Правозахисна діяльність на території країн СНД, підтримка російської мови, російської культури та російського населення для чого здійснюється збір і обробка інформації про стан співвітчизників на близькому зарубіжжі. Підтримання зв'язків з російською діаспорою й еміграцією за кордоном, моніторинг етнічно-соціальних і воєнно-політичних конфліктів на території колишнього СРСР та вироблення рекомендацій з їх вирішення і попередження.

Багато років Затулін керував російською некомерційною організацією Інститут країн СНД. Зазвичай некомерційні організації цивілізованих країн займаються спонсоруванням культурних проєктів, гуманітарних ініціатив та налагодженням діалогу між державами. Інститут країн СНД існує лише для збагачення його керівництва. Український філіал цього інституту був місцем примноження сепаратизму.

Київський філіал Інституту спочатку очолював Володимир Корнілов, автор настільної книги для східних сепаратистів Донецько-Криворізьська республіка. Також він займався розтратою грошей, які виділяла Москва на свої проєкти. Уся діяльність філіалу зводилась до круглих столів, де створювалися сепаратистські ідеї, та плани їх реалізації.

Після того, як Корнілов переїхав до Нідерландів, київський філіал очолив Денис Денисов. На даний момент Денисов втік до Москви, де постійно з'являється на пресконференціях щодо Новоросії в якості спікера.

Київський філіал замість того, щоб знаходити і вирощувати адекватних кадрів для «російської України» займався лише вихованням сепаратистів та розкраданням грошей з Москви.

Користувачами інформацією Інституту є дослідницькі центри Російської академії наук, неакадемічні державні інститути, аналітичні організації, департаменти уряду Москви, комітети Державної Думи і Ради Федеральних Зборів РФ, Міністерство закордонних справ Росії, Урядова комісія із справ співвітчизників за кордоном, комерційні і банківські структури. Інститут підтримує в режимі online інформаційно-аналітичний Інтернет - портал «Материк» (www.materik.ru).

Центральний офіс Інституту в Москві знаходиться за адресою: 119180, Москва, вул. Б. Полянка, д. 7/10, буд. 3 (Старомонетний пер., б. 10). Телефон: (495) 959-34-51, 959-34-52, факс: (495) 959-34-49, URL: www.zatulin.ru, e-mail: institute@materik.ru, institute@zatulin.ru.

Має філіал в Києві: e-mail: dendenole@mail.ru, institute.stransng@mail.ru.

Філіал у Севастополі: e-mail: sevastopol_55@mail.ru.

Останнім часом діяльність Інституту в Україні була практично скорочена і зводиться до надання новин на сайті Української філії.

Міжнародний Євразійський Рух

Міжнародний громадський рух «Євразійський Рух» був заснований в 2003 році. Згідно статуту Євразійського Руху, затвердженого 20 листопада 2003

року, місцезнаходженням організації є місто Москва, але його діяльність активно поширюється на території України.

Керівник – Дугін Олександр Гельович.

Декларованими цілями Євразійського Руху є:

- сприяти діалогу народів, культур, цивілізацій і конфесій Євразійського континенту;

- сприяти активізації економічних, соціальних, політичних, конфесійних і інших контактів між народами Європи і Азії;

- сприяти підготовці основи для подальшого об'єднання Євразійського материка в єдиний відкритий простір.

Основні напрямки діяльності Євразійського Руху:

- розробка й реалізація міжнародних, федеральних, регіональних освітніх і культурних програм, а також програм захисту економічних, соціальних, національних і правових інтересів громадян та народів багатонаціональної Росії, російських громадян закордоном і вимушених переселенців;

- сприяння розробці і реалізації програм розвитку територій і регіонів Росії;

- організація, проведення й фінансування вивчення громадської думки, соціологічні дослідження і опитування, масові заходи за своєю тематикою.

Значний ідеологічний вплив на території автономної республіки Крим (особливо у період 2005-2009 роки) проводили Міжнародний «Євразійський рух», «Союз євразійської молоді» (керівник – Павло Заріфулін, а українського осередку – Константан Книрик) та «Інститут країн СНД» (лідери - Константан Затулін, Кирилл Фролов), які тісно співпрацюють між собою.

Євразійство – ідейна і суспільно-політична течія першої хвилі російської еміграції, об'єднана концепцією російської культури як неєвропейського феномена, який володіє в ряді культур світу унікальним поєднанням західних і східних рис, та в одночас належить Заходу і Сходу, а також не ставлячись ні до того, ні до іншого. Незважаючи на свій чітко виражений інтерес до метафізичних проблем російської і світової культури та історії, представники цієї течії були абстрактними мислителями і тяжіли не стільки до філософії (культури й історії), скільки до різних областей конкретного гуманітарного знання.

До складу Вищої ради Міжнародного «Євразійського руху» входять відомі російські державні діячі. Діяльність Міжнародного «Євразійського руху» активно підтримується керівництвом РФ і тому видворення Олександра Дугіна призвело до відповідної реакції з боку РФ, а саме видворення Миколи Жулинського, радника тодішнього Президента України (Віктора Ющенка), винесення на офіційні переговори питання щодо персон, які не підлягають в'їзду до РФ та України.

Саме ця організація влаштувала акт вандалізму з використанням активістів «Союзу євразійської молоді» на Говерлі 18 жовтня 2007 року. Коли було знищено дві пам'ятки української символіки, пам'ятний знак присвячений Конституції України та Тризуб. Пізніше ця ж організація вчинила акт

вандалізму в Українському культурному центрі в Москві, присвяченому Голодомору в Україні в 1932-1933 роках.

Членами Міжнародного Євразійського союзу були такі відомі люди, як:

Соколов А.С. – міністр культури РФ;

Торшин О.П. – віце-спікер Ради Федерації ФС РФ;

Аслаханов А.М. – помічник Президента РФ;

Маргелов М.В. – голова Міжнародного комітету Ради Федерації; депутат Парламентської асамблеї Ради Європи (ПАРЄ), голова фракції «Європейської демократичної партії» в ПАРЄ,

Таджуддін Т.С. – Верховний муфтії Центрального Духовного Управління мусульман Росії та Європейських країн СНД;

Сагалаєв Е.М. – президент Національної асоціації телерадіомовників, член правління Академії Російського телебачення, доктор політичних наук, професор (Росія);

Борисов А.С. – міністр культури Республіки Саха (Якутія), ректор Арктичного Державного інституту культури та мистецтва, Голова «Євразійського творчої спілки», академік;

Галлуа Пьер-Марі – генерал, фахівець в питаннях стратегії і геополітики (Франція);

Калюжний В.І. – надзвичайний та повноважений Посол РФ в Республіці Латвія;

Рюриков Д.Б. – надзвичайний і повноважений Посол РФ в Королівстві Данія;

Абдиманатов С.А. – ректор Євразійського національного університету імені Льва Гумільова (Казахстан, Астана);

Джумагулов А.Дж. – надзвичайний і повноважений посол Республіки Киргизстан, голова Ради Директорів компанії «Postnoff»;

Чернишов А.С. – надзвичайний і повноважений посол РФ, Голова «Ради послів РФ», президент Товариства російсько-турецької дружби «Рутам»;

Єфімов М.М. головний редактор газети «Червона Зірка»;

Матусевич Є.В. – директор Академії управління при Президентові Республіки Білорусь, директор науково-дослідного інституту теорії та практики державного управління Республіки Білорусь;

Ніфадьов В.І. – ректор Киргизько-російського Слов'янського Університету (Киргизстан, Бішкек);

Масів Р.М. – директор інституту історії, археології та етнографії імені Ахмада Доніша Академії Республіки Таджикистан (Таджикистан);

Есенов М.К. – директор Центру Соціально-політичних досліджень «Центральна Азія і Кавказ» (Швеція), доктор політології;

Рисбек Т.З. – ректор Західно-Казахстанської Державного університету імені Махамбета Утемісова, професор (Казахстан);

Корчинський Д.А. – керівник об'єднання «Братство» (Україна);

Вітренко Н.М. – керівник Прогресивної Соціалістичної партії України (Україна);

Юзбеков З.К. – керівник територіального управління Держкоммайна РФ «Московський державний університет», професор;

Жафяров А.Г. – начальник відділу політичних партій і громадських рухів Міністерства Юстиції РФ (Росія);

Хазін М.Л. – економіст, публіцист (Росія);

Цагарішвілі С.А. – академік РАН, віце-президент Товариства грузин Росії;

Бедюров Б. Я. – голова конгресу народів Гірського Алтаю, секретар Спілки письменників Росії (Росія);

Кривошеєв С.А. – аналітик, експерт з питань міжнародних та міжконфесійних відносин;

Перінчек Догові – голова «Робітничої Партії Туреччини» (Туреччина);

Юкіко Кураїва – доктор Університету префектури Івате (Японія);

Парвулеско Жан – письменник, геополітик (Франція);

Граціані Тіберіо – головний редактор журналу «Євразія, геополітичні дослідження» (Італія);

Алексич Міла Ніколіч – голова Конгресу Сербів Європи і Євразії (Франція, Сербія і Чорногорія).

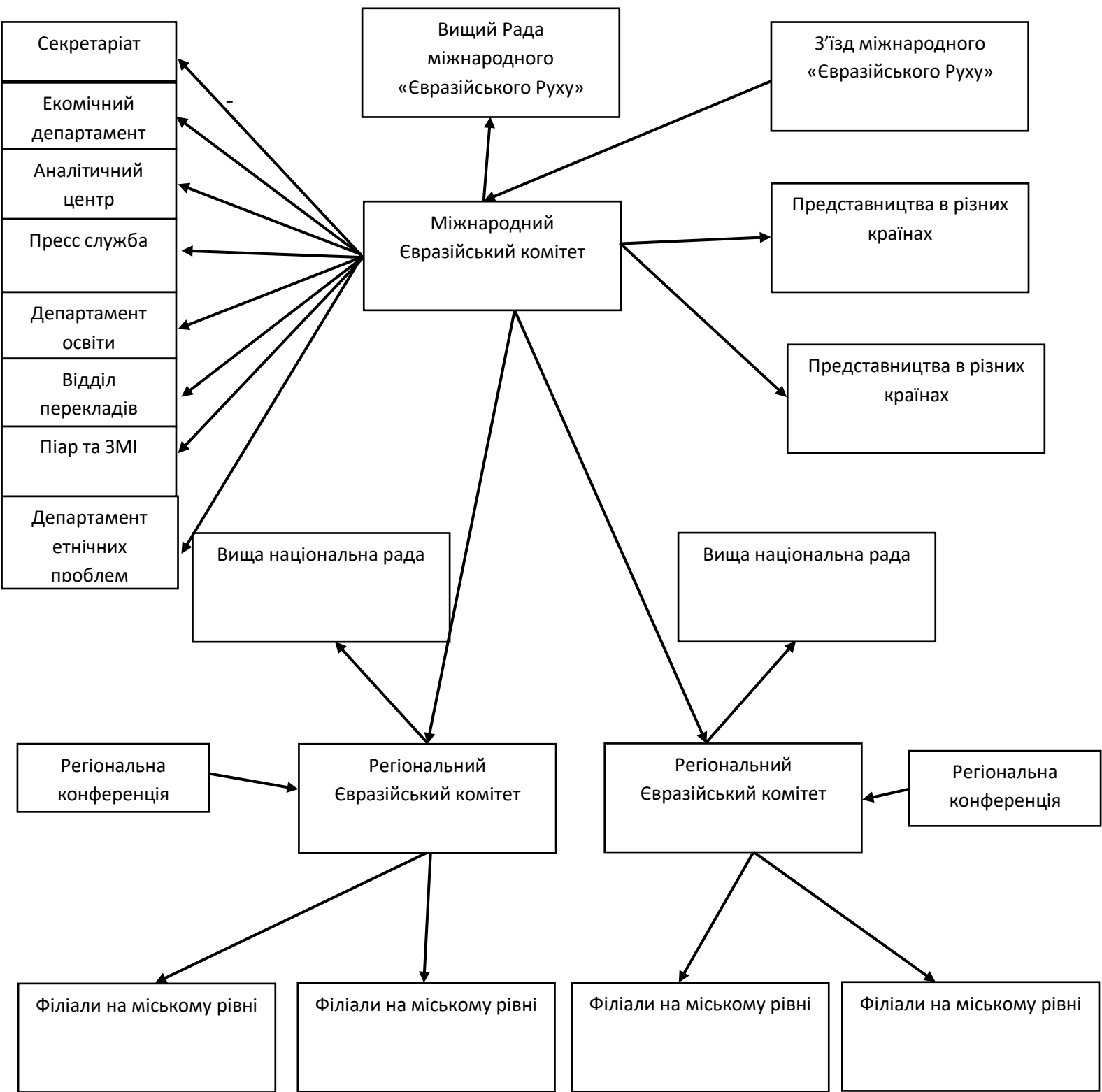


Рис. 1. Структурна схема міжнародного Євразійського руху

Церковні братства. Для розпалювання ідей автономізму, сепаратизму та російського шовінізму активно залучалися представники Руської православної церкви та Української православної церкви Московського патріархату (УПЦ МП), а також різноманітні братства УПЦ МП: Союз православних народів, «Единое отечество» (керівник обох організацій – Валерій Кауров), Союз православних братств (керівник – Валентин Лукіяник), Союз православних журналістів (А.Новікова, О.Калугіна), Шлях православних (керівник – Олександр Попов), Православне братство ім. Олександра Невського (український лідер – Юрій Єгоров), Чорна сотня (чорносотенці), Православне братство царя-мученика Миколи II та ін. Звернула на себе увагу діяльність проросійських організацій «Единое отечество», Союз православних народів, які постійно приймали участь в акціях протесту, а також розповсюджували інформацію, зокрема через Інтернет-сайти, що дискредитували зовнішню та внутрішню політику України і окремих державних діячів. Варто зазначити, що колишнім керівником УПЦ МП, діяльність Валерія Каурова і Валентина Лукіяника була визнана антицерковною, деструктивною і такою, що вносить смуту в церковне і суспільне життя. Тому їх було відлучено від церковного спілкування.

5.2. Особливості російської нешовіністичної ідеології О. Дугіна та її історичне підґрунтя

Дугін Олександр Гельович – російський громадський діяч, філософ, перекладач, політолог, публіцист фашистського напрямку, засновник ідейного руху «неоєвразійство». Автор Четвертої політичної теорії, яка на його думку повинна бути наступним кроком у розвитку політики після перших трьох: лібералізму, соціалізму і фашизму. Політична діяльність Дугіна спрямована на створення євразійської наддержави через інтеграцію Росії з колишніми радянськими республіками в новий Євразійський Союз. Встановлення неонацистської диктатури, на думку Дугіна, неминуче призведе до національно-визвольної боротьби в Криму і на Сході України, причому Київ в боротьбі з «бунтівними» регіонами не зупиниться перед геноцидом російського населення, що проживає в них, Росія змушена буде втрутитися в конфлікт, проте її втручання може вилитися в протистояння з Америкою. Основоположником неоєвразійського руху. Сам Дугін не є автором цих ідей, він лише викладає своє бачення ідей, які він запозичив у видатних філософів різних країн, таких як Фрідріх Ратцель, Рудольф Челлен, Фрідріх Науманн, Хелфорв Макиндер, Альфред Мехен, Видаль де ля Блаш, Ніколас Спикмен, Карл Хаусхофер, Карл Шмітт та Петро Савіцький.

Фрідріх Ратцель.

У своїй роботі «Політична географія» Ратцель показує, що земля є основоположною, незмінною даністю, навколо якої обертаються інтереси народів. Рух історії зумовлено землею і територією. Далі слідує еволюціоністський висновок про те, що «держави є живим організмом», але

організмом «вкоріненим в землі». Держава складається з територіального рельєфу і масштабу та з осмислення їх народом. Таким чином, в Державі відбивається об'єктивна географічна даність і суб'єктивне загальнонаціональне осмислення цієї даності, виражене в політиці. «Нормальною» Державою Ратцель вважає таку, яка найбільш органічно поєднує географічні, демографічні та етнокультурні параметри нації.

Він пише: «Держави на всіх стадіях свого розвитку розглядаються як організми, які з необхідністю зберігають зв'язок зі своєю землею і тому повинні навчатися з географічної точки зору. Як показують етнографія та історія, держави розвиваються на просторовій базі, все більше і більше зливаються з нею, витягуючи з неї все більше і більше енергії. Таким чином, держави є просторовими явищами, які цей простір оживляють, і описувати, порівнювати, вимірювати їх повинна географія. Держави вписуються в серію явищ експансії Життя, будучи вищою точкою цих явищ» («Політична географія»).

З такого «організаційного» підходу чітко видно, що просторову експансію держави Ратцель розуміє як природний живий процес, подібний росту живих організмів.

«Органічний» підхід Ратцеля позначається і в ставленні до самого простору (Raum). Це «простір» переходить з кількісної матеріальної категорії в нову якість, стаючи «життєвою сферою», «життєвим простором» (Lebensraum), якогось «геобіосередовища». Звідси випливають два інших важливих терміни Ратцеля – «просторовий сенс» (Raumsinn) і «життєва енергія» (Lebensenergie). Ці терміни близькі один до одного і позначають якусь особливу якість, властиву географічним системам і зумовлюють їх політичне оформлення в історії народів і держав.

Всі ці тези є основними принципами геополітики, в тій формі, в якій вона розвинеться дещо пізніше у послідовників Ратцеля. Більш того, ставлення до держави як до «живого просторового, вкоріненого в землі організму» є головною думкою і віссю геополітичної методики. Такий підхід орієнтований на синтетичне дослідження всього комплексу явищ, незалежно від того, чи належать вони до людської або нелюдської сфери. Простір як конкретне вираження природи, навколишнього середовища, розглядається як безперервне життєве тіло етносу, що населяє цей простір. Структура матеріалу сама диктує пропорції кінцевого твору мистецтв.

У цьому сенсі Ратцель є прямим послідовником всієї школи німецької «органічної» соціології, найбільш яскравим представником якої був Фердинанд Теніс.

Ставлення до держави як до живого організму передбачало відмову від концепції «непорушності кордонів». Держава народжується, росте, вмирає, подібно живій істоті. Отже, його просторове розширення і стиснення є природними процесами, пов'язаними з його внутрішнім життєвим циклом. Ратцель у своїй книзі «Про закони просторового зростання держав» виділив сім законів експансії:

- 1) Розмір Держав збільшується в міру розвитку їх культури.

2) Просторове зростання Держави супроводжується іншими проявами його розвитку: в сферах ідеології, виробництва, комерційної діяльності, потужного «випромінювання, що притягується», прозелітизму.

3) Держава розширюється, поглинаючи і абсорбуючи політичні одиниці меншої значущості.

4) Кордон це орган, розташований на периферії Держави (понятого як організм).

5) Здійснюючи свою просторову експансію, Держава прагне охопити найважливіші для її розвитку регіони: узбережжя, басейни річок, долини і взагалі всі багаті території.

6) Початковий імпульс експансії приходить ззовні, так як Держава провокується на розширення за рахунок держави (або території) з нижчою цивілізацією.

7) Загальна тенденція до асиміляції або абсорбції слабших націй підштовхує до ще більшого збільшення територій в русі, яка підживлює сама себе.

Не дивно, що багато критики дорікали Ратцелю в тому, що він написав «Катехізіс для імперіалістів». При цьому сам Ратцель аж ніяк не прагнув будь-якою ціною виправдати німецький імперіалізм, хоча і не приховував, що дотримувався націоналістичних переконань. Для нього було важливо створити концептуальний інструмент для адекватного розуміння історії держав і народів в їх відношенні з простором. На практиці ж він прагнув пробудити «Raumsinn» («почуття простору») у вождів Німеччини, для яких найчастіше географічні дані сухої академічної науки представлялися чистою абстракцією.

Рудольф Челлен і Фрідріх Науманн.

Челлен запропонував 4 неологізми, які, на його думку, повинні були скласти основні розділи політичної науки:

екополітика («вивчення Держави як економічної сили»);

демополітика («дослідження динамічних імпульсів, що передаються народом Держави»; аналог «Антропогеографії» Ратцеля);

соціополітика («вивчення соціального аспекту Держави»);

кратополітика («вивчення форм правління та влади в співвідношенні з проблемами права і соціально-економічними факторами»).

Але всі ці дисципліни, які Челлен розвивав паралельно геополітиці, не отримали широкого визнання, тоді як термін "геополітика" стійко утвердився в найрізноманітніших колах.

У своїй основній праці «Держава як форма життя» (1916) Челлен розвинув постулати, закладені у праці Ратцеля. Челлен, як і Ратцель, вважав себе послідовником німецького «органіцизму», що відкидає механіцистський підхід до держави і суспільства. «Відмова від строгого поділу предметів вивчення на «бездушні об'єкти» і «людські суб'єкти» (діячі) є відмінною рисою більшості геополітиків. У цьому сенсі показова сама назва основної праці Челлена.

Челлен розвинув геополітичні принципи Ратцеля стосовно конкретної історичної ситуації в сучасній йому Європі.

Він довів до логічного кінця ідеї Ратцеля про «континентальну державу» стосовно Німеччини. І показав, що в контексті Європи Німеччина є тим простором, який володіє осьовим динамізмом і який покликаний структурувати навколо себе інші європейські держави. Першу світову війну Челлен інтерпретував як природний геополітичний конфлікт, що виник між динамічною експансією Німеччини («країни Осі») та протидіяти їй периферійними європейськими державами (Антанта). Різниця в геополітичній динаміці зростання низхідних для Франції і Англії і висхідних для Німеччини визначили основний розклад сил. При цьому, з його точки зору, геополітичне ототожнення Німеччини з Європою неминуче і невідворотне, незважаючи на тимчасову поразку у Першій світовій війні.

Челлен закріпив намічену Ратцелем геополітичну максиму, інтереси Німеччини (= інтереси Європи) протилежні інтересам західноєвропейських держав (особливо Франції та Англії). Але Німеччина держава «юна», а німці «юний народ». (Ця ідея «юних народів», якими вважалися росіяни та німці, походить від Ф. Достоєвського, не раз цитованого Челленом.) «Юні» німці, натхненні «середньоєвропейським простором», повинні рухатися до континентальної держави планетарного масштабу за рахунок територій, контрольованих «старими народами» французами і англійцями. При цьому ідеологічний аспект геополітичного протистояння вважався Челленом другорядним.

Хоча Челлен сам був шведом і наполягав на зближенні шведської політики з німецькою, в його геополітиці етичні уявлення про самостійне значення німецького простору точно збігаються з теорією «Середньої Європи», розвиненою Фрідріхом Науманном. У своїй книзі «Mitteleuropa» (1915) Науманн дав геополітичний діагноз, тотожний концепції Рудольфа Челлена. З його точки зору, для того, щоб витримати конкуренцію з такими організованими геополітичними утвореннями як Англія, США і Росія, народи, які населяють центральну Європу, повинні об'єднатися і організувати новий інтегрований політико-економічний простір. Основою такого простору будуть німці.

«Mitteleuropa» на відміну від чистих «пангерманістських» проектів була вже не національним, але суто геополітичним поняттям, в якому основне значення приділялося не етнічній єдності, а спільності географічної долі. Проект Науманна мав на увазі інтеграцію Німеччини, Австрії, придунайських держав і, в далекій перспективі, Франції.

Геополітичний проект підтверджувався і культурними паралелями. Сама Німеччина як органічна освіта ототожнювалася з духовним поняттям «Mittellage», «серединне положення». Це ще в 1818 році сформулював Арндт: «Бог помістив нас в центрі Європи, і ми (німці) серце нашої частини світу».

Через Челлена і Науманна «континентальні» ідеї Ратцеля поступово набували відчутних рис.

Гелфорд Макіндер

Першим і найбільш яскравим виступом Макіндера була його доповідь «Географічна вісь історії», опублікована в 1904 році в «Географічному журналі». У ньому він виклав основу свого бачення історії і географії, розвиненого в подальших працях. Цей текст Макіндера можна вважати головним геополітичним текстом в історії цієї дисципліни, так як в ньому не тільки узагальнюються всі попередні лінії розвитку «політичної географії», але й формулюється основний закон цієї науки. Макіндер стверджує, що для держави найбільш вигідним географічним положенням було б серединне, центральне положення. Центральність – поняття відносне, і в кожному конкретному географічному контексті воно може варіюватися. Але з планетарної точки зору, в центрі світу лежить Євразійський континент, а в його центрі «серце світу» або «heartland». «Heartland» це зосередження континентальних мас Євразії. Це найбільш сприятливий географічний плацдарм для контролю над усім світом.

«Heartland» є ключовою територією в загальному контексті в межах Світових Островів (World Island). У Світовий Острів Макіндер включає три континенти Азію, Африку та Європу.

У самому центрі «географічна вісь історії» або «осьової ареал» (pivot area). Це геополітичне поняття, географічно тотожне Росії. Та ж «осьова» реальність називається «heartland», «земля Серцевини».

Далі йде «внутрішній або околичний півмісяць (inner or marginal crescent)». Це пояс, що співпадає з береговими просторами євразійського континенту. Згідно Макіндера, «внутрішній півмісяць» являє собою зону найбільш інтенсивного розвитку цивілізації. Це відповідає історичній гіпотезі про те, що цивілізація виникла спочатку на берегах річок або морів, на так званій «Потамічній теорії». Треба зауважити, що остання теорія є суттєвим моментом всіх геополітичних конструкцій. Перетин водного і сухопутного просторів є ключовим фактором історії народів і держав. Ця тема в подальшому спеціально буде розвинена у Шмітта і Спінкмена, однак, першим вивів цю геополітичну формулу саме Макіндер.

Далі йде більш зовнішнє коло: «зовнішній чи острівний півмісяць» (outer or insular crescent). Ця зона цілком зовнішня щодо материкової маси Світових Островів (World Island).

Макіндер вважає, що весь хід історії детермінований наступними процесами. З центру «heartland'a» на його периферію чиниться постійний тиск так званій «Розбійників суші». Особливо яскраво і наочно це відбилося в період монгольських завоювань. Але перед ними були скіфи, гуни, алани і т.д. Цивілізації, що виникають з «географічної осі історії», з внутрішніх просторів «heartland'a» мають, на думку Макіндера, «авторитарний», «ієрархічний», «недемократичний» і «некомерційні характер». У стародавньому світі він втілений в суспільстві, подібному Спарті або Стародавньому Риму.

Ззовні, з регіонів «острівного півмісяця», на Світові Острови здійснюється тиск. Це колоніальні експедиції, що виникають з неєвразійського центру, які

прагнуть врівноважити сухопутні імпульси, що виникають з внутрішніх меж континенту. Для цивілізації «зовнішнього півмісяця» характерні «торговий» характер і «демократичні форми» політики. У давнину таким характером відрізнялися Афінська держава або Карфаген.

Історія, згідно з Макіндер, географічно обертається навколо континентальної осі. Ця історія ясніше за все відчувається саме в просторі «внутрішнього півмісяця», тоді як в «heartland'a» панує «застиглий» архаїзм, а у «зовнішньому півмісяці» якийсь цивілізаційний хаос.

Макіндер поділяє всю геополітичну історію світу на три етапи:

1) Доколумбова епоха. У ній народи, що належать периферії Світових Островів, наприклад, римляни, живуть під постійною загрозою завоювання з боку сил «серцевої землі». Для римлян це були германці, гуни, алани, парфяни і т.д. Для середньовічної ойкумени золота орда.

2) Колумбова епоха. В цей період представники «внутрішнього півмісяця» відправляються на завоювання невідомих територій планети, не зустрічаючи ніде серйозного опору.

3) Постколумбова епоха. Незавойованих земель більше не існує. Динамічні пульсації цивілізацій приречені на зіткнення, тягнучи народи землі у вселенську громадянську війну.

Ця періодизація Макіндера з відповідними геополітичними трансформаціями підводить нас впритул до новітніх тенденцій в геополітиці.

Альфред Мехен

Для Мехена головним інструментом політики є торгівля. Військові дії повинні лише забезпечувати найбільш сприятливі умови для створення планетарної торгової цивілізації. Мехен розглядає економічний цикл в трьох моментах:

- 1) виробництво (обмін товарів і послуг через водні шляхи)
- 2) навігація (яка реалізує цей обмін)
- 3) колонії (які забезпечують циркуляцію товарообміну на світовому рівні).

Мехен вважає, що аналізувати позицію і геополітичний статус держави слід на підставі 6 критеріїв.

1. Географічне положення Держави, його відкритість морям, можливість морських комунікацій з іншими країнами. Протяжність сухопутних кордонів, здатність контролювати стратегічно важливі регіони. Здатність загрозувати своїм флотом території противника.

2. «Фізична конфігурація» Держави, тобто конфігурація морських узбережь і кількість портів, розташованих на них. Від цього залежить процвітання торгівлі та стратегічна захищеність.

3. Протяжність території. Вона дорівнює протяжності берегової лінії.

4. Статистична кількість населення. Воно важливе для оцінки здатності держави будувати кораблі та обслуговувати їх.

5. Національний характер. Здатність народу до торгівлі, так як морська могутність ґрунтується на мирній і широкій торгівлі.

6. Політичний характер правління. Від цього залежить переорієнтація кращих природних і людських ресурсів на створення потужної морської сили.

Вже з цього перерахунку видно, що Мехен будує свою геополітичну теорію виходячи виключно з «Морської Сили» та її інтересів. Для Мехена зразком «Морської Сили» був древній Карфаген, а ближче до нас історично Англія XVII і XIX століть.

Поняття «Морська Могутність» ґрунтується для нього на свободі «морської торгівлі», а військово-морський флот служить лише гарантом забезпечення цієї торгівлі. Мехен йде ще далі, вважаючи «Морську Силу» особливим типом цивілізації (передбачаючи ідеї Карла Шмітта), найкращим і найбільш ефективним, а тому призначеним для світового панування.

Ідеї Мехена були сприйняті в усьому світі і вплинули на багатьох європейських стратегів. Навіть сухопутна і континентальна Німеччина в особі адмірала Тирпица прийняла на свій рахунок тези Мехена і стала активно розвивати свій флот. У 1940 і в 1941 році дві книги Мехена були видані і в СРСР.

Але призначалися вони в першу чергу Америці та американцям. Мехен був гарячим прихильником доктрини президента Монро (1758–1831), який в 1823 році декларував принцип взаємного неутручання країн Америки та Європи, а також поставив зростання могутності США в залежність від територіальної експансії на прилеглі території. Мехен вважав, що у Америки «морська доля», і що ця «Manifest Destiny» («Виявлена Доля») полягає перш за все в стратегічній інтеграції всього американського континенту, а потім і у встановленні світового панування.

Треба віддати належне майже пророчим поглядам Мехена. У його час США ще не вийшли в розряд передових світових держав, і більше того, не був очевидним навіть їх «морський цивілізаційний тип». Ще в 1905 році Макіндер у статті «Географічна вісь історії» відносив США до «сухопутних держав», що входить до складу «зовнішнього півмісяця» лише як напівколоніальне стратегічне продовження морської Англії. Макіндер писав:

«Тільки що східною державою стали США. На баланс сил в Європі вони впливають не безпосередньо, а через Росію».

Але вже за 10 років до появи тексту Макіндера адмірал Мехен пророкував саме Америці планетарну долю, становлення провідною морською державою, що безпосередньо впливає на долю світу.

У книзі «Зацікавленість Америки в Морській Силі» Мехен стверджував, що для того, щоб Америка стала світовою державою, вона повинна виконати наступні пункти:

- 1) активно співпрацювати з британською морською державою;
- 2) перешкоджати німецьким морським претензіям;
- 3) пильно стежити за експансією Японії в Тихому океані та протидіяти їй;
- 4) координувати разом з європейцями спільні дії проти народів Азії.

Мехен бачив долю США в тому, щоб не пасивно брати участь у загальному контексті периферійних держав «зовнішнього півмісяця», а в тому,

щоб зайняти провідну позицію в економічних, стратегічних і навіть ідеологічних відносинах.

Незалежно від Макіндера Мехен дійшов тих самих висновків щодо головної небезпеки для «морської цивілізації». Цією небезпекою є континентальні держави Євразії в першу чергу, Росія і Китай, а в другу – Німеччина. Боротьба з Росією, з цієї «безперервною континентальною масою Російської Імперії, що простягнулася від західної Малої Азії до японського меридіана на Сході», була для «Морської Сили» головним довготривалим стратегічним завданням.

Мехен переніс на планетарний рівень принцип «анаконди» застосований американським генералом Мак-Клелланом в північноамериканській громадянській війні 1861–1865 років. Цей принцип полягає в блокуванні ворожих територій з моря і по берегових лініях, що призводить поступово до стратегічного виснаження противника. Так як Мехен вважав, що міць держави визначається його потенціями становлення «Морської Силою» то у разі протистояння, стратегічним завданням номер один є недопущення цього становлення в таборі супротивника.

Відадь де ля Блаш

У своїй книзі «Картина географії Франції» (1903) він звертається до теорії землі, настільки важливої для німецьких геополітиків:

«Відносини між ґрунтом і людиною у Франції відзначені оригінальним характером давнини, безперервності. У нашій країні часто можна спостерігати, що люди здавна живуть в одних і тих же місцях. Джерела, кальцієві скелі спочатку приваблювали людей як зручні місця для проживання і захисту. У нас людина – вірний учень ґрунту. Вивчення ґрунту допоможе з'ясувати характер, звичаї і уподобання населення».

Але, незважаючи на таке цілком німецьке ставлення до географічного фактору і його впливу на культуру, Відадь де ля Блаш вважав, що Ратцель і його послідовники явно переоцінюють суто природний фактор, вважаючи його визначальним.

Людина, згідно з де ля Блаш, є також «важливим географічним фактор», але при цьому вона ще й «наділена ініціативою». Вона не тільки фрагмент декорації, а й головний актор спектаклю.

Ця критика надмірного звеличення просторового фактору Ратцеля привела Відаля де ля Блаша до створення особливої геополітичної концепції «поссібілізма» («possible»). Відповідно до цієї концепції, політична історія має два аспекти: просторовий (географічний) і часовий (історичний). Географічний чинник відображений в навколишньому середовищі, історичний в самій людині («Носії ініціативи»). Відадь де ля Блаш вважав, що помилка німецьких «політичних географів» в тому, що вони вважають рельєф детермінуючим фактором політичної історії держав. Таким чином, на думку де ля Блаша, припинюється фактор людської свободи та історичності. Сам же він пропонує розглядати географічне просторове положення як «потенційну можливість», яка може стати дійсним політичним чинником, а може і не актуалізувати. Це

багато в чому залежить від суб'єктивного фактора людини, що населяє даний простір.

Такий підхід був врахований і німецькими геополітики школи Хаусхофера, які вважали критику де ля Блаша цілком обґрунтованою і важливою. В такому випадку, очевидно зростала роль етнічного чи расового чинника при розгляді політичної історії держав, а це резонувало із загальним сплеском расової проблематики в Німеччині 20-х років.

«Поссібілізм» де ля Блаша був сприйнятий геополітичними школами як корекція жорсткого географічного детермінізму попередніх геополітичних авторів.

Особливу увагу Відаль де ля Блаш приділяв Німеччині, яка була головним політичним опонентом Франції в той час. Він вважав, що Німеччина є єдиною потужною європейською державою, геополітична експансія якої свідомо блокується іншими європейськими розвиненими державами. Якщо Англія і Франція мають свої великі колонії в Африці і в усьому світі, якщо США можуть майже вільно рухатися на південь і північ, якщо у Росії є Азія, то Німеччина здавлена з усіх боків і не має виходу своїх енергій. Де ля Блаш бачив в цьому головну загрозу миру в Європі і вважав за необхідне всіляко послабити розвиток цього небезпечного сусіда.

Таке ставлення до Німеччини логічно тягло за собою геополітичне визначення Франції як країни, яка входить до складу загального фронту «Морської Сили», аби орієнтуватися проти континентальних держав. Позиція де ля Блаша була не єдиною серед французьких геополітиків, так як паралельно існувало і протилежна германофільському напряму, представлена віце адміралом Лаваллі та генералом Де Голлем.

Ніколас Спикмен

Американець голландського походження Ніколас Спикмен (1893-1943) є прямим послідовником лінії адмірала Мехена. Спикмен був професором міжнародних відносин, а пізніше директором Інституту міжнародних відносин при Єльському університеті. Для нього, на відміну від перших геополітиків, сама географія не представляла великого інтересу, а ще менше хвилювали його проблеми зв'язку народу з землею, вплив рельєфу на національний характер і т.д. Спикмен розглядав геополітику як найважливіший інструмент конкретної міжнародної політики, як аналітичний метод і систему формул, що дозволяють виробити найбільш ефективну стратегію. У цьому сенсі він жорстко критикував німецьку геополітичну школу (особливо в книзі «Географія світу»), вважаючи уявлення про «справедливі або несправедливі межі метафізичною нісенітницею».

Як і для Мехена, для Спикмена характерний утилітарний підхід, чітке бажання видати найбільш ефективну геополітичну формулу, за допомогою якої США зможуть якнайшвидшим чином домогтися «світового панування». Цим прагматизмом відзначаються всі його дослідження.

Спикмен, уважно вивчивши праці Макіндера, запропонував свій варіант базової геополітичної схеми, яка дещо відрізнялася від моделі Макіндера.

Основною ідеєю Спідмена було те, що Макіндер, нібито, переоцінив геополітичне значення heartland'a. Ця переоцінка зачіпала не тільки актуальний стан сил на карті світу, зокрема, могутність СРСР, але і початкову історичну схему. Спідмен вважав, що географічна історія «внутрішнього півмісяця», rimland, «берегових зон», здійснювалася сама по собі, а не під тиском «кочівників Суші», як вважав Макіндер. З його точки зору, heartland є лише потенційним простором, який отримує всі культурні імпульси з берегових зон і не несе в самому собі ніякої самостійної геополітичної місії або історичного імпульсу. Rimland, а не heartland є, на його думку, ключем до світового панування.

Геополітичну формулу Макіндера «Той, хто контролює Східну Європу, домінує над heartland'ом; той, хто домінує над heartland'ом, домінує над Світовим Островом; той, хто домінує над Світовим Островом, домінує над світом». Спідмен запропонував замінити своєю: «Той, хто домінує над rimland домінує над Євразією; той, хто домінує над Євразією, тримає долю світу в своїх руках».

В принципі, Спідмен не сказав цим нічого нового. І для самого Макіндера «берегова зона», «зовнішній півмісяць» або rimland були ключовою стратегічною позицією в контролі над континентом. Але Макіндер розумів цю зону не як самостійне і самодостатнє точне геополітичне утворення, а як достатньо міс у протистояння двох імпульсів «морського» і «сухопутного». При цьому він ніколи не розумів контроль над heartland в сенсі влади над Росією і прилеглих до неї континентальних мас. Східна Європа є проміжним простором між «географічною віссю історії» і rimland, отже, саме в співвідношенні сил на периферії heartland'a і знаходиться ключ до проблеми світового панування. Але Спідмен представив зміщення акцентів у своїй геополітичній доктрині щодо поглядів Макіндера як щось радикально нове. Насправді, мова йшла лише про деяку нюансировку понять.

У своїх книгах «Американська стратегія у світовій політиці» і «Географія світу» Спідмен виділяє 10 критеріїв, на підставі яких слід визначати геополітичну могутність держави. Це розвиток критеріїв, вперше запропонованих Мехен. Вони такі:

- 1) Поверхня території;
- 2) Природа кордонів;
- 3) Обсяг населення;
- 4) Наявність або відсутність корисних копалин;
- 5) Економічний і технологічний розвиток;
- 6) Фінансова потужність;
- 7) Етнічна однорідність;
- 8) Рівень соціальної інтеграції;
- 9) Політична стабільність;
- 10) Національний дух;

Якщо сумарний результат оцінки геополітичних можливостей держави за цими критеріями виявляється відносно невисоким, це майже автоматично

означає, що ця держава змушена вступати в більш загальний стратегічний союз, поступаючись частиною свого суверенітету заради глобальної стратегічної геополітичної протекції.

Карл Хаусхофер

Хаусхофер уважно вивчив роботи Ратцель, Челлена, Макіндера, Відаля де ля Блаша, Мехен та інших геополітиків. Картина планетарного дуалізму «морські сили» проти «континентальних сил» або таласократія («влада за допомогою моря») проти теллуократії («влада за допомогою землі») стала для нього тим ключем, який відкривав усі таємниці міжнародної політики, до якої він був причетний напряду. (В Японії, наприклад, він мав справу з тими силами, які приймали найвідповідальніші рішення щодо картини простору.) Показово, що термін «Новий Порядок», який активно використовували нацисти, а в наш час у формі «Новий Світовий Порядок» – американці, вперше був ужитий саме в Японії стосовно тієї геополітичної схеми перерозподілу впливів у тихоокеанському регіоні, яку пропонували втілити в життя японські геополітики.

Планетарний дуалізм «Морський Сили» і «Сили Суші» ставив Німеччину перед проблемою геополітичної самоідентифікації. Прихильники національної ідеї, а Хаусхофер належав, без сумніву, до їх числа, прагнули до посилення політичної могутності німецької держави, що мало на увазі індустриальний розвиток, культурний підйом і геополітичну експансію. Але саме становище Німеччини в Центрі Європи, просторове і культурне *Mittellage*, робило її природним противником західних морських держав Англії, Франції, та в перспективі США. Самі «таласократичні» геополітики також не приховували свого негативного ставлення до Німеччини і вважали її (поряд з Росією) одним з головних геополітичних противників морського Заходу.

У такій ситуації Німеччині було нелегко розраховувати на міцний альянс з державами "зовнішнього півмісяця", тим більше, що у Англії і Франції були до Німеччини історичні претензії територіального порядку. Отже, майбутнє національної Великої Німеччини лежало в геополітичному протистоянні Заходу і особливо англосаксонському світу, з яким *Sea Power* фактично ототожнювалися.

На цьому аналізі ґрунтується вся геополітична доктрина Карла Хаусхофера і його послідовників. Ця доктрина полягає в необхідності створення «континентального блоку» або осі Берлін-Москва-Токіо. В такому блоці не було нічого випадкового – це була єдина повноцінна і адекватна відповідь на стратегію протилежного табору, який не приховував, що найбільшою небезпекою для нього було б створення аналогічного євразійського альянсу. Хаусхофер писав у статті «Континентальний блок»:

«Євразію неможливо задушити, поки два найбільших її народи – німці і росіяни – всіляко прагнуть уникнути міжусобного конфлікту, подібного Кримській війні у 1914 році: це аксіома європейської політики».

Там же він цитував американця Гомера Лі. «Остання година англосаксонської політики проб'є тоді, коли німці, росіяни і японці з'єднаються».

Цю думку на різні лади Хаусхофер приводив у своїх статтях і книгах. Ця лінія отримала назву Ostorientierung, тобто «Орієнтація на Схід», оскільки припускала самоідентифікацію Німеччини, її народу і її культури як західного продовження євразійської, азіатської традиції. Не випадково англійці в період Другої світової війни принизливо називали німців «гунами». Для геополітиків хаусхоферівської школи це було цілком прийнятним.

У зв'язку з цим слід підкреслити, що концепція «відкритості Сходу» у Хаусхофера зовсім не означала «окупацію слов'янських земель». Йшлося про спільні цивілізаційні зусилля двох континентальних держав, Росії та Німеччини, які повинні були б встановити «Новий Євразійський Порядок» і переструктурувати континентальний простір Світових Островів з тим, щоб повністю вивести його з-під впливу «Морської Сили». Розширення німецького Lebensraum планувалося Хаусхофером не за рахунок колонізації російських земель, а за рахунок освоєння гігантських незаселених азіатських просторів і реорганізації земель Східної Європи.

Карл Шмітт

Німець Карл Шмітт (1888-1985) відомий як видатний юрист, політолог, філософ, історик. Але всі його ідеї нерозривно пов'язані з геополітичними концепціями, а основні його роботи «Номос Землі», «Земля і море» і т.д. присвячені саме осмисленню геополітичних факторів і їхнього впливу на цивілізацію та політичну історію.

Разом з тим вся концепція Шмітта була заснована на фундаментальній ідеї «прав народу» (Volksrechte), які він протиставляв ліберальній теорії «прав людини». У його розумінні будь-який народ мав право на культурну суверенність, на збереження своєї духовної, історичної та політичної ідентичності. Такий же підхід був характерний для деяких націонал-соціалістів, які вважають цю ідеологію універсальною і підходящою для всіх народів землі. Але домінуючою лінією режиму став саме пангерманізм, заснований на шовінізмі і вузько націоналістичному підході. Тому Шмітт, з його теорією «прав народів», піддавався різкій критиці, особливо з боку ідеологів СС (в 1936 в органі СС «Schwarze Korps» була опублікована агресивно загрозна стаття на його адресу).

Ідейне формування Шмітта проходило в тій же атмосфері ідей «органіцистської соціології», що і у Ратцеля і Челлена, але на нього вплинули також романтичні теорії «Світу Півночі» (Nordlicht), згідно з якими соціально-політичні форми і державні освіти кореняться не в механічному функціонуванні особистостей, з'єднаних у математичні конгломерати, а в міфології, в сакральному світі «стихій і духів». В теоріях Шмітта всюди наявне парадоксальне поєднання «політичного романтизму» і «суворого раціоналізму». Відточений ментальний апарат служить вираженню духовних міфологій.

На Нюрнберзькому процесі була зроблена спроба зарахувати Карла Шмітта до «воєнних злочинців» на підставі його співпраці з режимом Гітлера. Зокрема, йому інкримінувалося «теоретичне обґрунтування легітимності військової агресії». Після детального знайомства суддів з суттю справи звинувачення було знято. Але все ж таки, Шмітт як і Хайдеггер, Юнгер та інші "консервативні революціонери" став персоною нон-грата в світовому науковому співтоваристві і його праці абсолютно ігнорувалися.

Тільки в 70-і роки завдяки колосальному впливу на юридичну думку деяких лівих, соціалістичних мислителів, праці Шмітта стали поступово реабілітуватися.

На сьогодні він визнаний класиком політології і юриспруденції.

Шмітт, абсолютно в дусі геополітичного підходу, стверджував початковий зв'язок політичної культури з простором. Не тільки Держава, але й вся соціальна реальність і особливо право є наслідком якісної організації простору.

Звідси Шмітт вивів концепцію «номоса». Цей грецький термін «номос» позначає «щось узятє, оформлене, впорядковане, організоване» в сенсі простору. Цей термін близький до понять «рельєф» у Ратцеля і «місце розвитку» у російських євразійців (Савицький). Шмітт показує, що «номос» є така форма організації буття, яка встановлює найбільш гармонійні співвідношення як всередині соціального ансамблю, так і між цими ансамблями. «Номос» вираз особливого синтетичного поєднання суб'єктивних і об'єктивних чинників, що органічно виявляються в створенні політичної та юридичної систем. У «номосі» проявляються природні і культурні особливості людського колективу в поєднанні з навколишнім середовищем.

У книзі «Номос землі» Шмітт показує, яким чином специфіка того чи іншого земного простору впливала на розвинуті в ньому культури і держави. Він зіставляє між собою різні історичні «Номос», особливо підкреслюючи фундаментальний дуалізм між ставленням до простору кочівників і осілих народів.

Але найважливіший висновок з аналізу «Номоса землі» полягав в тому, що Шмітт впритул підійшов до поняття глобального історичного і цивілізаційного протистояння між цивілізаціями Суші і цивілізаціями Моря. Досліджуючи «номос» Землі, він зіткнувся з його якісною, сутнісною протилежністю – «Номос» Моря. Це привело його до створення особливої геополітичної методології для осмислення політичної історії світу.

У 1942 році Шмітт випустив найважливішу працю «Земля і Море». Разом з більш пізнім текстом «Планетарна напруженість між Сходом і Заходом і протистояння Суші і Моря» це становить найважливіший документ геополітичної науки.

Сенс протиставлення Суші і Моря у Шмітта зводиться до того, що мова йде про дві абсолютно різні, ворожі цивілізації, що зводяться один до одного, а не про варіанти єдиного цивілізаційного комплексу. Цей поділ майже точно збігається з картиною, намальованою Макіндером, але Шмітт дає основним її елементам талассократії (Морська Сила) і теллуократії (Сухопутна Сила)

поглиблене філософське тлумачення, пов'язане з базовими юридичними і етичними системами. Цікаво, що Шмітт використовує стосовно «сил Суші» ім'я «Бегемот», а до «сил Моря» «Левіафан», як нагадуючи про двох старозавітних чудовиськ, одне з яких втілює в собі всіх сухопутних тварин, а інше всіх водних, морських.

«Номос» Землі існує безальтернативно протягом більшої частини людської історії. Всі різновиди цього «номоса» характеризуються наявністю суворої і стійкої легіслативної (і етичної) форми, в якій відбивається нерухомість і фіксованість Суші, Землі. Цей зв'язок із Землею, достатньо міць у якій легко піддається структуризації (фіксованість кордонів, сталість комунікаційних шляхів, незмінність географічних і рельєфних особливостей), породжує сутнісний консерватизм в соціальній, культурній та технічній сферах. Сукупність версій «номоса» Землі становить те, що прийнято називати історією «традиційного суспільства».

У такій ситуації Море, Вода є лише периферійними цивілізаційними явищами, які не втручаються в сферу «етичного» (або втручаються епізодично). Лише з відкриттям Світового Океану в кінці XVI століття, ситуація змінюється радикально. Людство (і в першу чергу, острів Англія) починає звикати до «морського існування», починає усвідомлювати себе Островом посеред вод, Кораблем.

Петро Савицький

Основна ідея Савицького полягає в тому, що Росія являє собою особливу цивілізаційну освіту, яка визначається через якість «серединний». Одна з його статей «Географічні та геополітичні основи євразійства» (1933) починається такими словами «Росія має набагато більше підстав, ніж Китай, називатися «Серединною Державою».

Якщо «серединність» Німеччини, «Mittellage», обмивається європейським контекстом, а сама Європа є лише «західний мис» Євразії, то Росія займає центральну позицію в рамках всього континенту. «Серединність» Росії, для Савицького, є основою її історичної ідентичності і вона не частина Європи і не продовження Азії. Вона самостійний світ та особлива духовно-історична геополітична реальність, яку Савицький називає «Євразією».

Це поняття означає не материк і не континент, але ідею, відображену в російському просторі і російській культурі, історичну парадигму, особливу цивілізацію. Савицький з російського полюса висуває концепцію, суворо тотожну геополітичній картині Макіндера, тільки абстрактні «розбійники суші» або «центрист ремітельні імпульси, що йдуть від географічної осі історії», набувають у нього чітко виділених абрис російської культури, російської історії, російської державності, російської території. Росія-Євразія у Савицького постає в тому ж світлі, як Raum Патцеля і, ще точніше, «Grossraum» Шмітта.

Якщо Макіндер вважає, що з пустель heartland'a виходить механічний поштовх, що змушує берегові зони («внутрішній півмісяць») творити культуру і історію, то Савицький стверджує, що Росія-Євразія (= heartland Макіндера) і є

синтезом світової культури і світової історії, розгорнутим у просторі та часі. При цьому природа Росії бере участь в її культурі.

Росію Савицький розуміє геополітично, не як національну державу, але як особливий тип цивілізації, що склалася на основі кількох складових арійсько-слов'янської культури, тюркського кочівництва, православної традиції. Все разом створює якусь унікальну, «серединну» освіту, що є синтезом світової історії.

Великоросів Савицький вважає не просто відгалуженням східних слов'ян, а особливим імперським етнічним утворенням, в якому поєднуються слов'янський і тюркський субстрати. Цей момент виводить його на важливу тему Турана.

Звернення до Турану як позитивної орієнтації було скандальним для багатьох російських націоналістів. Так, Савицький побічно виправдовував монголо-татарське ярмо, завдяки якому «Росія знайшла свою геополітичну самостійність і зберегла свою духовну незалежність від агресивного романо-германського світу». Таке ставлення до тюркського світу було покликане різко відокремити Росію-Євразію від Європи і її долі, обґрунтувати етнічну унікальність російських.

«Без татарщини не було б Росії» ця теза зі статті Савицького «Степ і осілість» була ключовою формулою євразійства. Звідси прямий перехід до чисто геополітичного твердження:

«Скажімо прямо: на просторі всесвітньої історії західноєвропейського відчуття моря, як рівноправне, хоча і полярне, протистоїть єдино монгольське відчуття континенту, а тим часом в російських «землепрохідців», у розмаху російських завоювань і освоєння той же дух, те ж відчуття континенту». І далі: Росія спадкоємиця Великих ханів, продовжувачка справи Чингіза та Тимура, об'єднувачів Азії. У ній поєднуються одночасно історична «осіла» і степова «стихія».

Фундаментальну подвійність російського ландшафту, її поділ на Ліс і Степ помітили ще слов'янофіли. У Савицького геополітичний сенс Росії-Євразії виступає як синтез цих двох реальностей європейського Лісу та азіатського Степу. При цьому такий синтез не є простим накладенням двох геополітичних систем один на одного, а щось цілісне, оригінальне, що володіє своєю власною мірою і методологією оцінок.

Росія-Євразія не зводиться цілком до Турану. Вона щось більше. Але щодо Європи, яка все виходить за рамки своєї «берегової» свідомості вважає «варварством», самокваліфікацію російських як «носіїв монгольського духу» – провокацією, що відкриває історичну і духовну вищість євразійців.

В теорії Савицького найважливішу роль відіграє концепція «місце розвитку». Цей термін є точний аналог поняттю «Raum», як воно трактується «політичною географією» Ратцеля і німецькою геополітикою (+ Челлен) в цілому. У цьому понятті відбивається «органіцизм» євразійців, точно відповідний німецькій «органіційній» школі і різко контрастує з прагматизмом англосаксонських геополітиків. Якби Спикмен був знайомий з працями

Савицького, то його обурення щодо «метафізичного нонсенсу» було ще більш сильним, ніж у випадку з Хаусхофером. Так, Савицький в тексті «Географічний огляд Росії-Євразії» пише:

«Соціально-політичне середовище і його територія» повинні злитися для нас в єдине ціле, в географічний індивідуум або ландшафт».

Це і є сутність «місця розвитку», в якому об'єктивне і суб'єктивне зливаються в нерозривну єдність, в щось ціле. Це концептуальний синтез. У тому ж тексті Савицький продовжує:

«Необхідний синтез. Необхідно вміння відразу дивитися на соціально історичне середовище і на зайняту ним територію».

У цьому Савицький близький до Відаля де ля Блаш. Подібно французькому геополітику, обґрунтовує неподільність Франції єдністю культурного типу незалежно від етнічної приналежності жителів Ельзас-Лоррен, Савицький вважає, що:

"Росія-Євразія є «місцем розвитку», «єдине ціле», «географічний індивідуум», одночасно географічний, етнічний, господарський, історичний і т.д. «ландшафт».

Росія-Євразія є таким «місцем розвитку», яке є інтегральною формою існування багатьох дрібніших «місць розвитку». Це Grossraum Шмітта, що складається з цілої ієрархії менших Raum'ов.

Через введення поняття «місце розвитку» євразійці уникали необхідності розщеплювати історичні феномени, розкладаючи їх на механічні системи стосовно не тільки до природних, а й до культурних явищ. Апеляція до «місця розвитку», до «географічного індивідуума» дозволяло євразійцям уникнути занадто конкретних рецептів щодо національних, расових, релігійних, культурних, мовних, ідеологічних проблем. Інтуїтивно відчувається усіма жителями «географічної осі історії» геополітична єдність знаходила тим самим нову мову, «синтетичну», що не зводиться до неадекватних, фрагментарних, аналітичних концепцій західного раціоналізму.

У цьому також проявилася тяглість Савицького до російської інтелектуальної традиції, завжди тяжіла до осмислення «цілісності», «соборності», «всеєдності» і т.д.

Дуже важливим аспектом теорії Савицького є принцип "ідеократії". Савицький вважав, що євразійська держава повинна будуватися, вирушаючи від початкового духовного імпульсу, зверху вниз.

Ідеократія передбачала верховенство нематеріального і некомерційного підходу до державного устрою. Гідність "географічної особистості", по Савицькому, полягає в здатності підніматися над матеріальною необхідністю, органічно включаючи фізичний світ в єдиний духовно-творецький імпульс глобального історичного діяння.

Ідеократія – термін, який об'єднує всі форми недемократичного, неліберального правління, заснованого на нематеріалістичних мотиваціях. Причому Савицький свідомо уникає уточнення цього поняття, яке може втілюватися і в теократичній соборності, і в народній монархії, і в національній диктатурі, і в

партійній державі радянського типу. Очевидно, що ідеократія прямо протилежна прагматико-комерційному підходу, що домінував в доктринах Макіндера, Мехена і Спикмена. Таким чином, російські євразійці довели до остаточної ясності ідеологічні терміни, в яких виявлялося історичне протистояння Моря і Суші. Море – ліберальна демократія, «торговий лад», прагматизм. Суша – ідеократія (всіх різновидів), "ієрхічне правління", домінація релігійного ідеалу.

Особливості віровчення Олександра Дугіна

Олександр Дугін у своїй ідеології використав праці багатьох відомих політологів та геополітиків. Більшу частину ідей він запозичив у Хаусхофера, який ввів теорію планетарного дуалізму, боротьбу між морськими силами та континентального блоку. Також Хаусхофер ввів термін «Новий Народ», який мав своє місце у нацистському режимі.

Продовжуючи ідеї Карла Хаусхофера про «континентальний блок» Дугін використав популярний в Росії термін «Євразія». Додаючи до нього специфічний російський сенс «Росія-Євразія», спонукає росіян попрацювати на Велику Євразію.

Щоб відстояти незалежність Великої Євразії, Росія-Євразія повинна зібратися у світовий центр – Нову Імперію – з сил, готових увійти в антиамериканську гру.

У дугінському проекті найважливішою частиною Нової Імперії повинна стати Європейська Імперія з центром в Німеччині. При цьому Північній Німеччині належить інтегрувати Балтику – від Латвії до Норвегії плюс Нідерланди. Навколо Південної Німеччини збереться католицький пояс від Польщі до Хорватії, включаючи захід України та Білорусії. Забравши під себе європейський Захід – Францію, Італію, піренейські народи, ця імперія витіснить США з Середземномор'я і візьме під контроль Близький Схід з Північною Африкою.

Другим ядром Нової Імперії стане Іран. Як вважає Дугін, його зона простягнеться від кордонів Індії по Вірменію і прихопить пострадянську Середню Азію, сюди ж приєднаються залишки Туреччини після проіранської революції в ній.

«Іранська геополітична лінія» пройде через Дагестан, Чечню, Абхазію до Криму, закриваючи туди доступ саудівським вагабітам – проатлантистам. На сході небезпеку для Росії з боку лібералізації Китаю зможе стримати тільки Тихоокеанська імперія Японії – її вплив простягнеться від Австралії до Південних Курил включно.

Територіально Росія як частина дугінської Нової Імперії повинна буде отримати куди менше, ніж того хотілося б російським націоналістам: чого варті задача Південних Курил, Калінінградської області, Туви, Бурятії та Калмикії, «особливий статус» Криму з урахуванням українських і татарських інтересів. Північний Кавказ фактично знаходився б під протекторатом Ірану.

Натомість Росія отримувала б північний Казахстан і лівобережну Україну.

Щоб притягнути європейців і азіатів до ідеї Нової Імперії, Росія зобов'язана відкрити їм повний доступ до своїх ресурсів. За це вона удостоїться доступом до нових технологій, а далі отримає вихід до південних океанів: межі Росії, по Дугінському плану, стануть кордони всього континенту!

Усередині Нової Імперії з Росією зіллються Лівобережна Україна і Північний Казахстан. Православний же пояс від Центральної України до Сербії отримає особливий статус. «Географічно вони належать до південного сектору Середньої Європи. У такій ситуації Москва не може заявити про своїй прямий політичний вплив на ці країни», – писав Дугін. «Неоевразійство», втім, виправдовує такі втрати і надбання Росії тим, що в рамках Нової Імперії територіальний суверенітет знеціниться в принципі. Межі, особливо російські, будуть розмиті; всі етнічні, релігійні та інші громади знайдуть суверенність культурну і зможуть жити «в своїй реальності», яка не має виходу на рівень імперського облаштування (це передбачає наділення більших прав регіонів і національних автономій).

«Нова реальність» відноситься і до росіян. Згідно Дугіна, для поліпшеного їх розмноження «факт приналежності до російської нації повинен переживати як обраність, як неймовірну буттєву розкіш» – але тільки без будь-яких «претензій на державність в класичному сенсі». Інші етноси і конфесії Росії повинні відчувати себе не в «російській націоналістичній православній державі», а «поряд з російським православним народом» в континентальній Імперії, в якій всі громади рівні за статусом.

Ідеолог неошовінізму Дугін не є автором оригінальних ідей, він лише викладає своє бачення теорій, які він запозичив у видатних філософів різних країн. Більшу частину ідей він запозичив у Хаусхофера, який ввів теорію планетарного дуалізму, боротьбу між морськими силами та континентальним блоком. Продовжуючи ідеї Карла Хаусхофера про «континентальний блок» Дугін використав популярний в Росії термін «Євразія». Додаючи до нього специфічний російський сенс «Росія-Євразія», спонукає росіян попрацювати на Велику Євразію.

Якщо коротко підсумувати, кінцева мета ідеології Олександра Дугіна – створення євразійської імперії. Борець «за встановлення історичної справедливості» Олександр Дугін тлумачить незалежність України винятково в термінах «українська проблема», що несе загрозу не тільки для РФ, але і для всієї Євразії. Він вважає, що суверенітет України настільки негативне для російської геополітики явище, що фактично легко може спровокувати збройний конфлікт. Дугін стверджує, що Україна це російська територія і подальше існування унітарної України не припустиме. На його переконання, Україна позбавлена будь-якого геополітичного сенсу, оскільки у неї нема ані особливої культурної ідеї універсального значення, ані географічної унікальності, ані етнічної винятковості.

5.3. Аналіз підривної діяльності проросійських неурядових об'єднань як інструмент анексії Криму

Аналіз підривної діяльності проросійських неурядових об'єднань та засобів масової комунікації як інструмент анексії Криму

Анексія Криму показала, що це була добре спланована та організована операція. Слід зазначити, що проросійські організації в АРК роками виконували роль 5-ї колони Кремля в Криму. Вони фінансувались урядом РФ, а їх керівники були агентами впливу російських спецслужб і активно проводили антиукраїнську діяльність.

Музичко О.Є. у статті «Проросійські суспільно-політичні організації на півдні України як фактор дестабілізації ситуації в регіоні: сучасний стан проблеми та шляхи її вирішення» ґрунтовно дослідив питання діяльності проросійських об'єднань в АРК. Він зазначив, що одним з найактивніших ареалів існування цих проросійських організацій є Миколаївська, Одеська та Херсонська області. Вони діють або як самостійні, або як філії загальноукраїнських об'єднань. Місцеві проросійські організації тісно пов'язані з основним регіоном розвитку проросійського руху – Автономною республікою Крим. Але діяльність проросійських сил, які діяли на території Автономної республіки Крим, до анексування її Росією, так і не була проаналізована та висвітлена. Тому, автори вважають доцільним з'ясувати та виявити, які, все ж таки, організації та ЗМІ, існували та вели свою діяльність на основному регіоні розвитку проросійського руху.

У 1991 р. із проголошенням незалежності України територія півострову Крим опинилась у складі України. Проблема розподілу Чорноморського флоту і його базування викликала чи не найгостріші дискусії, як усередині обох держав, так і у взаєминах між ними. Україні не вдалося позбутися російського Чорноморського флоту, що згодом відіграло фатальну роль в її історії. Адже, вже тоді почалося формування напряму проросійського характеру, а потужним інструментом російського впливу на ситуацію на півострові став саме Севастопольський флот.

Через ЗМІ ЧФ РФ російська сторона продовжувала активно впливати на інформаційний простір АРК. Під прикриттям відстоювання інтересів російськомовного населення регіону, флотськими ЗМІ організувалася інформаційна компанія, спрямована на формування іміджу Росії, як єдиного надійного гаранта стабільності в регіоні. Для розповсюдження відповідних матеріалів широко використовувалися можливості органів інформаційного забезпечення флоту (прес-центр, телерадіоцентр, газета «Флаг Родины»), проросійських кримських ЗМІ, які фінансово або технічно залежні від ЧФ РФ газети. «Русская община Севастополя», «Русский Севастополь», «Севастопольская правда» (міська організація Комуністичної партії), «Отечество» (видавник – Кримська республіканська партія «Русский блок»), «Русский Крым» (Конгрес російських громад Криму), «Севастопольский

меридиан», «Русичи», «Ветеран», «Колесо». За активної підтримки ЧФ РФ, адміністрації м. Москви в Севастополі було створено найпотужнішу міську кабельну мережу – телекомпанію «Девком».

У проросійських ЗМІ активно виступали численні російські діячі: політологи, філософи, релігійні проповідники, які транслюють відповідні ідеологічні послання. До останнього часу важливим напрямом російської інформаційно-пропагандистської активності були постійні візити таких діячів, як колишнього мера Москви Ю.Лужкова, депутатів Державної Думи РФ В.Жириновського, К.Затуліна, С.Бабуріна, С.Маркова.

Але все ж таки, небезпеку становили, насправді, не проросійська пропаганда, а слабкість, а подекуди й відсутність проукраїнської, проєвропейської альтернативи. Фактично, Україна не проводила відповідних заходів протидії. Звичайно були деякі дії в січні 2009 р., коли СБУ було передано до суду кримінальну справу щодо антидержавної діяльності Народного фронту «Севастополь-Крым-Россия». Також Службою безпеки через суд було припинено діяльність кримської структури Союзу євразійської молоді, але цього виявилось замало.

Наприклад, лідер Меджлісу – Мустафа Джемільов, неодноразово радив більш пильно ставитися до радикальних проросійських організацій в Криму. «Проросійських організацій в Криму кілька десятків. Крім того, досить агресивно налаштовані козацькі організації, православні Московського Патріархату здійснюють провокаційні дії», – постійно наголошував голова Меджлісу.

Також, варто згадати відомих польських правозахисників Петра Хлебовича та Ядвигу Хмелевську, які займалися збором підписів під зверненням до української влади з вимогою заборонити у Криму проросійські організації, діяльність яких, як вони вважали, провокувала міжнародні конфлікти. Представники проросійських організацій називали цю заяву «дурнею». «Це люди, які зовсім не розбираються в ситуації, дають якісь нездорові коментарі й розповсюджують брехливі дані. На мою думку, це хвора уява іноземців, які зовсім не володіють інформацією», – сказав у коментарі ВВС Україна лідер «Русского единства», колишній депутат парламенту автономії Сергій Аксьонов. Доволі знайома особа на теперішній час.

Але, все ж таки, це сталося. Проросійські організації, які активно діяли в АР Крим та місті Севастополі домоглися свого.

Проросійські організації умовно їх можна розділити на **три типи**:

- «Помірні» (партії: «Русский блок», «Русское единство», «Союз»; общественные организации: КСОРС, «Украинский выбор», «Русская община Крыма» (С.Цеков), «Таврический союз», «Конгресс русских общин Крыма», «Равелин»);

- «Радикальні» (казачьи организации, политическая партия «Русь единая»; общественные организации: «Русская община Крыма» (А.Мельников), «Русская община Севастополя», «Российская община Севастополя», «Координационный совет русских организаций Тавриды и Севастополя»,

Народный фронт «Севастополь-Крым-Россия», «Крымская правозащитная организация «Вера»»);

- «Ліві» (политические партии: КПУ, ПСПУ, Коммунистическая марксистско-ленинская партия Украины; общественные организации: «Союз рабочих Севастополя», «Дети войны Севастополя», «Союз советских офицеров», «Суть времени»).

Загальні для всіх організацій ідеї – збереження російського етнополітичного характеру АР Крим та м. Севастополь, посилення політичних, економічних і культурних зв'язків з РФ, протидія співпраці України з НАТО та європейської інтеграції України. Що «помірні», що «радикальні» організації займали націоналістичні, імперські і панслов'янський позиції. «Радикальні» відрізнялися більш агресивною антиукраїнською риторикою, а також повним або частковим запереченням основ конституційного ладу України. Також «радикальні» організації спочатку виступали з позицій сепаратизму АР Крим та Севастополя. «Ліві» організації культивували ностальгію за часами СРСР, а також висували вимоги соціальної справедливості та впровадження соціалістичних відносин в економічній сфері.

Урядові російські структури, а також наближені до керівництва РФ, відкрито висловлювали свою підтримку переважно «помірним» проросійським організаціям, хоча з подачі директора Інституту країн СНД Костянтина Затуліна (особливо після призначення нового генерального консула РФ у Криму В'ячеслава Світличного) обговорювалася необхідність консолідації всіх типів проросійських організацій з метою узгодженої діяльності з реалізації російських інтересів у Криму.

У переддень окупації, у взаєминах проросійських організацій замість консолідації превалювали конфлікти та інтриги. Основні конфліктні лінії пролягали між «помірними» і «радикальними» організаціями, а також між різними угрупованнями організацій лівого спрямування.

У таборі лівих організацій двома конфліктними полюсами були КПУ та ПСПУ. При цьому КПУ тяжіла до співпраці з «помірними» організаціями, а ПСПУ – з «радикальними». КПУ в основному співпрацювала з партіями «Русский блок» і «Союз». До цієї коаліції також належали «Правозащитная группа «Равелин»», «Украинский выбор», «Суть времени», «Союз советских офицеров», Объединение казаков Крыма. Дані організації виступали під егідою КПУ у форматах «Всекрымского объединения «9 мая»», ініціативного комітету з організації проведення Всеукраїнського референдуму за вступ до Митного союзу.

Зі свого боку, ПСПУ, Комуністична марксистсько-ленінська партія України, «Координационный совет русских организаций Тавриды и Севастополя», «Союз рабочих Севастополя», «Дети войны Севастополя» займали особливу позицію і об'єднувалися в Севастопольському «Фронте против НАТО». Громадські організації «Русская община Севастополя» і «Российская община Севастополя» перебували у складних відносинах між собою і з обома вищезгаданими напрямками. Таку ж різну позицію займали

численні козацькі організації.

З найбільш радикальних позицій виступали Народний фронт «Севастополь-Крым-Россия» і «Крымская правозащитная организация «Вера». Ці та близькі до них організації проповідували відновлення сепаратистського державного утворення «Республика Крым» (існувало в 1992-1998 роках) і вимагали повернення до влади його колишнього президента Юрія Мешкова.

Рейдерське захоплення Криму Росією, яке почалося в кінці лютого 2014 показало, що класифікація 5-ї колони на «помірну» і «радикальну» частини досить умовна і застосовна лише для мирного часу. Адже головним «квіслінгом» автономії виступив цілком собі «помірний» Аксьонов, а в Севастополі – і зовсім непомітний раніше Олексій Чалий, який відзначився на ниві «російської справи» лише фінансуванням проросійських гуманітарних проєктів. Більше того, напередодні російської інтервенції і сепаратистського заколоту, головним запалювачем мас на боротьбу з «бандерівцями» в Севастополі виступив призначений президентом Януковичем губернатор Яцуба. Всі проросійські організації міста його ненавиділи і зневажали як уособлення «київської влади» і «заборони обирати мера». Після ж анексії, Яцуба опинився в числі нагороджених затулінською медалькою «За визволення Криму і Севастополя».

Як ми бачимо, список проросійських організацій, які вільно діяли в Криму перед вторгненням з боку Росії, досить великий. Дані організації протягом багатьох років вели підривну діяльність в Криму і проводили антиукраїнську пропаганду. Більш того, практично всі вони співпрацювали із різноманітними спецслужбами РФ. Найбільше на соціально-політичну ситуацію у Криму впливало Головне розвідувальне управління Генерального штабу Міністерства оборони та розвідувальні підрозділи ЧФ РФ $\approx 70-72\%$. За ним слідує Служба зовнішньої розвідки РФ $\approx 25\%$. І тільки тоді Федеральна служба безпеки РФ $\approx 4-6\%$ (на сьогодні $\approx 60-65\%$). Це зв'язано з тим, що на території АРК базувався Чорноморський флот РФ, спецпідрозділи якого, теж співпрацювали з неурядовими організаціями (рис. 2).

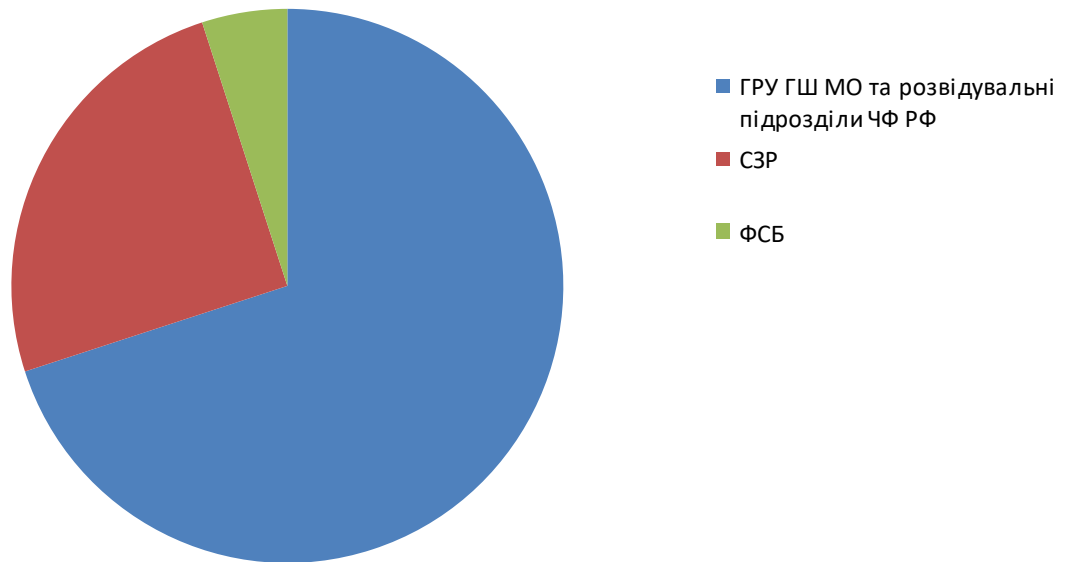


Рис.2. Відсотковий рівень впливу спецслужб РФ на соціально-політичну ситуацію у Криму до його анексії

Ні для кого не секрет, що більшість співробітників кримських підрозділів СБУ з самого початку окупації Криму Росією швидко перекинулися на бік ворогів – це означає, що операція з анексії Криму готувалася мінімум 5–7 років: призначалися кадри, вербувалися потрібні ключові фігури і т.д. Російські спецслужби пустили такі коріння в усіх українських структурах – не тільки в Криму, але і на материку.

ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Можливі негативні наслідки від діяльності іноземних проросійських неурядових організацій в нашій державі.
2. Характеристика діяльності російських і проросійських неурядових організацій в Україні.
3. Характеристика діяльності, структура та склад «Євразійського руху».
4. Які ідеї запозичив О. Дугін у відомих політологів та філософів?
5. Особливості російської нешовіністичної ідеології О. Дугіна.
6. Особливості антиукраїнської діяльності неурядових організацій в Криму до його захоплення РФ.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДІЛУ 5

1. Інформаційна безпека держави: підручник / [В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк, Д.С.Мельник та ін.]; в 2 т. / – К. : Вид-во ІСЗІ НТУУ «КПІ», 2016. – Т. 2. – 328 с.
2. Музичко О.Є. Проросійські суспільно-політичні організації на півдні України як фактор дестабілізації ситуації в регіоні: сучасний стан проблеми та шляхи її вирішення // Стратегічні пріоритети. — 2006. — № 1. — С. 42-43
3. Петрик В., Пахольченко Д. Аналіз підривної діяльності проросійських неурядових організацій та засобів масової комунікації як інструмент анексії Криму // Історія та сучасні виклики непокараних злочинів проти Церкви: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Дніпропетровськ. Видавництво «Пороги», 2015. – С. 338-343.
4. Дугин А. Основы геополитики. Геополитическое будущее России. [Дугин – Москва, 1997. – 591 с.
5. Friedrich Ratzel. Politische Geographie. Електронний ресурс [Режим доступу: <https://archive.org/details/politischegeogra00ratzuoft>
6. Friedrich Ratzel. Ueber die Gesetze des räumlicher Wachstums der Staaten. Електронний ресурс [Режим доступу: https://books.google.com.ua/books?id=5TOYTOvglj8C&pg=PA280&lpg=PA280&dq=Friedrich+Ratzel+%E2%80%9CUEber+die+Gesetze+des+räumlicher+Wachstum+der+Staaten%E2%80%9C&source=bl&ots=Az0wHqdOz2&sig=IZOyBGxN84syE8s8racuKEgIWk&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwjLtv7X0PHZAhUDYZoKHdt_DTEQ6AEIKzAB#v=onepage&q=Friedrich%20Ratzel%20%E2%80%9CUEber%20die%20Gesetze%20des%20räumlicher%20Wachstum%20der%20Staaten%E2%80%9C&f=false
7. Friedrich Ratzel. Das Meer als Quelle der Völkergrösse. Електронний ресурс [Режим доступу: <http://gutenberg.spiegel.de/buch/-4974/20>]
8. Rudolf Kjellén. Die Staat als Lebensform. Електронний ресурс [Режим доступу: <https://archive.org/details/derstaatalsleben00kjeluoft>]
9. Friedrich Naimann. Mitteleuropa. Електронний ресурс [Режим доступу: <https://archive.org/details/mitteleuropa00naumuoft>]
10. Halford MacKinder. Geographical Pivot of History. Електронний ресурс [Режим доступу: https://www.disp.uniroma1.it/sites/default/files/Mackinder_Geographical+Pivot+of+History.pdf]
11. Halford MacKinder. Democratic ideals and reality. Електронний ресурс [Режим доступу: https://en.wikisource.org/wiki/Democratic_Ideals_and_Reality:_A_Study_in_the_Politics_of_Reconstruction]
12. Alfred Mahan. The Sea Power in its relations to the war. Електронний ресурс [Режим доступу: https://www.iwp.edu/docLib/20131016_MackinderTheGeographicalJournal.pdf]

13. Alfred Mahan. The influence of Sea Power in history (1660-1783). Электронный ресурс [Режим доступа: <https://www.amazon.com/Sea-Power-Its-Relations-1812/dp/1296618943>]
14. Halford Marckimder. Geographical Pivot of History. Электронный ресурс [Режим доступа: <https://educacao.uol.com.br/disciplinas/sociologia/geopolitica-teorias-do-heartland-e-do-rimland.htm>]
15. Alfred Mahan. The Interest of America in Sea Power. Электронный ресурс [Режим доступа: <https://www.cambridge.org/core/books/sea-power-in-its-relations-to-the-war-of-1812/9437733F9E854E761E8F1700ACC5A9A6>]
16. Vidal de la Blanche. Princioes de geigraphie humaine. Электронный ресурс [Режим доступа: <http://books.openedition.org/enseditions/328?lang=fr>]
17. Vidal de la Blanche. Tableau de la Geographie de la France. Электронный ресурс [Режим доступа: https://www.persee.fr/doc/rural_0014-2182_1996_num_141_1_3563_t1_0218_0000_3]
18. N. Spykman. Geography of Peace. Электронный ресурс [Режим доступа: <https://www.scribd.com/doc/177382402/Rediscovering-Spykman-the-Rimland-Geography-of-Peace-and-Foreign-Policy-pdf>]
19. N. Spykman. American Strategy in World Politics. Электронный ресурс [Режим доступа: http://www.exploringgeopolitics.org/publication_bordonaro_federico_rediscovering_spykman_rimland_geography_peace_foreign_policy/]
20. Karl Haushofer. Dai Nihom. Электронный ресурс [Режим доступа: <https://www.amazon.com/Dai-Nihon-German-Karl-Haushofer/dp/B00416CNKY>]
21. Karl Haushofer. Kontinentalblocke: Mitteleuropa – Eurasia - Japon“ Электронный ресурс [Режим доступа: <http://onlinebooks.library.upenn.edu/webbin/book/lookupid?key=ha001259403>]
22. Carl Schmitt. Der Nomos der Erde. Электронный ресурс [Режим доступа: <https://www.amazon.de/Nomos-Erde-V%C3%B6lkerrecht-Publicum-Europaem/dp/B00861JC36>]
23. Carl Schmitt. Land und Meer. Электронный ресурс [Режим доступа: <http://www.faz.net/aktuell/wissen/wissenschaft/neuer-nomos-1105924.html>]
24. Carl Schmitt. Politische Theologie. Электронный ресурс [Режим доступа: <https://www.zvab.com/buch-suchen/titel/der-nomos-der-erde/autor/carl-schmitt/erstaussgabe/>]
25. Carl Schmitt. Theodor Daueblers „Nordlicht“. Электронный ресурс [Режим доступа: https://www.amazon.de/Theodor-Dauebler-Nordlicht-V%C3%BCher-Carl-Schmitt/s?ie=UTF8&page=1&rh=n%3A186606%2Ck%3ATheodor%20Dauebler%20Das%20Nordlicht%2Cp_lbr_books_authors_browse-bin%3ACarl%20Schmitt]
26. Савицкий Петр. Географические и геополитические основы евразийства. Электронный ресурс [Режим доступа: [http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/300\(III\)/image/300_3_061-062.pdf](http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/300(III)/image/300_3_061-062.pdf)]
27. Савицкий Петр. Степь и Оседлость. Электронный ресурс [Режим доступа: <https://history.wikireading.ru/153908>]

РОЗДІЛ 6. ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ТЕРОРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Особливої гостроти проблема тероризму набула на рубежі ХХ і ХХІ ст. у зв'язку з загостренням соціальних, економічних і політичних суперечностей, конфліктів у світовій спільноті та перетворилася в одну з найгостріших проблем розвитку сучасної цивілізації.

Окрім того, сплеск сучасного тероризму фахівці пов'язують з розвитком масових комунікацій, оскільки це забезпечило терористів швидким доступом до міжнародної аудиторії.

У зв'язку з цим важливого значення набувають дослідження питань тероризму, формування системи необхідних теоретичних знань та уявлень про сутність тероризму, його основні складові, вироблення практичних рекомендацій для засобів масової інформації та спеціальних служб щодо порядку висвітлення терористичних актів, з метою зменшення інформаційно-психологічного впливу на суспільство.

6.1. Порівняльний аналіз понять пов'язаних з тероризмом

Тероризм – багатоаспектне, складне, суперечне та неоднозначне суспільне явище, найнебезпечніше явище сучасності, яке загрожує стати одним з головних перешкод на шляху вирішення загальнолюдських і державних завдань в ХХІ столітті. Оскільки, поступальний розвиток людства може істотно загальмуватися, якщо сили, які використовують тероризм як спосіб дій, стануть домагатися своїх цілей.

Дослідження тероризму може бути успішним лише за наявності розробленого понятійного апарату. Тому варто визначити й розглянути такі поняття, як «радикалізм», «екстремізм», «терор», «тероризм», «терористичний акт», «інформаційний тероризм» (його різновиди «медіа-тероризм», «кібертероризм»), «терорист», «терористична організація», «диверсія». Також треба встановити взаємозв'язок між цими поняттями.

Радикалізм – це ідеологія, яка передбачає спосіб мислення, що послідовно і прямолінійно йде до наміченої мети, відкидаючи всякий компроміс. Радикалізм виявляється у різних ділянках: філософії, етиці, релігії, як напрям, який повністю не погоджується з панівними поглядами.

Екстремізм (від лат. *extremus* – крайній) – схильність до крайніх поглядів і дій переважно в політиці, ідеологічному протиборстві. Відокремлюючи тероризм від екстремізму, пропонується ряд ознак, що відбивають суть як особливого суспільно-політичного явища, але не відмінних стосовно екстремізму, оскільки екстремізм як соціально-політичне явище є сукупність різних крайніх форм політичної боротьби, одна з яких – тероризм.

Тероризм (згідно Закону України «Про боротьбу з тероризмом») – суспільно небезпечна діяльність, яка полягає у свідомому, цілеспрямованому застосуванні насильства шляхом захоплення заручників, підпалів, убивств, тортур, залякування населення та органів влади або вчинення інших посягань

на життя чи здоров'я ні в чому не винних людей або погрози вчинення злочинних дій з метою досягнення злочинних цілей.

Терористичний акт – злочинне діяння у формі застосування зброї, вчинення вибуху, підпалу чи інших дій, відповідальність за які передбачена чинним українським законодавством.

Терористичний акт (згідно Кримінальному кодексу України) – застосування зброї, вчинення вибуху, підпалу чи інших дій, які створювали небезпеку для життя чи здоров'я людини або заподіяння значної майнової шкоди чи настання інших тяжких наслідків, якщо такі дії були вчинені з метою порушення громадської безпеки, залякування населення, провокації воєнного конфлікту, міжнародного ускладнення, або з метою впливу на прийняття рішень чи вчинення або невчинення дій органами державної влади чи органами місцевого самоврядування, службовими особами цих органів, об'єднаннями громадян, юридичними особами, або привернення уваги громадськості до певних політичних, релігійних чи інших поглядів винного (терориста), а також погроза вчинення зазначених дій з тією самою метою [2].

Інформаційний тероризм (медіа-тероризм + кібертероризм) – це соціальне явище, яке проявляється у використанні інформації з терористичною метою незалежно від каналу її подання (ЗМІ, Інтернет, телефонний зв'язок та ін.), а також атаках на інформацію, комп'ютерні системи або мережі у терористичних цілях.

Медіа-тероризм (інформаційно-психологічний тероризм) – це явище, яке супроводжується небезпечними діяннями з інформаційного впливу на соціальні групи й окремих осіб, державні органи влади та управління, пов'язані з поширенням інформації, яка містить погрози переслідуванням, розправою, вбивствами, а також викривлення об'єктивної інформації, що спричиняє виникнення кризових ситуацій у державі, нагнітання страху й напруження в суспільстві.

Кібертероризм (інформаційно-технічний тероризм) – це явище, яке проявляється навмисних мотивованих атаках на інформацію, що обробляється комп'ютером, на комп'ютерні системи або мережі, якщо ці атаки пов'язані з небезпекою для життя і здоров'я людей, порушенням громадської безпеки, залякуванням населення, провокуванням військових та інших конфліктів. Отже можна вивести таке співвідношення «радикалізм» більш ширше поняття чим «екстремізм», а «екстремізм» більш ширше ніж «тероризм». Будь який терорист є екстремістом і радикалом. Тероризм проявляється у двох формах: терористичний акт та інформаційний тероризм, який поділяється на медіа тероризм та кібертероризм (рис. 1).



Рис. 1. Співвідношення понять «радикалізм», «екстремізм», «тероризм», «терористичний акт», «інформаційний тероризм», «медіа-тероризм», «кібертероризм»

Терор (у перекладі з латинської (terror) означає страх) це діяльність державної влади, що характеризується особливо репресивною, жорстокою діяльністю стосовно своїх політичних противників як усередині країни, так і поза її межами, тому державний терор можна поділити на внутрішній і зовнішній.

Від тероризму терор відрізняється наступним.

По-перше, тероризм – це одноразово здійснюваний акт або серія подібних актів, тоді як терор має тотальний, масовий, безперервний характер.

По-друге, суб'єкти тероризму, на відміну від суб'єктів терору, не те, щоб безмежної, а взагалі ніякої офіційно встановленої (виборним шляхом, внаслідок військової інтервенції і т.ін.) влади над соціальним контингентом тієї місцевості, де розгортаються їх дії, не мають.

По-третє, суб'єктами терору виступають суспільно-політичні структури, а суб'єктами тероризму – фізичні осудні особи, які досягли віку кримінальної відповідальності.

По-четверте, якщо терор – соціально-політичний фактор дійсності, то тероризм – явище кримінально-правової властивості і насильство при тероризмі має не загальне, а локальне застосування.

Об'єднує тероризм и терор *кінцева мета – нагнітання страху* (рис. 2).



Рис. 2. Співвідношення понять тероризм и терор

Диверсія (згідно Кримінальному кодексу України) – вчинення з метою ослаблення держави вибухів, підпалів або інших дій, спрямованих на масове знищення людей, заподіяння тілесних ушкоджень чи іншої шкоди їхньому здоров'ю, на зруйнування або пошкодження об'єктів, які мають важливе народногосподарське чи оборонне значення, а також вчинення з тією самою метою дій, спрямованих на радіоактивне забруднення, масове отруєння, поширення епідемій, епізоотій чи епіфітотій [2].

Основною метою будь-якого теракту є, як відомо, зовсім *не сам факт здійснення того чи іншого злочинного діяння*, (вбивства, руйнування, захоплення заручників) та його матеріальні збитки, а насамперед *інформаційний вплив* на якомога ширшу аудиторію (залякування, привертання уваги громадськості, провокування до певних дій чи бездіяльності). Таким чином, тероризм – засіб інформаційно-психологічного впливу.

Адже, як зазначав С. Кара-Мурза головним об'єктом тероризму є «не ті, хто став жертвою, а ті, хто залишилися живими. Його мета – не вбивство, а залякування та деморалізація живих. Жертви – інструмент, вбивство – метод». *Цим тероризм відрізняється від диверсійних дій, мета яких – зруйнувати об'єкт (міст, електростанцію) чи ліквідувати противника у перекладі з латинської (terror) означає страх* (рис. 3).

Основна мета теракту - психологічний вплив на якомога ширшу аудиторію (залякування, привертання уваги громадськості, провокування до певних дій чи бездіяльності).



Цим тероризм відрізняється від диверсійних дій, мета яких – зруйнувати об'єкт (міст, електростанцію) чи ліквідувати противника

Рис. 3. Основні ознаки тероризму

Терористична діяльність – діяльність, яка охоплює: планування, організацію, підготовку та реалізацію терористичних актів; підбурювання до вчинення терористичних актів, насильства над фізичними особами або організаціями, знищення матеріальних об'єктів у терористичних цілях;

організацію незаконних збройних формувань, злочинних угруповань (злочинних організацій), організованих злочинних груп для вчинення терористичних актів, так само як і участь у таких актах;

вербування, озброєння, підготовку та використання терористів;

пропаганду і поширення ідеології тероризму;

фінансування та інше сприяння тероризму.

Терористичною діяльністю займаються як окремі особи так і терористичні організації і групи.

Терорист – особа, яка бере участь у терористичній діяльності. Під терористичною групою розглядають групу з двох і більше осіб, які об'єдналися з метою здійснення терористичних актів.

Терористична організація - (згідно Закону України «Про боротьбу з тероризмом») стійке об'єднання трьох і більше осіб, яке створене з метою здійснення терористичної діяльності, у межах якого здійснено розподіл функцій, встановлено певні правила поведінки, обов'язкові для цих осіб під час підготовки і вчинення терористичних актів. Організація визнається терористичною, якщо хоч один з її структурних підрозділів здійснює

терористичну діяльність з відома хоча б одного з керівників (керівних органів) усієї організації.

6.2. Сутність та складові тероризму

Сучасний тероризм - це складне, багатоаспектне і вкрай негативне соціально-політичне явище, що вийшло за межі національних кордонів окремих держав і перетворилося в загрозу для безпеки всього світового співтовариства, йому характерно все більш масовість.

Тероризм здійснюється як підпільна боротьба, насильницька, цілеспрямована, керована, ідеологізована. Терористичний акт виконує функції залякування певної категорії осіб або пропагує ідеї терористів. Жертви тероризму можуть бути випадковими або вибірковими (представляти символи будь яких інститутів).

Під сутністю тероризму слід розуміти сукупність ознак, властивих тероризму як злочинного діяння, наведених нижче:

- відмінною рисою тероризму є те, що він породжує високу суспільну небезпеку в результаті вчинення загальнонебезпечних дій, при цьому метою терориста є заподіяння смерті особам, які захоплюються в якості заручників;
- тероризм має публічний характер його виконання;
- особливістю тероризму є навмисне нагнітання страху, пригніченості, напруженості. Страх створюється винними не заради самого страху, а як досягнення мети, необхідної терористам, тобто страх не кінцева мета;
- при тероризмі загальнонебезпечне насильство застосовується у відношенні одних осіб, а вплив з метою схиляння до певної поведінки здійснюється на інших осіб.

Суб'єктами терористичного насильства можуть бути окремі особи чи неурядові організації. Об'єкт насильства - влада в особі окремих державних службовців або суспільство в особі окремих громадян. Крім того, об'єктом може бути приватне і державне майно, інфраструктури, системи життєзабезпечення.

Мета терористів - домогтися бажаного для них розвитку подій - революції, дестабілізації у суспільстві, розв'язання війни з іноземною державою, здобуття незалежності певною територією, падіння престижу влади, політичних поступок зі сторони влади і т. п.

Терористичну діяльність можуть вести терористи-одинаки, терористичні групи і організації (в тому числі і міжнародні при підтримці певних держав).

Таким чином суть тероризму - насильство з метою залякування, а об'єктами тероризму є не ті, хто став жертвою, а ті, хто залишилися живими. Його мета не убивство, а залякування і деморалізація живих, тобто, жертви - інструмент, убивство - метод.

Складність тероризму як соціально-політичного явища зумовлює наявність цілого ряду його видів, які характеризуються специфікою

притаманних їм політичних цілей, організаційних структур, задіяних сил і засобів, а також інших суттєвих ознак.

За характером суб'єкта терористичної діяльності, тероризм поділяється на:

- неорганізований або індивідуальний (тероризм одинаків) — в цьому випадку теракт (рідше, ряд терактів) робить одна-дві людини, за якими не стоїть якась організація (Дмитро Каракозов, Віра Засулич, Равашоль та ін.);
- організований, колективний, де терористична діяльність планується і реалізується якоюсь організацією (Аль-Каїда, ІДІЛ, ІРА, ЕҒА (вітчизна басків і свобода), державний тероризм). Найбільш поширений у сучасному світі організований тероризм.

Ми можемо виділити наступні **складові тероризму**, а саме соціальні, політичні, правові, психологічні та інформаційні:

1. **Соціальна складова.** Тероризм - це, перш за все, форма соціальної боротьби. Будучи складним явищем, тероризм вбирає в себе соціальні протиріччя, що досягають в суспільстві рівня конфлікту. У будь-якому соціумі з розвитком міжособистісних відносин виникають і розвиваються конкуруючі групи - політичні, економічні, духовні.

Основою протистояння всередині груп є конфлікт інтересів індивідів. Вирішення конфлікту відбувається шляхом перемоги однієї з конфліктуючих сторін. Насильство стає найбільш вірогідним способом вирішення конфлікту. Насильство є дуже важливим структурним елементом тероризму, одним з основних його ознак, на що звертають увагу практично всі автори, що займаються даною проблемою. Можна не сумніватися, що сучасний тероризм як явище без насильства існувати не може, в іншому випадку він втратить свою суспільну небезпеку і, по суті, перестане бути тероризмом.

Насильство є досить зручним практичним засобом досягнення кінцевої мети. При цьому не всяке насильство є тероризмом. Також не слід розглядати насильство в тероризмі як безглузді дії лише заради самого насильства.

В основі соціальної сутності тероризму лежить певна ідеологія, яка створена в несприятливій періоді суспільного розвитку і представляє собою певну розумово-емоційну атмосферу в вигляді різних поглядів і ідей, що сприяють тероризму. Терористична ідеологія відрізняється від ідеології взагалі помилковим уявленням про шляхи перетворення дійсності, для терориста об'єктивна реальність являє собою загострений контраст «своїх і чужих», «чорного і білого».

2. **Політична складова.** Тероризм є однією з форм насильницької політичної боротьби - це один її з методів. Акції тероризму викликають в суспільстві недовіру до органів влади, створюють спільну думку нездатності правоохоронних органів боротися з особами, які їх здійснюють. Мета тероризму - підірвати політичного устрою в країні і світі.

Не варто надмірно політизувати поняття тероризму, але слід констатувати, що сучасний тероризм використовується як засіб у вирішенні політичних проблем з використанням насильства. Насильство в політиці

характеризується жорстокістю, цілеспрямованістю, носить закономірний характер і з'являється, коли за допомогою інших форм політичної активності досягнення політичних цілей стає неможливим або мало-ефективним. В даному контексті політична підоснова тероризму не просто є його складовою частиною - вона необхідна.

3. Правова складова. Тероризм є частиною кримінальних процесів проти громадської безпеки і, як будь-який інший злочин, кримінально - карається. З правових позицій тероризм є видом злочинності і являє собою систему злочинів терористичної спрямованості. Терористичні злочини на відміну від інших загальнокримінальних злочинів повинні бути насильницькими, страхітливими, політично мотивованими, ідеологічно виправданими.

4. Психологічна складова - залякування. В умовах соціальної нестабільності у людини спрацьовує інстинкт самозбереження, основою якого є почуття страху, невпевненості у власній безпеці, що неминуче призводить до правової та громадської дестабілізації. Сенсом тероризму і його відмінною рисою є залякування населення. При цьому залякування не є його основною метою - це лише засіб примусу для досягнення іншої, більш значущої мети (зміна конституційного ладу країни, політичного курсу влади і т.д.). Залякування це метод досягнення кінцевої мети тероризму.

5. Інформаційна складова. Тероризм завжди несе інформаційний характер, незалежно від того чи іде мова про глобальні події, чи про події локального характеру, тому що головна задача - маніпуляція (або у вигляді залякування населення для зародження паніки, або у виде прямих погроз та інше).

Участь у терористичних організаціях та акціях обумовлена різними складними психологічними комплексами, внутрішніми і зовнішніми мотивами, які надають певний сенс діям їх учасників.

Наведу сім основних їх характеристик:

- меркантильні мотиви тероризму, як і будь-яка сфера людської діяльності, має певні економічно-фінансові виміри;
- ідеологічні мотиви більш стійкі, що базуються на збігу власних цінностей людини, його ідейних позицій з ідеологічними цінностями групи, організації, політичної партії або будь-якої іншої ідейно-політичної сили. Такими мотивами керується людина, яка відчуває причетність до якоїсь спільноти (народу, племені, роду). У цьому випадку терор стає його кровною справою;
- мотиви перетворення та активної зміни світу, як правило, в тій чи іншій мірі притаманні, насамперед, людям, які професійно займаються тероризмом. Для них терор є інструмент, мета перетворення світу;
- мотив мати владу над людьми, як наркотик діє на окремих людей часом сильніше, ніж природний або синтетичний збудник. В уявленні таких людей влада тримається не на авторитеті, а на насильстві, на страху;

- мотив інтересу і привабливості тероризму як сфери діяльності залучає не тільки вихідців з маргінальних кіл, але також із середовища забезпечених і освічених людей. Наприклад Бен Ладен вийшов із сім'ї мільйонера, а за ідейно-релігійних мотивів відправився в Афганістан, де став одним з організаторів таборів для підготовки терористів;

- «товариські» мотиви емоційної прихильності в різноманітних варіантах — від мотиву помсти за шкоду, заподіяну товаришів по боротьбі, одновірцям, до мотивів традиційної участі у терорі тому, що ним займався хтось із друзів, родичів, одноплемінників або одновірців.

- мотив самореалізації, самоствердження часто обертається самознищенням і означає, насамперед, визнання факту психологічної деструкції особистості.

Терористи - це вихідці з різних соціальних прошарків і життєвих сфер, люди які володіють певним набором особистісних рис. Ці риси багато в чому подібні з тими, що відрізняють прихильників релігійних культів, а саме на тлі прийняття нормативної системи культів відбуваються серйозні зміни особистості. Подібні зміни відбуваються і при вступі в терористичну організацію, оскільки людина відмовляється від приналежності до визначеної соціальної групи, пориває із суспільством і змушена вести підпільне існування.

Водночас, варто зазначити, що до терористичної діяльності схильні люди особливого типу. Їх відрізняє велика психічна активність, яскраві лідерські якості, нездатність до компромісів. Це, як правило, представники «контреліти», які володіють великою концентрацією психічної енергії, рішучістю. В деяких випадках ці якості межують з психічним розладом, переходять в патологію.

Терориста відрізняють презирство до життя, відсутність свідомості щодо межі між життям і смертю. Це проявляється у відношенні не тільки до чужого, але й до власного життя. Тому серед терористів так багато релігійних фанатиків, сектантів, містиків, іноді вони також активно вживають психоделічні речовини.

При складанні психологічного портрета терориста необхідно враховувати роль, яку він займає у цьому виді діяльності.

Ключова категорія серед терористів це ідеологи. Ці «мізки» нікуди не вплютуються, вони — замовники. Таких терористів небагато, але вони - найнебезпечніші. Керівники цього руху, як правило, освічені люди, іноді із забезпечених сімей, етнічної та релігійної еліти. Їм властиві нетерпимість до іншодумців і потужний фанатизм, ненависть до існуючого порядку, найчастіше — віра у володіння безумовної і остаточною правдою, віра в своє месіанське призначення. Ідейні натхненники тероризму мають велику психічну енергетику, здатні сформувані у рядових членів організації емоційний настрій перед виконанням військових операцій - вміють вживати засоби психологічного навіювання, навіть гіпноз, серед них трапляються особи, які мають релігійний сан.

Певна частина терористів-зомбі, сліпі роботи-виконавці, як правило, молоді люди, що заплуталися в реальному житті, деякі з них з темним минулим,

з не високим інтелектом, обмануті. Вони тупо вірять, що їх смерть є шляхом до слави. До них можна додати осіб з психічними відхиленнями, схильних до подібної діяльності від народження, людей, які ховаються від суспільства: бандити, дезертири і полонені ними люди, що злякались під час бойових дій.

Цікава деталь, на яку звертають увагу дослідники: біографії відомих терористів майже не відрізняються одна від одної — сите дитинство в заможній, але багатодітній сім'ї, навчання в престижному виші, членство в радикальному молодіжному угрупованні, де майбутнього лідера знаходять і визначають цілком сформовані терористи або навіть спецслужби.

Особливо слід зупинитись на психології жінки-терористки. Жінка - терорист — явище драматичне і унікальне. Унікальність полягає в тому, що жінка спочатку (від народження) несе в собі гуманізм, милосердя, співчуття. Але, вступивши на шлях тероризму, заради досягнення мети, стаючи фанатом ідеї, відкинувши інстинкт самозбереження, вона готова пожертвувати не тільки своїм життям, але й життям тих, хто виявився залученим у кривавий вир. І жертвами найчастіше виявляються ні в чому невинні люди. Просто вони з'являються не в той час і не в тому місці. Так, жінки на відміну від чоловіків не прагнуть в результаті терористичної діяльності збагатитися, підвищити свій авторитет. Основним мотивом вчинення злочинів терористичного характеру у жінок є «помста за свою землю, за вбитих родичів». В основі злочинної поведінки таких жінок найчастіше, поряд з спонукальними мотивами, закладений і мотив, який виправдовує їх дії.

6.3. Інформаційно-психологічні аспекти тероризму

Коли в демократичному суспільстві обговорюють тероризм, на перше місце постає його інформаційно-психологічна складова. Адже тероризм за своєю природою - це психологічна зброя, сила якої залежить від поширення інформації про загрозу серед найширших верств населення. Сучасні технології інформаційно психологічного впливу масово використовуються в інтересах окремих осіб, угруповань і держав для вирішення своїх завдань на шкоду інтересам інших суб'єктів світової спільноти.

Ось, по суті, чому між тероризмом і ЗМІ існує своєрідний симбіоз.

З якими б лозунгами не виступив терорист, він адепт і породження глобалізму. Основні заповіді глобалізації: 1) кожен має бути почутим; 2) має бути простір для висловлювань. Терорист той, хто вважає, що його не слухають і з ким не рахуються в комунікації і на практиці. Тероризм сьогодні – як художній твір, як шоу, як картина. Він твориться перед об'єктивами сотень тисяч фото- і кінокамер. Він тільки там і можливий, де є ці камери і ця гласність.

У силу своїх професійних особливостей працівники ЗМІ, так чи інакше, самі сприяють діяльності терористів. Зрозуміло, це вони роблять не навмисно, а переслідуючи свої, зовсім інші цілі, наприклад, добуваючи і надаючи аудиторії сенсаційну інформацію. Ринок у сучасному суспільстві диктує умови того чи

іншого поводження фахівця, який прагне з найбільшою вигодою продати результати своєї праці (товар). Для працівника ЗМІ таким товаром є інформація, але не будь-яка, а саме та, якою найбільше зацікавлений її споживач.

Як свідчать численні соціологічні дослідження, однією із найпопулярніших рубрик у телевізійних і газетних репортажах є кримінальна хроніка. Оскільки це тема підвищеного рівня цікавості, то автори репортажів намагаються перевершити один одного у виявленні деталей, біографій злочинців, роздмухуванні ажіотажу навколо того чи іншого випадку. Один «гучний» злочин, як правило, багаторазово повторюється ЗМІ. Внаслідок таких дій навколо резонансних злочинів і окремих злочинців формується специфічна соціально-психологічна атмосфера, що у психології зветься «ефектом ореолу».

Така ситуація вже декілька десятиліть успішно експлуатується терористами. Хоча справедливіше буде сказати, що між ЗМІ й терористами спостерігається певний симбіоз. Терористи постачають на ринок інформації пролиту ними кров та інші хвилюючі події, які заповнюють головні сторінки газет, а ті взаємін слугують рупором тероризму і безкоштовно роблять йому рекламу». Деякі вчені дійшли категоричного висновку: тероризм виник разом зі ЗМІ і пов'язаний з ним нерозривно.

Одним з найбільш впливових теоретиків сучасного тероризму є бразилець Карлос Марігелі. Його робота "Бразильська герілья (Короткий підручник міського партизана)" стала настільною книгою учасників міжнародного тероризму.

Він пише: «Викрадення знаменитостей, відомих своїми досягненнями в мистецтві, спорті або інших областях, що не виражали будь-яких політичних поглядів, може стати формою пропаганди, вигідною для революціонерів ... Сучасні ЗМІ, просто повідомляють про те, що роблять революціонери, є важливими інструментами пропаганди. Психологічна війна - це метод боротьби, заснований на прямому чи непрямому використанні ЗМІ ... Пограбування банків, напади, дезертирство і поширення зброї, порятунок полонених, страти, викрадення людей, диверсії, тероризм - все це ланки одного ланцюга. Порушення польоту літаків, напади на морські судна чи потяги, захоплення їх партизанами також виключно служать пропаганді».

Під час здійснення терористичного акту об'єктами інформаційно-психологічного впливу є:

а) інформаційно-психологічне середовище суспільства, яке є частиною інформаційного середовища світової спільноти та пов'язане з використанням інформації, інформаційних ресурсів, інформаційної інфраструктури, що можуть здійснювати вплив на психіку та поведінку людей;

б) інформаційні ресурси (духовні, культурні, історичні, національні цінності, традиції тощо);

в) система формування суспільної свідомості (світогляд, політичні погляди, духовні цінності);

г) система формування громадської думки;

- д) система ухвалення політичних рішень;
- є) психіка та поведінка окремої людини.

Відомо, що у тероризмі існують первинні жертви – це ті, які стали жертвами терористичного акту, та вторинні жертви – свідки цієї жахливої події. Отже терорист вважає жертвою не лише ту людину або групу людей, які загинули, а й тих які почують або побачать його дії. Будь-який терористичний акт не проходить безслідно, він залишає глибокий шрам на все життя. Найбільш серйозна проблема, яка виникає після теракту це формування психології жертви.

Одна з головних цілей терористичного акту - психологічний вплив на індивідів, які є безпосередньо жертвами даного злочинного діяння.

Акти тероризму здійснюються з особливою жорстокістю, причому це спочатку ретельно планується їх організаторами. Терористичний акт, крім заподіяння безпосереднього збитку жертві, розрахований на певний психологічний ефект - посіяти страх, створити загрозу широкому колу осіб. Будь-який акт тероризму насамперед розрахований на залякування всіх, хто не згоден з терористами. Таким чином, він завдає не лише матеріальний, економічний і політичний збиток країні, а й моральну травму суспільству.

Психологічна складова тероризму - залякування, це і є сенс тероризму і його відмітна риса. При цьому залякування не є його основною метою - це лише засіб примусу для досягнення іншої, більш значущої мети (зміна конституційного ладу країни, політичного курсу влади і т.д.). В умовах соціальної нестабільності у людини спрацьовує інстинкт самозбереження, основою якого є почуття страху, невпевненості у власній безпеці, що неминуче призводить до правової та громадської дестабілізації.

Страх перед терористичним актом - глобальна загроза не тільки фізичному виживанню, але і нормальному психічному стану людства. Дані страхи і побоювання, на наш погляд, з'являються внаслідок формування і розвитку соціальних уявлень про тероризм, що відбуваються під впливом мас-медіа.

Терористичні акти сприймаються як несподівані події, що лякають і травмують. На рівень «травмованості» впливають такі чинники:

- несподіванка теракту;
- кількість жертв теракту;
- ступінь жорстокості поведінки терористів до, під час, і після теракту;
- ступінь соціальної і фізичної незахищеності жертв теракту;
- несподіванка у виборі жертв і об'єктів теракту;
- характер подачі інформації про подію, характер і наслідки теракту;
- міра ідентифікації себе (своїх близьких) з жертвами теракту;
- відповідність вимог терористів і мотивів їхньої поведінки соціальним нормам людини, що сприймає інформацію про теракт.

Послідовні реакції людей на теракт можна умовно розбити на три стадії: рефлекторну, психологічну та соціальну.

На початковій, рефлекторній стадії, перша, «нормальна» реакція на теракт - це миттєва реакція переляку, яка відразу же переходить в готовність до втечі або в реальну втечу.

Після кількох миттєвостей готовності до втечі або початку рефлекторної реакції втечі (уникнення небезпеки) людини, приходить («доганяє») почуття страху - настає більш усвідомлена реакція на теракт.

Слідом за появою першого страху, іноді за відносно короткий час, окремі люди здатні оцінити реальність загрози або намагаються це зробити. За результатами оцінки реальності загрози або продовжується втеча, або настає полегшення, що загроза минула.

Потім починається не рефлекторна, а вже "психологічна" реакція на атаку. Залежно від типу ідентичності людина може відчувати безсилля і безнадійність і/або відповідну агресію по відношенню до терористів - ненависть, бажання їх смерті і т. п. Психологічно менш стабільні особистості відчують почуття депресії та апатії.

Наступна фаза реакції на теракт може бути визначена як соціальна. У деяких психологічно стабільних особистостей, виникають реакції критичного ставлення до влади, у зв'язку з її нездатністю запобігти теракту.

Психологічно більш стійкі мобілізуються і знаходять в собі сили протистояти тероризму. Психологічно слабкі, але більш стійкі знаходять захист у відмежуванні від інформації про терористичну загрозу, терактах і їх наслідки. Психологічно нестійкі індивіди виявляють прагнення поступатися вимогами терористів.

Вважається, що коли число таких «деморалізованих» досягне критичної маси, то спільнота, до якої був задіяний теракт, поступиться вимогам терористів. В кінцевому рахунку, всі структури цієї спільноти виявляться зруйнованими, а сама спільнота, як таке, буде знищена (модифіковано).



Рис. 4. Схема типової реакції на терористичний акт

6.4. Особливості ідеології ісламістського екстремізму та тероризму та шляхи їх впровадження

Іслам – одна з провідних релігій світу, яку сповідують близько півтора мільярда віруючих, в 120 країнах світу існують мусульманські громади. І ніщо не завдає більшої шкоди ісламу та мусульманам, ніж сучасний екстремізм під ісламськими гаслами. Він обслуговує переважно інтереси радикальної частини ісламського світу. Одночасно екстремізм використовують клерикальні, політичні, економічні кола, а іноді державні структури для з'ясування стосунків на внутрішньо та геополітичному рівнях.

Екстремісти експлуатують релігію в політичних цілях, перекручуючи і

порушуючи її положення. Іслам і екстремізм – різні поняття. Дуже важливо бачити небезпеку ототожнювання і підміни цих понять.

Існує кілька ознак, за якими можна відокремити ісламістський екстремізм від ісламу, а саме (рис. 5):

Іслам	Екстремізм
звичайне громадянське суспільство	прагнення до заміни громадянського суспільства нібито «ісламським», побудованим за «законами шаріату»
релігія, відокремлена від держави	неприпустимість відділення релігії від держави
сприйняття єдинства глобальної цивілізації з одночасним визнанням мусульманського населення частиною населення світу, як одного цілого	заперечення єдності глобальної цивілізації водночас з протиставленням територій з мусульманським населенням решті світу
поважне ставлення до міжнародного права	нетерпимість до міжнародного права: заперечення таких його провідних положень, як територіальна цілісність і недоторканність державних кордонів
діяльність, спрямована на стабілізацію ситуації у світі	організація заходів дестабілізації заради просування до влади з використанням (де можливо) легальних шляхів
Неприйняття будь-якої взаємодії з силами, які роблять ставку на націоналізм, сепаратизм	готовність до співпраці з будь-якими силами, насамперед націоналістичними, сепаратистські налаштованими, з вираженим соціальним популізмом

- прагнення до заміни громадянського суспільства нібито «ісламським», побудованим за «законами шаріату» в розумінні екстремістів;

- неприпустимість відділення релігії від держави;

- заперечення єдності глобальної цивілізації водночас з протиставленням територій з мусульманським населенням решті світу;

- нетерпимість до міжнародного права: заперечення таких його провідних положень, як територіальна цілісність і недоторканність державних кордонів;

- організація заходів дестабілізації заради просування до влади з використанням (де можливо) легальних шляхів;

- готовність до співпраці з будь-якими силами, насамперед націоналістичними, сепаратистські налаштованими, з вираженим соціальним популізмом.

Іслам відділений від екстремізму за усіма з зазначених вище ознак. Він досить вільно співіснує з громадянським суспільством, альтернативними системами його устрою. Мусульманські держави з поміркованою політикою інтегровані в глобальну «світ-систему» і не підтримують екстремістської експансії. Іслам використовує принципи гуманізму та соціальної справедливості. Але ці постулати заперечують екстремісти, які прикриваються релігією. Саме насильницький характер і відрізняє екстремізм. Отже, т.зв. ісламістський екстремізм – агресивне месіанство конфесійно-політичного спрямування, метою якого є злам суспільних структур мусульманської та суміжних їй спільнот, зовнішня експансія у формі панісламізму, загострення колізій на межі зіткнення релігій, насамперед ісламу і християнства.

Суспільна небезпека ісламістського екстремізму виявляється в

дестабілізації з метою захоплення політичної влади, встановлення шаріату в такому його розумінні, яке вигідно екстремістам, у знищенні всіх суспільних систем, інститутів, традицій, окремих громадян та ін. На сучасному етапі все більшого поширення у світі отримують акції політичного екстремізму. Під політичним екстремізмом слід розуміти ідеологію і практику насильницького і протиправного досягнення політичних цілей. Це прагнення будь-якою ціною досягти швидких результатів, використовуючи методи або загрозу їх застосування, нехтування цінностями, які в цивілізованому суспільстві вважаються непорушними.

До політичного екстремізму належать акти вандалізму, погрози або імітація вибухів, підпалів у громадських місцях, блокування державних установ, побиття чи інші види морально-психологічного впливу на представників влади, депутатів, політичних чи релігійних опонентів, акти самопідпалу або самогубства, акції громадянської непокори, масові заворушення, голодовки, несанкціоновані демонстрації, мітинги з висуванням політичних вимог, публічні і анонімні заклики до насильницьких та ін. дій, розрахованих на зміну політичної свідомості та створення ситуації для захоплення державної влади.

Політичний екстремізм взяли на озброєння деякі політичні партії, рухи та окремі особи, сутність діяльності яких полягає в конфронтації з державними структурами, фактах непокори влади та здійснення на неї силового впливу. Політичний екстремізм на сьогодні – це переважно система поглядів, форм і методів у боротьбі за владу.

Політичний екстремізм і тероризм – це соціальні явища, що мають глибокі історичні корені, свої умови виникнення та умови існування. Слід зазначити, що екстремізм, в більшості випадків на тлі нестабільності внутрішньої і зовнішньої обстановки, зазвичай призводить до тероризму.

Ключові положення ісламістської ідеології були закладені середньовічним сирійським богословом Ібн Таймійєю. Західне й пострадянське ісламознавство зазвичай відносить цього богослова до ханбалітського мазхабу, хоча деякі дослідники відзначають хиткість такої позиції, оскільки знаходячись на крайніх позиціях, Ібн Таймійя розходився у поглядах на деякі питання навіть з ханбалітами.

Ключові ідеї, запозичені сучасними ісламістами в Ібн Таймійї стосуються двох основних питань: чи можна вважати мусульманином людину, яка живе не за шаріатом, і як ставитися до правителя, який керує країною не у відповідності з ісламом.

Крім того, важливим нововведенням Ібн Таймійї, яке в повній мірі затребуване сучасними ісламістами, було доповнення п'яти стовпів ісламу (*аркан аль-іслам хамса*), до яких він додав 6 стовп – малий джигад (*джигад асгар*, збройну боротьбу з немусульманами, або *газават*), що само по собі можна розглядати як ересь.

Ідеологічним наступником Ібн Таймійї став Мухаммад Ібн Абд аль-Вагаб із Неджду (місцевість на Аравійському півострові), засновник-епонім релігійно-

політичного руху радикального характеру.

Слід зазначити, що термін «вагабіти» ніколи не застосовувався самими його послідовниками. Більше того, вони категорично відкидали і відкидають правомірність його вживання, називаючи себе «мувахідун» – «послідовники єдиногобожжя» або «салафітами» (від «Салафія» – «той, хто дотримується традицій предків») – тобто прихильниками «первісного ісламу». Однак терміни «вагабізм», «вагабіти» вперше зустрічаються ще у мусульманських авторів – сучасників Мухаммада ібн Абд аль-Вагаба, – які вели полеміку з ним. Звідси він власне і був запозичений і введений в наукову термінологію західними дослідниками.

Для вагабізму характерні два системоутворюючих положення, запозичених саме зі вчення Ібн Таймійї: звинувачення в невірстві (*такфір*) і обов'язок вести священну війну за віру (тобто малий джигад – *джигад асгар*). Паразитуючи на цих загальноісламських поняттях, вагабіти спотворюють їх суть. Вони довільно розширюють коло об'єктів такфіру, абсолютизуючи поняття «невіра» (*куфр*, або безбожництво) і «багатобожжя» (*ширк*, або язичництво). На відміну від представників ісламського правознавства (*фікх*), теології (*калям*), філософії (*фальсафа*), суфізму (*тасавуф*), які ставлять перед собою мету максимально повного та адекватного розуміння суті єдиногобожжя як воно доведене до людей в священному Писанні, вагабіти заперечують саму можливість правового, теологічного, філософського або суфійського розуміння текстів Корану і сунни.

Вагабіти кваліфікують «невірними» і «багатобожниками» всіх тих, хто не є «єдиногобжниками». У категорію «ворогів ісламу», на їхню думку, входять наступні категорії людей:

- 1) іудеї і християни;
- 2) мусульмани-віровідступники (*муртадд*);
- 3) так звані «лицеміри» (*мунафікун*);
- 4) послідовники всіх без винятку ідеологічних течій (звісно, крім вагабізму);
- 5) ті, хто відкидає шаріат як єдине можливе джерело права.

Виходячи з вищевказаних світоглядних засад, ідеологами вагабізму ґрунтовно розроблена концепція «Симпатії й антипатії» (*Аль-валяа ва-ль-бараа*). Відповідно до цієї концепції все людство розділене на три групи:

- 1) тих, кого слід лише любити, не відчуваючи до них ніякої ворожості;
- 2) тих, кого слід лише ненавидіти і тільки ворогувати з ними, не відчуваючи до них ні любові, ні дружніх почуттів;
- 3) тих, хто, з одного боку, заслуговує на любов, а з іншого – на ненависть.

У першу категорію потрапляють тільки члени «врятованої групи», вагабіти, до яких одновірці зобов'язані виявляти лише терпимість і доброзичливість. До другої групи зараховуються всі немусульмани, а до третьої – всі мусульмани, які не поділяють вагабітський заклик. Саме до них і застосовується такфір, саме вони є його головним об'єктом, оскільки немусульмани і *кефіри* – невірні. Іншими словами, вагабіти проголошують

кяфірами – невірними – всіх мусульман, які не дотримуються тієї специфічної інтерпретації ісламу, яку вони проголошують єдиною вірною.

У другій половині ХХ ст. ідеї Ібн Таймійї та Мухаммада Ібн Абд аль-Вагаба були підхоплені та розвинуті головним ідеологом єгипетських «Братів-мусульман» у 50-60-ті рр. ХХ ст. Сеїдом Кутбом. Більшість сучасних дослідників ісламізму погоджуються із тим, що саме його ідеї було покладено в основу ідеології практично всіх радикальних ісламістських організацій та рухів. У творах С. Кутба значну увагу ісламістів привертають положення, які стосуються принципів організації так званого «секретного апарату» в екстремістських угрупованнях, що виконують розвідувальні й контррозвідницькі функції.

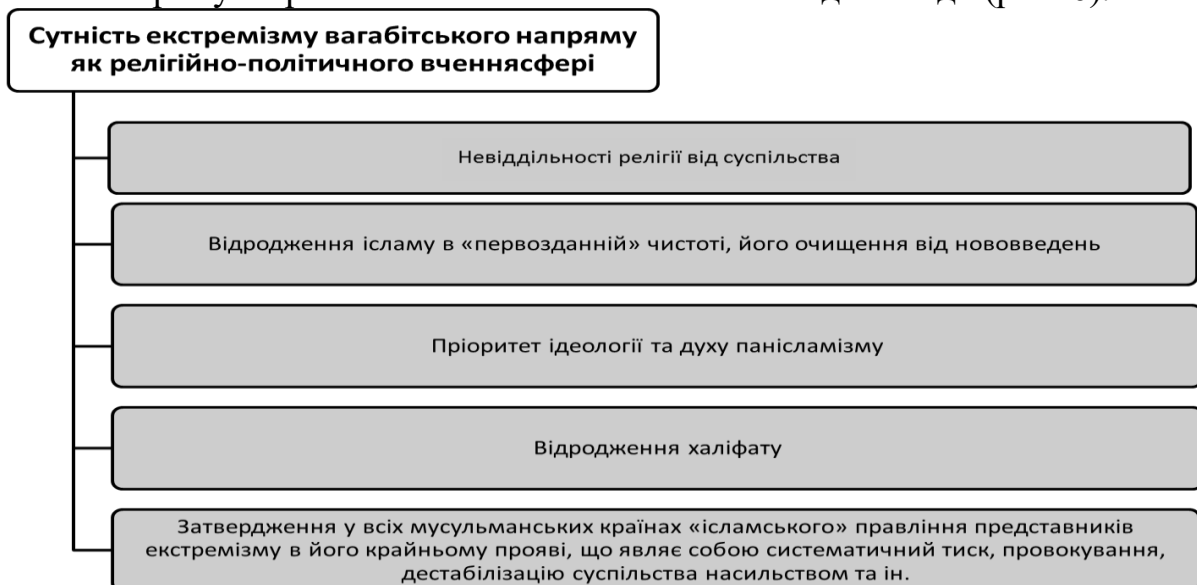
С. Кутб виділяв два головних методи боротьби за панування ісламу – переконання і воєнні дії. Перший метод використовується для боротьби на рівні ідей, вірувань, а другий – на рівні держави, суспільства, організацій. Ці два методи, згідно Кутбу, повинні взаємодіяти: спочатку за допомогою воєнного виступу мусульманське суспільство знищує ті інститути *джахільїї* (до- і позаісламського язичництва), що заважають поширенню ісламу, і домагається тим самим свободи вибору віри. Після встановлення ісламської системи акцент робиться на переконання, щоб показати вільним тепер людям, що іслам – єдина істинна віра. Мета збройної боротьби – розчистити шлях для переконання.

Дотримуючись положень, висунутих ще Ібн Таймією та Мухаммадом Ібн Абд аль-Вагабом, С. Кутб вважає «невірними» тих мусульман, що не відповідають його уявленням про віру. Більш того, у своїх творах він писав: «...коли на шляху джигаду встають перешкоди і з'являються чинники матеріального впливу, то виникає необхідність знищити їх передусім силою».

Послідовник С. Кутба – єгиптянин Мухаммед Абд аль-Салам Фарадж (1954-1982), один з керівників групи «аль-Джигад» – розвинув його ідеї, стверджуючи, що проблеми пов'язані не з населенням мусульманських країн, а з їх «невірними» урядами і законами. У 1977 р. він опублікував свою знамениту працю «Борг, підданий забуттю» («*Аль-Фаріда аль-гаїба*»), в якій закликав кожного мусульманина до насильницького джигаду, кінцевою метою якого стане створення всесвітнього халіфату. Він наполягав на тому, що при нинішньому стані ісламу необхідно організувати таємні групи і захопити владу, впроваджуючи їх представників в армію і ключові державні структури.

Зосередившись на Корані, багато хто з сучасних ісламістів заперечують будь-які положення шаріату, які не зводяться безпосередньо до нього або, в гіршому випадку, до сунни. Деякі ідеологи ісламістів не визнають такі класичні джерела права, як *іджмаа* (єдина думка мусульманської громади) і *кяяс* (судження за аналогією), відкидають весь *фікх* (мусульманське право) і його чотири основних мазгаби, засновників яких вони вважають невірними. С. Кутб, зокрема, проводить чітку межу між шаріатом як системою приписів, встановлених Аллагом для людей, з одного боку, і фікхом, створеним людьми, – з іншого, помічаючи, що «...положення традиційних мусульманських юристів, цілком очевидно, не відповідають потребам суспільства у всі часи».

У концептуальному плані зміст (сутність) сучасного екстремізму вагабітського напрямку як релігійно-політичного вчення зводиться до (рис. 6):



- 1) Невіддільності релігії від суспільства;
- 2) Відродження ісламу в «первозданній» чистоті, його очищення від нововведень;
- 3) Пріоритет ідеології та духу панісламізму;
- 4) Відродження халіфату;
- 5) Затвердження у всіх мусульманських країнах «ісламського» правління представників екстремізму в його крайньому прояві, що являє собою систематичний тиск, провокування, дестабілізацію суспільства насильством та ін.

Екстремізм може викликати такі негативні наслідки (рис. 7) :



- 1) Руйнування соціальних структур;
- 2) Збіднення значної частини населення;
- 3) Економічна та соціальна кризи;

- 4) Ослаблення державної влади та дискримінація її інститутів;
- 5) Занепад виконавської дисципліни;
- 6) Зростання антисоціальних явищ;
- 7) Загострення почуття гноблення національної гідності та ін.

Саме тому з проявами екстремізму потрібно боротися ще на етапі їх зародження. Некомпетентність і недбале ставлення державної влади до зазначеної проблеми призводять до негативних (нерідко «кривавих») наслідків.

Відповідно до концепції засновника асоціації «Брати-мусульмани» Хасана аль-Банни, організація, яка поставила своєю метою утворення ісламської держави, повинна пройти три стадії:

1) Стадія ознайомлення («мархалят ат-тааріф») – час напівлегальної діяльності, коли організація, без залучення до себе уваги, проводить серед населення просвітницьку діяльність, займається благодійністю подалі від міських центрів, у провінції.

2) Стадія структуралізації («мархалят ат-таквін») – період відбору найбільш відданих послідовників, здатних без сумнівів і страху в ім'я релігійних переконань приймати участь у збройній боротьбі.

3) Стадія здійснення («мархалят ат-танфіз») – коли пропаганда збройної боротьби за віру переходить до фази «джигад без поступок і поблажливості».

Водночас, радикально налаштовані, транснаціональні ісламістські мережеві структури для нарощування впливу ідеологічної та політичної експансії виділяють ряди adeptів:

1) завоювання підтримки в суспільстві і поширення радикальних ідей шляхом навчання молоді (особливо тієї, яка не має належної ні світської, ні релігійної освіти), надання гуманітарної допомоги та спонсорства, будівництва мечетей, медресе та інших культових споруд, розповсюдження літератури, заснування власних ЗМІ тощо – таким чином «готується» мусульманська громада, орієнтована на відповідні радикальні ідеї;

2) підбір та збільшення чисельності активних прихильників у діючих мусульманських громадах;

3) просування своїх adeptів на керівні посади в мечетях і медресе, отримання прихильників в органах місцевої та регіональної влади;

4) позиціонування себе як політичної сили; насадження опозиційних традиційним інститутам (духовним управлінням) установ, чинним державним органам управління та створення альтернативних («шаріатських») інститутів влади (прикладом подібної стратегії може розглядатися створення на базі ісламістських структур альтернативних Духовних управлінь);

5) провокація і організація масових заворушень, силових і терористичних актів, захоплення влади.

ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Дайте визначення таким поняттям як «екстремізм», «терор», «тероризм», «терористичний акт», «інформаційний тероризм» (його різновиди «медіа-тероризм», «кібертероризм»), «терорист», «терористична організація».
2. Розкрийте та проілюструйте схематично співвідношення понять «екстремізм», «терор», «тероризм», «терористичний акт», «інформаційний тероризм», «медіа-тероризм», «кібертероризм», а також взаємозв'язок понять «терор», «тероризм» та «тероризм» і «диверсія».
3. Сущность и составляющие терроризма.
4. Раскройте информационно- психологические аспекты терроризма.
5. Зробіть порівняльний аналіз ісламістського релігійного екстремізму з традиційним ісламом.
6. Ісламістські ідеї Ібн Таймійї та Мухаммада Ібн Абд аль-Вагаба та Сеїда Кутба.
7. Концептуальні положення вагабізму.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДІЛУ 6

1. Інформаційна безпека держави: підручник / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Д.С. Мельник та ін.]; в 2 т. – Т. 2. / за заг. ред. В.М. Петрика. – К.: Вид-во ІСЗІ НТУУ, 2016. – 328 с.
2. Информационно-психологическое противоборство: учебник / [Петрик В. М., Присяжнюк Н. Н., Жарков Я. Н. и др.]; под ред. В. М. Петрика. — К.: Изд-во ИССЗИ КПИ им. Игоря Сикорского, 2018. – 374 с.
3. Петрик В.М., Остроухов В.В., Присяжнюк М.М. та ін. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти): Підручник / За заг. ред. Є.Д.Скулиша. – К.: КНТ, 2010. – 776 с.
4. Петрик В.М., Остроухов В.В., Штоквиш А.А. и др. Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации: Учеб. пособ. / Под. ред. В.В.Остроухова. – К., 2008. – 544 с.
5. Петрик В.М., Бедь В.В., Базик Д.В. та ін. Новітні та нетрадиційні релігії і містичні рухи України: Підручник/ За заг. редакцією Бедь В.В., Петрика В.М. – К.: ПАТ «ВІПОЛ», 2016. – 342 с.
6. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. – К., 2000. – 500 с.
7. Закон України від 20.03.2003 № 638-IV «Про боротьбу з тероризмом». [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/638-15>.
8. Агаєв Н.А. Сучасний тероризм – причини і прояви / [Н.А. Агаєв, М.О. Карпов, О.Ф. Хміляр, В.В. Єфімова]. – К.: Молода нація, 2005. – 110 с.
9. Ольшанський Д.В. Психология терроризма/ Ольшанський Д.В.- СПб.: Питер, 2002. - 288 с.

10. Роквілл Подбраннік «Черный сентябрь и операция «возмездие» [Електронний ресурс]/ Подбраннік Р.-Режим доступу: <http://www.kontinent.org/article.php?aid=4aa9a892f3a73>.

11. Тероризм: теоретико-прикладні аспекти: навчальний посібник / кол. авторів; за заг. ред. проф. В.К. Грищука. – Львів: ЛьвДУВС, 2011. – 328 с.

12. Марігелла Карлос «Бразильская герилья (Краткий учебник городского партизана)» [Електронний ресурс]/ Марігелла Карлос.-Режим доступу: <http://www.e-reading.club/book.php?book=86626>.

13. Яцик Т. П. Особливості інформаційного тероризму як одного із способів інформаційної війни [Електронний] Режим доступу: file:///C:/Users/%D0%97%D0%B0%D0%BC_%D0%BD%D0%B0%D1%87/Desktop/Nvnudpsu_2014_2_10.pdf.

14. Богомолів А.В., Данилов С.И., Семиволос И.Н., Яворская Г.М. Исламская идентичность в Украине. – К. : ИД «Стилос», 2006. – 200 с.

15. Брильов Д.В. Исламський фактор в державно-конфесійній політиці України: внутрішньо- та зовнішньополітичний аспекти // Державно-конфесійні відносини в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку за ред. Бондаренко В.Д. та Мищака І.М.]. – К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2012. – С. 22-39.

16. Игнатенко А. А. Обыкновенный ваххабизм, часть 2. Особенности учения «единобожников» [Электронный ресурс] / А. А. Игнатенко. – Режим доступа к журн. : <http://old.russ.ru/politics/20010917-ign.html>.

17. Канах А. Сучасні ідеологічні основи діяльності Асоціації братів мусульман / А. Канах // Українське релігієзнавство. – 2003. – № 25. – С. 23-31.

РОЗДІЛ 7. ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ПРИ ФОРМУВАННІ НАТОВПУ

Слід підкреслити, що в масі (натовпі), на відміну від сім'ї та інших організованих спільнот людей, формуються абсолютно нові взаємини її членів, пов'язані з відмовою від власних бажань, амбіцій. Перебуваючи в натовпі, людина замикається в собі, звертається до одних та тих же ідей, перестає відчувати потребу в пізнанні нового і т.д. На думку Геракліта, в натовпі вона втрачає здоровий глузд, її вчинки суперечать думці більшості людей, що знаходяться поза натовпу. У мисленні маси панують стереотипні асоціації, вона мислить не поняттями, а образами, шукає простих відповідей на складні соціальні проблеми, що виникають.

В такому неорганізованому співтоваристві виникає інформаційний обмін, який веде до формування специфічної взаємодії між окремими індивідуумами. Інформаційно-комунікаційні процеси за своїм змістом або характером соціальних зв'язків, а також відповідно до основних сфер способу життя можуть класифікуватися на наступні: суспільно-політичні; професійно-ділові; соціально-культурні; сімейно-родинні; соціально побутові; дружні; випадкові. Залежно від поставлених цілей можлива й інша типологізація. Зокрема, за спрямованістю комунікацій та стосовно суб'єктів цих комунікацій всі інформаційно-комунікаційні процеси можна розділити на кілька основних груп.

До *першої групи* відносять сукупність інформаційно-комунікаційних процесів, що включають, як правило, парні міжособистісні взаємодії, тобто такі процеси, в рамках яких відбувається безпосереднє спілкування та обмін інформацією між людьми, як кажуть, «віч-на-віч». У цих ситуаціях здійснюється так званий двосторонній інформаційний обмін.

До *другої групи* доцільно включити інформаційно-комунікаційні процеси, в яких людина, перебуваючи в складі певної спільноти людей, піддається безпосередньому інформаційно-психологічному впливу з допомогою деякого комунікатора, тобто особистістю або невеликою групою людей. Такі процеси й можна позначити як контакт-комунікаційні або публічні. В них здійснюється, в основному, одностороння безпосередня комунікація за типом «комунікатор - спільність людей». Подібні ситуації є типовими при проведенні зборів, нарад, мітингів, видовищних заходів тощо.

У *третьої групи* можна об'єднати інформаційно-комунікаційні процеси, які характеризуються наявністю маси розрізнених елементів – людей, ще не охоплених загальною ідеєю, які не підпали під вплив одного лідера.

У натовпі здійснюється хаотичне переміщення людей, навіть якщо наочно створюється відчуття їх упорядкованого пересування. Тут люди незнайомі один з одним і індивідуальність кожної людини розчиняється в загальній масі натовпу. Характерно, що в натовпі кожен бореться тільки за себе. Він інертний та важко піддається свідомому управлінню, зате дуже добре

сприймає провокації. Навіть невелика юрба володіє перерахованими властивостями.

Виділені групи інформаційно-комунікаційних процесів у натовпі, звичайно, є дещо ідеалізованими. Насправді важко собі уявити, що в масі людей, навіть абсолютно незнайомих, не виникнуть локальні парні комунікації, тут можуть спонтанно з'являтися «локальні комунікатори» – лідери, які заволодівають розумом прилеглих сусідів у натовпі тощо. Тому, для того, щоб розібратися в особливостях формування і подальшого функціонування натовпу необхідно більш детально розглянути ряд питань.

7.1. Ідентифікація поняття «натовп»

Зазвичай натовп характеризують як хаотичне скупчення людей, взаємно пов'язаних подібністю емоційного стану і єдиним об'єктом уваги, але часто позбавлених ясно усвідомлюваної спільної мети. Для людини, що знаходиться в натовпі, властиве підвищене емоційне сприйняття всього, що він бачить і чує навколо себе. Натовп завжди характеризується просторовою близькістю людей, що відображає вплив цієї ситуації на їх поведінку.

Вважають, що натовп має наступні ознаки:

- одночасна участь великої кількості людей;
- ірраціональність поведінки окремих її членів, пов'язана з ослабленням свідомого контролю над своєю поведінкою;
- слабка структурованість обумовлена розмитістю позиційно-рольової структури, характерної для нормативних форм групової поведінки.

Організуючим фактором, що сприяє утворенню натовпу, може бути загальний об'єкт уваги, традиція, подія та ін. У людей, що складають натовп, нерідко формується загальна мета, основною властивістю якої є те, що її досягнення кожним з учасників значною мірою залежить від досягнення цієї ж мети іншим. Це явище суттєве для збереження цілісності натовпу протягом значного періоду часу.

У натовпі діє специфічний інформаційно-комунікаційний фактор, пов'язаний з формуванням у людей специфічних емоційних реакцій, при яких взаємодія, як правило, здійснюється не за рахунок смислової передачі інформації, а шляхом невербальної трансляції емоційних впливів, званих зараженням. У такій ситуації людина з великими труднощами може зберегти свою індивідуальність, залишитися самотійною особою. Як правило, дія зараження призводить до стирання індивідуальних відмінностей і людина перетворюється в частинку безособової маси, не маючи своєї певної ролі. Дія ефекту зараження призводить до того, що в учасників натовпу як би загальмовується усвідомлення своєї особистості, і вони стають автоматами, готовими на будь-які дії, в тому числі на самопожертву або деструктивні вчинки. Зовні індивіди в натовпі нагадують диких первісних людей – їхній поведінці властиві буйство, лютість, ентузіазм і навіть, якоюсь мірою, героїзм. Кількісне розростання подібного об'єднання людей, що супроводжується

зараженням загальним настроєм та інтересом, поступово перетворює його в неструнку й неорганізоване скупчення або в натовп.

У натовпі здійснюється «усереднення особистостей», коли люди з вищою психологічною організацією опускаються до рівня людей з нижчою організацією. Тут індивід внаслідок «масивності» натовпу, усвідомлює свою багаторазово збільшену силу і, оскільки він анонімний, втрачає почуття відповідальності. У натовпі індивід набуває ряд специфічних психологічних особливостей, які можуть бути абсолютно не властиві йому в звичайному «ізолюваному» стані. Ці знову придбані якості мають найбезпосередніший вплив на його поведінку в натовпі.

Отже, учасники натовпу характеризуються такими рисами:

- відчуття власної **анонімності**, коли, загубившись в безликій масі, людина начебто втрачає своє обличчя, виявляється безіменною, здобуває незалежність від наявних соціальних зв'язків, наслідком чого є поява у неї почуття безвідповідальності, часто супроводжується проявами жорстокості і т. п.;

- у індивіда в натовпі істотно притупляється почуття самокритики, зменшується здатність до спостереження й адекватної оцінки обстановки, до раціональної переробки сприйнятої інформації; в результаті він віддає себе у владу **інстинктам**, які в нормальному стані істотно пригнічені свідомістю особистості;

- натовп сприяє переважанню **несвідомих** поривів і формує в людей однакову спрямованість їх почуттів та ідей, підштовхує до негайного здійснення сформованих ідей;

- в умовах натовпу у людини швидко розвивається почуття **єднання** з іншими людьми, що сприяє утворенню «усередненої» поведінки, істотно трансформуючи (посилюючи чи стримуючи, пригнічуючи) його індивідуальні пориви. Багато дослідників констатують, що людина в натовпі, відчуваючи психологічний тиск присутніх, може істотно змінити свою поведінку, здійснюючи (або не здійснюючи) властиві йому при інших обставинах дії;

- перебуваючи в натовпі протягом деякого часу (тривалість розвитку цього стану індивідуальна) індивід занурюється в **стан гіпнотичного трансю**, коли об'єктивне усвідомлення своїх вчинків сильно ускладнено. При цьому одні його здатності зникають, інші ж доходять до крайнього ступеня вираженості. Під впливом зараження відбувається взаємне стимулювання індивідуумів, і цей вплив сприяє істотній зміні вчинення ними певних дій з наростаючою стрімкістю;

- численність учасників натовпу сприяє придбанню кожним з них **відчуття нездоланної сили**. Це почуття розвивається у них завдяки анонімності, що дозволяє піддаватися прихованим інстинктам. Тут у людини послаблюється почуття відповідальності, зазвичай стримуюче його, він відчуває себе знеособленим і тому не схильним приборкувати ці інстинкти;

- у натовпі значною мірою діє фактор **заражуваність** певним емоційним настроєм, коли індивід, суперечачи своїй природі, легко приносить в жертву свої особисті інтереси на користь натовпу;

- натовп сприяє формуванню **аморфної** однорідності людей, коли кожен з її учасників втрачає індивідуальні риси, свою оригінальність і неповторність, діє за принципом «кожен сам за себе». Поведінка індивіда в натовпі обумовлюється однаковими установками, мотивами та взаємною стимуляцією, він не помічає відтінків поведінки і сприймає все враження дискретно неначе якусь спільність;

- у людини, як правило, повністю втрачається почуття відповідальності, що є стримуючим початком, **безвідповідальна** поведінка індивідуума сприяє підтримці поведінкового хаосу в натовпі;

- в натовпі відбувається **соціальна деградація** учасників, коли людина, діючи інстинктивно, як би опускається на кілька сходинок нижче в своєму розвитку, спостерігається зниження рівня інтелектуальної діяльності.

Відомо, що натовпом як суб'єктом масових форм поза колективної поведінки часто стає:

- група людей, що формується на основі спільних інтересів, при виникненні ситуацій, що допускають раціональне обговорення виникаючих проблем (збори, мітинги і т. п.);

- контактна, зовні неорганізована спільність, що діє вкрай емоційно й одноставно, поведінкою її учасників часто керує почуття обурення або захоплення;

- численна аморфна сукупність людей, які найчастіше не мають безпосередніх міжособистісних контактів, але пов'язаних певним загальним для всіх постійним інтересом, таким, як масові захоплення, міграції, патріотичний порив та ін.

За ступенем організації розрізняють:

- спонтанно сформований без будь-яких призвідників **стихійний натовп**, наприклад, натовп в метро, на вокзалі тощо;

- натовп, організований лідерами позначають як **ведомий натовп**.

Деякими дослідниками виділяється спеціальна категорія – організований натовп (рота солдатів, засідання парламенту), вважаючи, що у такого натовпу формується власна «душа». Однак багато сучасних дослідників вважають, що саме поняття «натовп» передбачає тільки неорганізовану масу людей.

За характером поведінки людей натовп можна класифікувати наступним чином:

- **оказіональний (випадковий) натовп** – агрегат зацікавлених (роззяв), що характеризуються різкою екстравертированістю поведінки її учасників; прикладом може служити натовп, що зібрався з нагоди автомобільної аварії;

- **конвенціональний (згодний) натовп** – сукупність людей, тимчасово об'єднаних за задалегідь відомим приводом (різні видовищні заходи: фестиваль, карнавал і т. д.); учасники натовпу підкоряються деякому

заздалегідь визначеному плану (інструкції), і їх поведінка, найчастіше, може характеризуватися як інтровертирована;

- **експресивний (збуджений) натовп** – маса людей, що виражає загальні для всіх її членів сильні емоції (протест, радість, і т. д.). Характеризується нестабільністю та нейротизацією поведінки її учасників (учасники концертів рок-музики, спортивних змагань та ін.). Одним з підкласів такого натовпу є **екстатичний натовп**, тобто натовп, охоплений екстазом;

- **дійсний (спрямований) натовп** – натовп, що виробляє спрямовані фізичні дії, охоплений загальним піднесенням, поривом. Включає такі підвиди: **агресивний натовп** - людська маса, яка здійснює деструктивні дії; **панічний натовп**, що рятується від когось (чогось); **стягуваний натовп**, який бореться за цінності; **повстанський натовп**, що протидіє владі.

Натовп може бути охарактеризований цілою низкою параметрів і показників, зокрема, кількістю присутніх людей, напрямком і швидкістю руху (якщо він є), психологічним станом і його динамікою. Створення натовпу не залежить від кількості початкових складових її елементів – натовп можуть утворити навіть кілька людей. З іншого боку, якщо немає необхідних умов, то безліч людей не перетворюються в натовп. Ще один параметр – тривалість життя натовпу – може бути також різним за величиною. Натовп можна описати по параметру щільності, визначивши (суб'єктивно або об'єктивно) число людей, що знаходяться в одному квадратному метрі натовпу. Важливою величиною є критична щільність натовпу. Коли щільність збільшується до критичної - виникає реальна загроза здоров'ю та життю людей. Особливо небезпечним вважається натовп, що досягла критичної щільності, де може виникнути паніка.

Натовп складається з учасників, тобто суб'єктів, які долучилися до нього внаслідок наявності в них певних ціннісних орієнтацій, близьких до інших учасників натовпу. Серед них можуть знаходитися підвищено навіяні люди, які без опору довіряються владі стихійних процесів, що відбуваються в натовпі. В число учасників можуть потрапляти також люди, що приєдналися до нього внаслідок помилкового сприйняття ситуації. До натовпу, в тому числі, часто приєднуються ті, які не виявляють відчутної активності, але із задоволенням проводять свій час в натовпі, розвіюючи цим свою нудьгу, спостерігаючи за «хвилюючим» видовищем тощо. Їх присутність збільшує обсяг натовпу і може вплинути на його поведінку.

7.2. Характерні ознаки і типи натовпу

Натовп, як своєрідний надорганізм, має певні специфічні особливості. Він конформний (податливий), в ньому повністю відсутня самокритичність, внаслідок підвищеної емоційності її учасників, ним можна просто маніпулювати, він легко дробиться на частини. Отже, характерні ознаки натовпу:

Добровільність членства і здатність до мимовільного зростання. Межі натовпу відкриті й непостійні. Залежно від кількості людського ресурсу він може рости до певних меж. Перешкодами до розширення натовпу можуть служити: несприятлива погода, дефіцит простору, недолік в видимості і чутності, що утруднює інформаційний обмін, страх тісноти, репресій, насильницького розгону учасників тощо.

Прямий фізичний контакт учасників натовпу формує, на думку Г. Ле Бона, їх «духовну єдність». Ця єдність утворюється на основі видимості, чутності, відчутності суб'єктами один одного, що призводить в дію механізми взаємодії, засновані на взаємовідображенні думок і почуттів присутніх, що призводять до синхронізації дій та посилення їх емоційного підйому.

Імпульсивність, що виявляється в схильності учасників натовпу до стрімких, нестійких, необдуманих, запальних, інтуїтивних дій, які можуть пригнічувати навіть їхній інстинкт самозбереження. Натовп функціонує, керуючись тільки своїми почуттями, логічно обгрунтовані вчинки йому невластиві. Тут використовується виключно некерований «стадний» інстинкт, особливо в тих випадках, коли ситуація стає екстремальною. Наявність об'єктивних перешкод призводять натовп в лютю. Багато авторів підкреслюють, що імпульсивність натовпу перешкоджає лідеру, який намагається керувати ним, особливо, коли певна частка влади знаходиться у самого натовпу.

Навіюваність, тобто схильність до навіювання, що призводить до появи в учасників натовпу спонтанного стану, почуття, ставлення до об'єкта (предмета, події), або до вчинення ними вчинків без обдумування й боротьби мотивів. Навіювання формується на основі довіри учасників натовпу до суггестору (тому, хто навіює) шляхом стимуляції їх уяви і емоцій. Суггестор, як правило, може застосувати такі типи реалізації навіювання, використовуючи їх окремо, або в поєднанні: заснований на незаперечному авторитеті; інтелектуальний (коли проводиться пояснення всіх дій); емоційний (при якому використовується потреба кожного з учасників натовпу в симпатії, гарному самопочутті та безпеці); пасивний (коли суггестор запевняє, що нічого не зможе зробити без допомоги натовпу, створюючи ілюзію, що він все робить зі своєї волі). Стан вичікувальної уваги сприяє розвитку суггестивності, а механізм психічного зараження, доповнений надмірністю легковірних, швидко здійснює передачу нав'язаних установок більшості учасників натовпу, формуючи у них «колективну галюцинацію».

Натовп характеризує крайній **максималізм (екстремізм) поведінки** присутніх, яка, найчастіше, забарвлена негативними емоціями, позбавленими відтінків. Натовп формується, головним чином, на базі протиставлення думки

даної спільності об'єкту невдоволення. Тому для нього будь-яка підозра відразу ж стає очевидністю, антипатія – ненавистю, а прояви агресивності негайно викликають насильство. Тим самим натовп, як правило, формується на базі протиставлення думки даної спільності об'єкту невдоволення. Це протиставлення «ми» (ми бездоганні) і «вони» (в усьому винні вони) може досягти значимої і, нерідко, соціально дуже небезпечної межі.

Класичною характеристикою натовпу є **нестримне прагнення до мети**. Ця риса, часто, пов'язана з безмірним натхненням екзальтованого натовпу, його вірою в невичерпність своєї енергії, ілюзією всемогутності, пов'язаної зі зниженим рівнем раціонального мислення. Таке переважання ірраціональних основ поведінки сприяє формуванню стадних інстинктів, імпульсивності і поляризованості дій.

Консерватизм, що виявляється в пристрасі до сформованої (нехай навіть помилкової) думки, протилежності та протидії до інакомислення. Натовп захищає свої ілюзії, наполегливо і сліпо втілює їх у життя. Будучи в своїй основі надзвичайно консервативним, натовп відкидає всі нововведення і відчуває безмежне благоговіння перед традиціями. Вважається, що натовп підпорядковується тільки сильній владі. Якщо ж ця сила зменшується, то відбувається перемикання поведінки натовпу від рабства до анархії.

Авторитарність проявляється в зосередженні всієї повноти влади в «руках» натовпу. Натовп, внаслідок властивого йому максималізму, не аналізує, а приймає будь-яку ідею на віру цілком, або зовсім її відхиляє. Він нетерпимо ставиться до будь-якого інакомислення, усуває «не наших» від рішення найголовніших питань, стримує їх ініціативи, впливає на них головним чином методами насильства.

Для натовпу характерний специфічний тип поведінки, званий **моральною спонтанністю**. Цей термін складається з двох суперечливих частин, перша з яких підкреслює, що поведінка людини підпорядковується певним сформованим стійким соціальним нормам, а друга – констатує невмотивованість, необґрунтованість, мимовільність дій, детермінованих будь-якими внутрішніми обставинами. Таке протиріччя є фундаментом формування поведінки натовпу: він здатен і на благородні, піднесені вчинки й на низьке лиходійство. Причому, необхідно відзначити, що переходи від одного стану до іншого можуть бути різкими та несподіваними.

Для натовпу характерна висока **образність і алогічність мислення**, коли він сприймає ідеї у вигляді яскравих образів (ідеалів). Натовп, здатен мислити образами, сприйнятливий тільки до них. Викликані ким-небудь в розумі учасників натовпу образи, уявлення про певну подію або випадок за своєю жвавістю майже рівні реальним образам. Не факти самі по собі вражають уяву натовпу, а те, як вони представлені, озвучені. Натовп здатен сприймати лише спрощені до межі ідеї. Судження натовпу завжди нав'язані йому і ніколи не бувають результатом всебічного обговорення. Йому не властиве сприйняття формальної логіки. Тому для нього не очевидні будь-які докази, в ньому можуть мирно уживатися найсуперечливіші та найфантастичніші уявлення.

Натовп ніколи не прагне до правди. Він відвертається від очевидності, яка не подобається йому, і вважає за краще поклонитися помилкам та ілюзіям, якщо тільки вони приваблюють його. Замість чітких логічних ланцюжків рішення будь-якої проблеми, натовпом рухають асоціації, коли психічні явища пов'язані таким чином, що актуалізація одного з них детерміновано тягне за собою появу іншого, нехай навіть неймовірного. Найчастіше, саме неймовірне вражає його найбільше, тобто для його стирається грань між фантазією і реальністю. При цьому він може послідовно пережити і пройти всю гаму суперечливих почуттів, але завжди буде знаходитися під впливом збуджень даної хвилини.

Слід зазначити, що деякі сучасні дослідники виділяють поняття психологічної віртуальної реальності, де відображення характеру актуалізації образу, по суті, тотожний змісту цього образу. Такий образ людина сприймає і переживає не як породження свого власного розуму, а як об'єктивну реальність. Людина, що знаходиться в натовпі, схоже, відчуває подібні відчуття. Н. А. Носов виділив кілька фундаментальних властивостей віртуалу: відсутність привикання, спонтанність (відсутність часової межі до віртуального та віртуального режиму), фрагментарність (відчуття відокремлених частин свого тіла від себе, наприклад, «руки все роблять самі»), об'єктовірування (відчуття людини, що він – пасивний об'єкт, від якого виходять думки, дії та ін.), зміненість статусу тілесності (легкі і приємні тілесні відчуття та ін.), зміненість статусу свідомості (свідомість звужується, мислення стає в'язким, увага розсіюється та ін.), зміненість статусу особистості (у людини з'являється відчуття своєї могутності, коли можливо подолати всі перешкоди, перевернути гори і т. п.), зміненість статусу волі (діяльність здійснюється без вольових зусиль, мимоволі, сама собою і т.п.). Аналогії в переживанні відчуттів віртуальної реальності і станів людини, що формуються в натовпі, наштовхують на думку про значну спорідненість механізмів формування цих станів.

Деякі важливі особливості мислення натовпу слід виділити особливо: **категоричність** вчинків учасників натовпу, коли вони не мають жодних сумнівів щодо того, що є істина і що є помилка, при цьому натовп висловлює максимальну авторитетність у своїх судженнях; **сугестивність**, коли в людини, що знаходиться в стані вичікувальної уваги, знижена свідомість та критичність сприйняття і реалізації навіяного змісту, відсутній цілеспрямований і активний логічний аналіз й оцінка цього змісту при співвіднесенні його з минулим досвідом; **зараженість** – передача певного емоційного стану на психофізіологічному рівні крім смислового впливу або додатково до нього.

Емоційність. Особистість в натовпі, як правило, не є ізольованою. Люди взаємодіють між собою, і ця взаємодія шляхом зараження викликає так званий емоційний резонанс. Учасники натовпу при обміні емоційними «зарядами» поступово «розпалюють» загальний настрій до такої міри, що відбувається своєрідний емоційний вибух, насилу контрольований свідомістю його учасників.

Для учасників натовпу характерно прояв тільки простих та крайніх почуттів, що мають для них один і той же напрямок. Ці почуття настільки сильні, що навіть особистий інтерес, наприклад, виражається почуттям самозбереження, не в змозі їх придушити або приборкати. Учасників натовпу відрізняє **висока чутливість**, що сприяє швидкому поширенню певних ідей шляхом навіювання і зараження. При цьому організовується як би петля зворотного зв'язку: висока чутливість сприяє швидкому поширенню ідей, які, викликаючи загальне схвалення, набувають силу, здатну в значній мірі впливати на чутливість індивідів, що складають натовп. Дія такого зворотного зв'язку швидко призводить до вирівнювання почуттів і настроїв натовпу, за цими параметрами натовп стає однорідним. Сила почуттів натовпу ще більш збільшується через відсутність відповідальності, впевненості у безкарності. Все це призводить до того, що вона не відчуває ні сумнівів, ні сильних варіацій поведінки.

Ще одною відмітною ознакою натовпу є її **фізична активність**, яка проявляється в тому, що учасники прагнуть негайно перетворити навіювані ідеї в дії.

Однією з найбільш важливих характеристик натовпу є його здатність до **трансформації** (видозмін й динамічної мінливості стану його учасників): він здатен порівняно легко трансформуватися з одного типу (підтипу) в інший, з одного емоційного стану - в інший, з однієї крайньої форми - в іншу. Причиною такої непостійності, як вважають багато дослідників, є те, що міцно усталена думка натовпу покриває тонкий поверхневий шар ідей і думок, що динамічно народжуються і зникають. Відсутність чітких цілей, розмитість структури сприяють швидким і, часом, спонтанним трансформаціям натовпу. На використанні цієї властивості з тими чи іншими цілями часто будуються прийоми маніпуляції натовпом.

Оцінюючи характер поведінки людей за цією класифікацією, часто виділяють натовп **пасивний й активний**.

Пасивний - стихійне зосередження людей, у яких відсутній стимул до якогось невдоволення. Він швидко збирається і також швидко розсіюється. Емоційний компонент у подібному натовпі майже не виражений і виявляється лише в свого роду «зараженні» цікавістю.

Активний - обов'язково має сильно виражений емоційний компонент. Його спрямованість в основному буде залежати від обставин, що складаються.

Існує кілька модифікацій активного натовпу. Одним з найбільш небезпечних варіантів є **агресивний натовп**: коли його учасники намагаються вирішити ті чи інші соціально назрілі питання насильницьким шляхом, може завдати значної шкоди суспільству. Тут індивід в значній мірі втрачає раціональну основу для своїх дій і зганяє почуття гніву й незадоволеності на абсолютно випадкових об'єктах.

Ще одним проявом активного натовпу є **стягальний натовп**, тобто скупчення людей (не завжди «кримінальних елементів»), рухомих прагненням до пограбування, розкрадання матеріальних цінностей, які стали несподівано

доступними з певних причин. Аналіз поведінки людей, зокрема, під час стихійних лих показує, що, зазвичай, навіть порядні люди за певних обставин, коли їм здається, що ні перед ким відповідати, впливаються в натовп мародерів. В цьому випадку виправдання перед самим собою за власні дії (його вкрав би хто-небудь інший; господарі майна, мабуть, загинули і т. п.) становить той психологічний механізм, який сприяє підміні совісті та почуття відповідальності іншими виправданнями.

Існує також **натовп що рятується**, який перетворюється в панічний, якщо доступ людей до засобів і способів порятунку виявляється невиразним або обмеженим. Оскільки поведінка панічного натовпу може привести до тяжких наслідків, доцільно розглянути умови формування паніки більш докладно.

Під панікою розуміють стан жаху, що супроводжується різким ослабленням волевого самоконтролю. Наслідком такого ослаблення виявляється або ступор, або повна дезорганізація будь-яких спрямованих, планомірних дій. В цьому випадку у кожного індивідуума формується внутрішній конфлікт. У його поведінці починають переважати еволюційно примітивні потреби, пов'язані з фізичним самозбереженням. Превалювання подібних потреб супроводжується активним придушенням особистісної самооцінки індивідуума.

Дослідникам вдалося виявити чотири комплекси факторів (умов, передумов) перетворення більш-менш організованої групи в панічний натовп. До них відносять:

1. *Соціальні фактори*, що викликають загальну напруженість в суспільстві, внаслідок очікуваних або тих, що сталися природних (землетрус, повінь та ін.), економічних (очікуване підвищення цін, зміна валютного курсу та ін.), політичних (державний переворот, напружені відносини з сусідніми державами, війна та ін.) лих. Іноді напруженість обумовлена пам'яттю про трагедію або передчуттям майбутньої трагедії, близькість до якої відчувається за певними ознаками.

2. *Фізіологічні фактори* (втома, голод, тривале безсоння, алкогольне і наркотичне сп'яніння) ослаблюють рівень індивідуального самоконтролю. Таке зниження самоконтролю при масовому скупченні людей загрожує особливо небезпечними наслідками. Стимулом, для розвитку паніки, може стати словесне позначення очікуваної події або будь-якої іншої знаки, домальованої уявою.

3. *Психологічні чинники* (несподіваний хід подій, здивування, переляк, викликані браком інформації про можливі небезпеки і методи протидії). Дуже сильний або постійно повторюваний шокуючий стимул спочатку викликає переляк в однієї або декількох осіб. Потім цей переляк (проявляється криками, схвильованим виразом облич, метушнею) передається людям з мінімальною межею збуджуваності, який, зазвичай, мають жінки або діти, а в бойовій ситуації – молоді й недосвідчені солдати.

4. *Соціально-психологічні та ідеологічні фактори* викликаються відсутністю ясної і значущої для більшості громадян спільної мети, ефективних, що користуються загальною довірою лідерів і, відповідно, низьким рівнем групової єдності. Дослідники масової паніки одноставно підкреслюють важливість саме цього останнього фактору.

Люди екзальтовані, з мінімальною межею збуджуваності стають джерелом, ядром активності, страх від якого передається іншим членам групи. Здійснюється взаємна індукція і нагнітання емоційної напруги через механізм зворотного зв'язку. Далі, якщо не прийняті своєчасні заходи, натовп остаточно деградує, люди втрачають самоконтроль; починається панічна втеча, яка хоча і здається рятівною, але в дійсності тільки посилює небезпеку. В дуже рідкісних випадках, коли впливає стимул великої потужності, масова паніка може виникнути відразу, без проміжних стадій. У цих випадках паніка стає безпосередньою, майже автоматичною реакцією на стимул.

Набагато типовіша і практично важливіша зворотна ситуація: коли люди очікують якоїсь страшної події, способи подолання якої невідомі. Відразу після шокуючого стимулу зазвичай настає так званий «психологічний момент», коли люди виявляються начебто в підвішеному стані (острах) і готові слідувати відповідно до своєї першої реакції. Часом вона виявляється парадоксальною, наприклад, протилежною. «Психологічний момент» є найкращим для перелому ситуації людиною або невеликою, але організованою групою осіб, готових взяти на себе керівництво натовпом.

7.3 Умови (механізми) формування і збереження існування натовпу

7.3.1. Психологічні особливості формування поведінки індивідуума в натовпі

У розглянутих формах псевдо-колективної поведінки велику роль відіграють неусвідомлені процеси. На основі емоційної напруги виникають стихійні дії, обумовлені будь-якими вражаючими подіями, що зачіпають головні цінності людей в ході, наприклад, їх боротьби за свої інтереси та права.

Процес формування натовпу в часі здійснюється поетапно. Як правило, спостерігаються такі основні етапи формування натовпу:

1. Спочатку з'являються чимось (або кимось) схвильовані люди.
2. Потім формуються схожі емоції (страх, гнів, радість тощо), здійснюється зараження – за механізмом дії зворотного зв'язку.
3. Далі починається «бродіння» – процес наростання вираженості емоційного стану; відбувається поступове нагнітання, накручування емоцій, що веде до розростання числа екзальтованих людей.
4. Пізніше відбувається виділення, окреслення об'єкта уваги.
5. Після цього спостерігається помітна активізація натовпу, поява підбурювача або вождя.
6. Процес завершується вибуховою реакцією, що виражається в конкретній дії.

Якщо розглядати просторово-тимчасові характеристики натовпу, то тут теж можна умовно виділити кілька фаз його формування. Необхідно відзначити, незважаючи на те, що одним із значущих ознак натовпу є випадковий склад людей які його утворюють, нерідко розвиток натовпу починається з якогось *ядра*, в якості якого виступають або призвідники, або група екзальтованих осіб. У будь-якому випадку, спочатку відбувається утворення ядра натовпу. Це зародкове ядро натовпу може скластися під впливом будь-яких конкретних раціоналістичних міркувань і ставити перед собою цілком певні завдання. В подальшому початкове ядро обростає послідовниками лавиноподібно і стихійно. Тому натовп збільшується, втягуючи в себе людей, які раніше не мали один з одним нічого спільного.

Натовп утворюється спонтанно в результаті якої-небудь події, дії, явища яке привертає загальну увагу цікавих людей і породжує у них сильний інтерес. Будучи схвильованим цією подією індивід, який прилучився до вже присутніх, готовий добровільно втратити деяку частину своєї звичайної самостійності і отримувати збудливу інформацію від об'єкта інтересу. Починається реакція поширення емоційно забарвленої інформації, що спонукає присутніх проявляти схожі емоції та задовольняти нові емоційні потреби через психічну взаємодію.

Наступною фазою є фаза виникнення *циркулярної реакції* (наростаючого взаємоспрямованого емоційного зараження), яка є важливим механізмом подальшого формування натовпу. Циркулярна реакція заснована на взаємному зараженні, передачі свого емоційного стану на психофізіологічному рівні в процесі контакту між людьми. Цей процес супроводжує так зване **емоційне кружляння**, яке характеризується стиранням індивідуальних відмінностей. В цьому випадку ситуативно знижується роль особистісного досвіду, індивідуальної і рольової ідентифікації, здорового глузду. Людина відчуває і поведінково реагує на зовнішню обстановку «як всі».

У людини, охопленої емоційним кружлянням, підвищується сприйнятливість до стимулів, джерело яких знаходиться всередині натовпу; в подальшому формується резонанс з домінуючим в натовпі станом, одночасно знижується чутливість до імпульсів ззовні. Наслідком цього є ефект посилення бар'єрів проти будь-якого раціонального аргументу. Тому в такий момент часу буде безпідставною, несвоєчасною і навіть небезпечною всяка спроба впливу на юрбу за допомогою логічних аргументів. Тут необхідно застосовувати інші способи впливу, більш адекватні ситуації, що склалася, незнання яких робить перебування в натовпі вельми небезпечними.

До тих пір, поки емоційне кружляння залишається в рамках певного, оптимального для кожного конкретного випадку заходу, воно служить згуртуванню і мобілізації групи присутніх, сприяє посиленню його інтегральної ефективності. Але, перевищення такого оптимального заходу призводить до отримання протилежних ефектів. Група вироджується в натовп, котрий втрачає керованість за допомогою нормативних механізмів і одночасно легше піддається ірраціональним маніпуляціям. Імовірність розвитку циркулярної реакції зростає в періоди соціальної та економічної напруженості.

Дослідники підкреслюють, що в процесі формування емоційного кружляння всі почуття учасників натовпу ще більше загострюються. У них виникає готовність швидко реагувати на інформацію, що надходить від присутніх. Емоційне кружляння на основі триваючої циркулярної реакції наростає. Наростає і активація учасників натовпу. У цій ситуації люди виявляються схильними не тільки до спільних, а й до негайних дій.

Далі йде етап *появи нового загального об'єкта уваги*. Цей етап характеризується появою такого нового загального об'єкта уваги, на якому фокусуються почуття та уява людей. Якщо спочатку об'єктом загального інтересу була збуджуюча подія, що зібрала навколо себе людей, то на цьому етапі новим об'єктом уваги вже стає образ, створюваний в розмовах учасників натовпу в процесі кружляння. Цей образ є результатом творчості присутніх. Тепер він розділяється всіма, дає індивідуумам загальну орієнтацію і виступає в якості об'єкта, що стимулює спільну поведінку. Формування такого уявного об'єкта стає причиною згуртування натовпу в єдине ціле.

Пізніше здійснюється *активізація індивідуумів через збудження*. Цей етап здійснюється шляхом активізації індивідуумів за допомогою додаткового стимулювання імпульсами, відповідними уявного об'єкту. Таке стимулювання найчастіше здійснюється під керівництвом лідера і спонукає учасників, що складають натовп, приступити до конкретних, часто агресивних, дій. Серед присутніх зазвичай виділяються організатори, які і розгортають активну діяльність в натовпі та направляють його поведінку.

Виділяють кілька інформаційно-комунікаційних ефектів, що сприяють формуванню натовпу на цьому етапі. По-перше, це ефект підпорядкування свого «Я» – «Я» колективному. У класичних роботах Г. Ле Бона вказується, що почуття непереборної сили, яке відчуває індивідуум у натовпі, дозволяє йому віддатися первинним покликам, приборкувати їх в звичайних ситуаціях. Другим ефектом є ефект зараження. Ось як описує це Г. Ле Бон: «Заразливість це легко констатуючий, але незрозумілий феномен, який слід зарахувати до феномену гіпнотичного роду ... У натовпі заразлива кожна дія, кожне почуття. І до того ж в такій великій мірі, що індивідуум дуже легко жертвує своїм особистим інтересом на користь інтересів загалу». І вже звідси виділяють третій ефект – сугестивність. «Найретельніші спостереження показали, – зазначав Г. Ле Бон – що індивід, який знаходиться впродовж деякого часу в лоні активної маси, впадає незабаром, внаслідок випромінювань, що виходила від неї ... в особливий стан, дуже близький до " зачарованості ", опановує загіпнотизованим під впливом гіпнотизера ... Свідома особистість абсолютно втрачена, воля і здатність розрізнення відсутні, всі почуття й думки орієнтовані в напрямку, зазначеному гіпнотизером. Такий, приблизно, і стан індивідуума, що належить до психологічної маси. Він більше не усвідомлює своїх дій ... Під впливом навіювання він в непереборному пориві приступить до виконання певних дій. І це шаленство мас ще більш непереборне, ніж у загіпнотизованого, бо рівне для всіх індивідів навіювання зростає в силу взаємодії».

Тут важливо підкреслити, що процесу утворення натовпу передують інформаційна взаємодія між людьми, що дозволяє сформувати якусь позитивно забарвлену спільність думок присутніх. В цьому випадку в значній масі людей неминує виникати ланцюгова реакція утворення у кожного з присутніх психологічних рис натовпу. Наслідком є те, що досить учаснику відчувати в чомусь спільність з іншими людьми, як він абсолютно беззаперечно приймає («заражається») на віру істини очевидні для інших і з часом докорінно змінює свої колишні переконання. Дійсно, процес утворення з певної пасивної більшості людей єдиного натовпу і подальше «просочування» цієї маси якою-небудь «непогрішною істиною» скидається радше на процес зараження клітин організму якимось вірусом.

Одним з найбільш важливих є питання про умови формування певних масових явищ, які можна назвати феноменом натовпу. Дослідники справедливо виділяють два типи таких умов: довготривалого і оперативного характеру. До перших відносяться будь-які економічні, соціальні, політичні та інші чинники, порівняно тривалої дії, які створюють високий рівень напруженості в суспільстві, розвивають і нагнітають почуття незадоволеності, безпорадності й відчаю. В умовах тоталітарного режиму ці почуття, найчастіше, не мають виду в формі будь-яких масових і тим більше насильницьких дій, а тому тривалий час зберігаються в латентному вигляді, перетворюючись в стан суспільної апатії. Однак при першій же можливості і при наявності будь-якого сприятливого приводу швидко розвиваються ситуації соціального вибуху в найрізноманітніших формах, в тому числі й у вигляді агресивної юрби.

До других відносяться ситуативні, тимчасові, а іноді й випадкові ефекти, які розвиваються в конкретний час та в конкретному місці. Тут необхідно зазначити, що провідна роль завжди належить умовам довгострокового характеру, а ситуативні приводи набувають сенсу лише в контексті перших. Тому їх конкретний зміст не грає самостійної ролі і може виражатися в чому завгодно, зокрема, у вигляді якоїсь політичної події, реалізації запізнілої і неадекватної дії влади або в простому побутовому епізоді, чутках та ін.

На закінчення необхідно відзначити, що в середовище учасників натовпу нерідко потрапляють і випадкові пересічні. Ці суб'єкти приєднуються до натовпу через помилкове сприйняття ситуації. Вони не виявляють великої активності. Їх приваблює хвилююче видовище, яке урізноманітнює їх тужливе, сумне існування. У натовпі також знаходять собі місце люди, які піддаються спільному зараженню настроєм. Вони без опору віддаються владі хаотичних процесів. Учасниками зборищ виявляються і просто цікаві, що спостерігають за натовпом з боку. Вони не втручаються в хід подій, проте їх наявність може істотно збільшити масовість і посилити вплив стихійної поведінки натовпу на поведінку присутніх.

Якщо політика держави стабільна, її громадяни, більшість яких мають невисокий життєвий рівень, не відчують гнітючої необхідності в радикальних змінах свого існування. Психологічна напруженість, гостре переживання туманності свого соціального і економічного статусу в близькому і далекому

майбутньому з'являються там, де є зростаюче очікування змін. У цьому випадку багато людей переживають близькі за своїм змістом емоційні стани, весь час думають про одне й те ж, охоче групуються, обговорюють тривожну тему, здійснюють гарячковий пошук нової вичерпної інформації. В результаті розвитку такої ситуації спрацьовує механізм емоційної індукції, що сприяє формуванню і швидкому поширенню чуток.

Багатьма дослідниками чутки розглядаються як типовий спосіб трансформації і поширення інформації в натовпі і вважаються однією з її характерних рис. Вони реалізують функцію орієнтації учасників натовпу у виниклій ситуації, служать для них свого роду способом зіставлення своїх дій з діями інших присутніх. Нерідко чутки сприяють процесу прийняття колективного рішення, синхронізації виникають в натовпі думок. В результаті виробляються норми колективної поведінки, формуються цілі і способи дій.

G. Allport і L. Postman сформулювали закономірність, згідно з якої інтенсивність чуток (ймовірність виникнення, швидкість і розмах поширення, а також їх вплив на поведінку натовпу) є функцією від ступеня зацікавленості людей в предметі слуху та рівня невизначеного наявною інформацією по зацікавленому для людей питанню. Вони також прийшли до висновку, що в процесі передачі чутки спрощуються, т. е. стають більш селективними, сфокусованими на певній проблемі, короткими, конкретними, зручними для сприйняття.

У наш час існування технічних засобів комунікації (радіопереговорних пристроїв, мобільних телефонів, мегафонів та ін.) ще більше ускладнило процеси виникнення і поширення чуток в натовпі, внаслідок чого і динаміка поведінки натовпу набуває більш складного характеру.

При поширенні відомостей по мережах міжособистісного спілкування ступінь достовірності чуток не має ніякого значення. Для формування чуток необхідні дві умови: наявність предметної інформації і канал, по якому вона передається. Кругообіг слуху легше відбувається в тому випадку, коли суб'єкт додатково супроводжує передані оцінки, судження, відносини, програми, концепції та інше невідомими співрозмовнику відомостями: фактами з біографії, життєвими прикладами і т. д. Таким чином, слух – це передача предметних відомостей по каналах міжособистісного спілкування.

Оскільки люди, з тих чи інших причин, не завжди відверті в вираженні своїх суджень по відношенню до певних подій і, як правило, не можуть чітко їх сформулювати, чутки є достовірним джерелом інформації про громадську думку, політичні настрої, ставлення до керівництва, до державного строю, до засобів масової інформації і т. д.

Часто чутки служать каталізатором соціально-політичних настроїв і подій. Тому врахування чуток може допомогти при розробці моделей ситуації, тобто, в якійсь мірі, може зорієнтувати дослідника при прогнозуванні складних процесів, що відбуваються в масовій свідомості. Оскільки розповсюджуюча слава є активним чинником розвитку певних настроїв, суджень, точок зору

людей, а відповідно, формування їх поведінки і активізується їм подій оперування циркулюючими чутками є потужним інструментом впливу на маси.

Існує кілька різних класифікацій чуток. В одній з них, найбільш цікавою з точки зору аналізу їх змісту, виділяють експресивну і інформаційну характеристику чуток. Експресивний або виразний (колоритний, рельєфний, подібний) здатний відобразити емоційний стан параметра слуху, досить важкий для подальшої систематизації. В цьому випадку потрібно враховувати, що в складній і різномірній масі людей один і той же сюжет або подія, в залежності від ситуації, що склалася може мати абсолютно різне емоційне забарвлення. Тому під час аналізу подібного слуху необхідно враховувати не тільки і не стільки змістовну характеристику самих чуток, а й ту реакцію, яку він справляє на нього.

Експресивний параметр чуток охоплює три різних види чуток: чутки-бажання, чутки-залякування і агресивні чутки. Чутки-бажання відображають надії, сподівання, очікування і, в цілому, благодійний настрій маси людей. Причому посилена увага до обговорюваного предмету (явища, події) і дефіцит інформації створюють ідеальне підґрунтя для формування потрібної спрямованості і прискореного поширення чуток. Циркулюючі чутки цього та інших видів здатні «підлаштовувати» наявну соціальну ситуацію під можливий (або формований) сценарій розвитку.

Чутки-залякування виникають в періоди соціальної напруги. Вони грають роль концентратора масової уваги на якому-небудь предметі, особистості, проблемі. Активна циркуляція залякуючого явища може призвести до його спотворення до невпізнання, але і в цьому випадку чутки-залякування не будуть згасати.

Агресивні чутки виникають там, де існують напружені взаємини між соціальними групами. У цьому випадку навіть випадкові або викликані нерозумною діяльністю події часто посилюють ненависть до якоїсь групи або особистості.

Інформаційний параметр чуток відображає ступінь їх достовірності. Аналіз цього параметра призводить до думки про їхній складний характер. Залежно від ступеня достовірності чутки і правдоподібності їх елементів умовно розрізняють кілька видів чуток, наприклад, достовірний з елементами неправдоподібності, недостовірний з елементами правдоподібності. Доречно зауважити, що чутки здатні підлаштовувати події під свій сюжет: якщо є чутки зі спочатку низькою достовірністю, то їхнє поширення і циркуляція в певних умовах може призвести до ситуації, коли достовірність їхньої фабули підвищується. Ці трансформації можуть поступово спотворювати вихідну версію чуток.

Дослідниками виявлено три характерні тенденції перетворення змісту чуток в процесі його поширення.

1. З плином часу здійснюється поступове згладжування його сюжету, коли несуттєві в очах публіки деталі зникають, а сам сюжет стає коротшим, конкретним і функціональним.

2. У процесі циркуляції чуток – збережені деталі стають більш очорненими, висуваються на передній план шляхом збільшення їх масштабу і соціальної значущості. При цьому сюжет може обростати новими відсутніми на початку подробицями, що сприяють його кращому сприйняттю. Цю другу тенденцію називають загостренням. Які саме компоненти вихідної події будуть згладжені, а які, навпаки, загострені, обумовлюється стереотипами і установками конкретної групи людей.

3. У ході поширення чуток проявляється тенденція до його пристосування під стереотипи і установки конкретної маси людей, підлаштовуються окремі елементи сюжету. Ця трансформація здійснюється без виражених ознак згладжування або загострення, але так, що це кардинально змінює психологічний зміст інформації.

Відомо, що одні чутки існують в мережах неформального міжособистісного спілкування тривалий час і спокійно, інші – швидко опановують свідомістю великої маси людей, спонукаючи їх до активних дій, треті – побутують у вузькій групі, не виходячи за її межі, а четверті – згасають, ледь встигнувши виникнути. Психологи виділили дві фундаментальні і абсолютно необхідні умови для виникнення слуху.

По-перше, чутки здатні виникнути в тому місці і в той час, де і коли до їх теми є інтерес, а розмах і конфігурація їх поширення визначаються складом зацікавленої групи людей. По-друге, для чуток необхідний не просто інтерес. Цей інтерес повинен бути незадоволеним. В іншому випадку наявні відомості подаються достатніми, а підґрунтя для поширення чуток стає непридатним. Тому для формування чуток обов'язково повинен бути *дефіцит надійної інформації*.

Таким чином, інтенсивність чуток безпосередньо залежить від величини суспільного інтересу до його предмету, але обернено пропорційна чисельності офіційних повідомлень на поточний момент і рівню довіри до джерела інформації. Причому цей дефіцит інформації може бути пов'язаний, зокрема, з відсутністю, недостатністю або суперечливістю надійшовших офіційних повідомлень.

Швидко заповнюючи простір незадоволеного інтересу, чутки, з характерними для них згладжуванням, загостренням і пристосуванням фабули, можуть відігравати велику роль у формуванні соціально небезпечних ситуацій. Наявний дефіцит інформації обов'язково буде швидко заповнений або «творчістю мас», або вмілими маніпуляторами, які переслідують свої економічні, політичні та ідеологічні цілі. Тому стійкість до виникнення чуток потрібно формувати шляхом наповнення інформаційного простору оперативними, вичерпними і достовірними відомостями.

Виділено кілька додаткових супутніх чинників, що сприяють формуванню чуток:

1. Фактор *особистісного статусу*. Зазначений фактор функціонує за рахунок зростання популярності людини яка повідомляє важливі й цікаві відомості, і спрямовує до себе пильну увагу оточуючих. Свій статус

неформального лідера ця людина формує і підтримує, демонструючи свою близькість до об'єкту загального інтересу або поклоніння (популярному акторові, політику, вченому і т. д.), або до певної референтної групи, або до державних структур, що приймають рішення. Саме таким чином маніпулятор підвищує або підтверджує значущість власної персони в очах оточуючих, а тим самим і у власних очах.

2. Фактор *емоційного балансу*. Дослідниками встановлено, що циркулюючі чутки здатні тимчасово оптимізувати емоційний баланс в групі і таким чином регулювати (знижувати або підвищувати) емоційне напруження до оптимального рівня. Якщо якась група людей тривалий час знаходиться в обстановці напруженого очікування, то ці люди відчують непереборне бажання обговорювати між собою ймовірні загрози. Цікаво, що навіть поширення чуток-лякав здатне на час парадоксально знизити емоційну напругу. Однак, в кінцевому рахунку, після певного часу наявність великої емоційного навантаження найчастіше призводить до розвитку дисфункцій в поведінці людей, коли циркулюючий слух нагнітає страхи і підсилює їх панічні настрої.

3. Фактор *нудьги*. Нудьгу визначають як розслаблений, емоційно незабарвлений стан, наповнений безглуздо-тривалим очікуванням, коли втрачається сенс справжнього, штучно ізольованої від минулого й майбутнього і позбавленого в цій своїй ізоляції кінцевої осмисленості подій. У цьому стані поява і циркуляція чуток насичує життя соціуму віртуальними псевдоподіями, які здатні частково компенсувати дифузність існування і дефіцит його емоційної напруги. Однак така форма психологічної компенсації тягне за собою небезпеку появи непередбачуваних, неконтрольованих дій у членів групи і часто стає першою ознакою її розпаду.

7.3.2. Особливості формування поведінки натовпу

Виділено наступні фактори, які особливо впливають на поведінку натовпу:

Забобон – зміцніле помилкове судження, що з'являється під впливом страху, випробуваного людиною. Якщо причини страху не усвідомлюються людиною, може виникнути так званий забобонний страх, який, як правило, пов'язаний з вірою в потойбічні сили. Прояви забобонного страху часто не залежить від освітнього і культурного рівня людини і може багаторазово посилюватися в натовпі.

Упередження – помилкове знання, яке перетворилося на переконання, а точніше, на упередження. Забобони мають певні властивості. Вони, зазвичай, наполегливі, енергійні, агресивні, жорстоко опираються справжнім істинам, котрі не приймають ніяких конструктивних аргументів, які суперечать забобону. Психологічним фундаментом формування забобонів є специфічні властивості сприйняття і пам'яті, які полягають у тому, що, запам'ятовуючи будь-які відомості, людина запам'ятовує в своїй пам'яті не тільки знання, наприклад, про предмет, явище, подію, а й супроводжують це знання почуттям, емоцією, його ставленням до явища. Таке комплексне утримання в

пам'яті інформації сприяє прояву властивості її вибіркості. Тому факти, події, відомості, певні дії просіваються крізь сито емоційного фону, на якому здійснюється відтворення потрібних відомостей, і тому не завжди аналізуються на рівні свідомості. В емоційно збудженому натовпі вони просто відкидаються і не беруться до уваги при формуванні думок.

Ілюзія – різновид помилкового знання, зафіксованого в громадській думці. Вона може бути наслідком неадекватного відображення предмета, що сприймається та його властивостей. Одними з найбільш складних ілюзій є соціальні ілюзії, що відносяться до сприйняття соціальної дійсності. Соціальні ілюзії формуються людиною своєрідною моделлю реальних суспільних відносин. Результати такого моделювання можуть лише дуже віддалено нагадувати дійсні суспільні процеси і підміняти собою справжні знання про їх розвиток. В умовах натовпу, коли підвищена збудливість людей перешкоджає глибокому аналізу подій, ілюзії, засновані на незнанні. Вони можуть викликати найнесподіваніші і найнебажаніші ефекти.

У випадках, коли популярні стереотипи колективної думки перенасичуються емоціями, можливий розвиток масового психозу, під час якого люди здатні діяти бездумно, перестають відповідати за свої вчинки.

Поведінка присутніх в натовпі людей різко відрізняється від поведінки автономного індивідуума. У цій ситуації формуються специфічні поведінкові реакції учасників.

Особливості уяви. Уява як психічний процес, що сприяє побудові образу досягнення результату діяльності, своєрідною програмою дій в невизначеній ситуації і в формуванні образів, які замінюють діяльність, притаманне кожній людині. У натовпу ця здатність значною мірою гіпертрофована. Натовп дуже вразливий. Образи, приголомшливі уяві натовпу, завжди бувають простими і ясними та за своєю активністю майже наближаються до реальних. Причому, найчастіше натовп вражають не стільки самі факти, скільки форма їх подання. Тому події, що формуються в уяві присутніх людей, часто зазнають значного збочення. У разі суттєвості таких спотворень проявляється ефект формування колективних галюцинацій.

Особливості мислення. Мислення учасників натовпу це специфічний інформаційний процес узагальнення, кінцевим продуктом якого є поняття, судження, але частіше за все образи. Причому, викликаний в уяві натовпу образ може трансформуватися так, що не матиме ніякого логічного зв'язку з початковим, але буде вважатися ним цілком реальним. Натовп не розрізняє суб'єктивного і об'єктивного. Він не міркує і не обдумує, а приймає або відкидає спрощені до межі ідеї цілком і повністю. Він не виносить ні дискусій, ні заперечень. Тому погляди натовпу завжди нав'язані, а не є плодом ретельного обговорення. Міркування натовпу спираються на асоціації, але вони пов'язані між собою лише уявною аналогією і логічною послідовністю.

Для натовпу не існує нічого неймовірного. Внаслідок цього він ніколи не прагне до правди і відвертається від очевидності, яка не подобається йому. Він вважає за краще поклонятися помилкам і ілюзіям. Натовп не планує своїх дій,

найчастіше послідовно проходячи весь спектр можливих суперечливих почуттів, і завжди знаходиться під впливом миттєвого збудження. Об'єднання суперечливих ідей, що мають лише мінливе відношення один до одного, і негайне узагальнення окремих випадків є характерними рисами міркувань натовпу.

Навіть здавалося б, нейтральний натовп, як правило, знаходиться в стані вичікувальної уваги, що полегшує будь-яке навіювання. Народження легенд, які вільно розтікаються у натовпі, визначається його легковір'ям, з одного боку, і спрямованим навіюванням, з іншого. Як у всіх істот, які перебувають під впливом навіювання, ідея, що опанувала розум, часто відразу ж намагається проявитися в дії. А неможливих дій для натовпу немає.

7.3.3. Лідер і натовп

У внутрішньому світі натовпу переважає не прагнення до свободи, а потреба в підпорядкуванні. Наданий самому собі, натовп швидко насичується своєю хаотичністю й інстинктивно прагне до рабства. У ці моменти люди в натовпі втрачають свою волю та інстинктивно звертаються до того, хто на їх погляд її зберіг. Вони інтуїтивно прагнуть коритися тому, хто оголошує себе їх володарем. Роль такого авторитету полягає, головним чином, в тому, щоб створити умови для формування віри, все рівно в що. Саме цим пояснюється його великий вплив на натовп.

Натовп завжди готовий піти за сильною, вольовою людиною. Він поважає силу і настільки ж нетерпимий, як і довірливий щодо лідера. Його воля є своєрідним ядром, навколо якого кристалізуються і поєднуються думки людей натовпу. Він жадає боятися свого героя. Тому влада лідера дуже деспотична, але саме ця тиранія і змушує натовп підкорятися.

Лідерство - складний соціально-психологічний процес, що відбувається при упорядкуванні поведінки в масі людей. В ході розгортання цього процесу шляхом безпосереднього спілкування чи іншої взаємодії присутніх індивідуумів здійснюється диференціація і подальше структурування групової організації. Потенційний лідер спочатку захоплюється певною ідеєю, а потім ця ідея витісняє всі інші. В результаті будь-яка суперечлива йому думка, безумовно, здається лідеру глибокою помилкою, якій він активно протистоїть.

Лідери або за визначенням З. Фрейда, *ватажки* можуть зовсім не володіти особливим інтелектом або проникливістю. Якраз, навпаки – для того, щоб ніколи не сумніватися, їм слід бути дещо обмеженими, бо високий інтелект примушує роздумувати і коливатися. Вони – люди дії, фанатики. «Найчастіше ватажками бувають психічно невірноважені люди, напівбожевільні, що знаходяться на межі божевілля. Як би не була безглузда ідея, яку вони захищають, і мета, до якої вони прагнуть, їх переконання не можна похитнути ніякими доводами розуму». Гоніння тільки стимулюють їх діяльність, а інстинкт самозбереження у них атрофується. Тому найчастіше вони прагнуть до мучеництва. Саме такі характеристики лідера виробляють найбільш чарівну дію на натовп, оскільки її учасники інстинктивно хочуть підкоритися його сильній волі.

Незважаючи на гадану безликість і неорганізованість натовпу в її структурі виділяються люди з чітко позначеним статусом: лідери – ведучі та очолювані. Лідери це ті, хто організовує і активізує натовп на певні дії. Фігура лідера спочатку може чітко не виділятися на загальному тлі, але за наявності певних умов в потрібний і ключовий момент він зіграє свою вирішальну роль.

Часто лідер в натовпі може з'явитися в результаті стихійного вибору або в порядку самопризначення. Самозваний лідер зазвичай налаштовується на настрої й почуття людей натовпу та порівняно легко може спонукати його учасників до поведінки певного типу. Вчинки заздалегідь відомого лідера в деяких випадках можна передбачити, тому, з'являється можливість розробити протидіючі заходи. Іноді лідерами бувають психічно нестійкі люди. Для них будь-яка безглузда ідея, яку вони захищають, є догмою і їх переконання не можна похитнути ніякими доводами розуму.

Лідер володіє певною харизмою. В даний час відмічено існування в суспільстві своєрідного «харизматичного» вибуху, який різко контрастує зі здоровим глуздом (основною парадигмою повсякденного мислення) і загострює напруженість в суспільстві. Харизма, заснована на вірі в надзвичайні, і навіть надприродні якості особистості сильного, надійного й авторитетного лідера, здатного вести за собою, знаючого шлях до стабільності та перемоги.

Наразі сформульовано визначення терміну «харизма» як божественний дар, особливої надприродної сили, властивої Богу або дарований людині вищими силами. Є і традиційне визначення даного феномена: харизма – це наділеність (на думку певного кола прихильників і послідовників) будь-якої особи (харизматичного лідера – політичного діяча, проповідника, пророка) властивостями – винятковості, надприродності, непогрішності або святості. Харизма виводить людську діяльність за межі нормативних правил і звичаїв.

Харизма характеризує, перш за все, своєрідні, неординарні якості особистості (реальні або на думці мас прихильників або послідовників): незвичайність, велич, особливий дар впливу на людей, таємничість, загадковість, унікальність, всесвітньо-історична значимість, динамічність, особливий дар передбачення, ясновидіння. Як підкреслює Н. А. Шевцова, харизма може бути потужною, сильною, якщо спирається на віру мас, підтримується оточенням, підкріплюється творчою діяльністю (релігійною, політичною, моральною та ін.). В харизматичних відносинах менш значущі для індивідуума і мас знання про об'єкт, але особливу значимість має віра в незаперечну цінність об'єкта, авторитет лідера, наділяється харизмою як особливим набором чудових позитивних якостей.

Виявлено такі історико-психологічні механізми відтворення харизми в свідомості: міф, архетип, символ, фольклор. Соціально-психологічні механізми засновані на наслідуванні, зараженні, моді, особистому прикладі та іншому. Автор вважає, що феномен харизми в політичній свідомості проявляється як образ особистості, якій властива певна, яскрава духовна обдарованість, оцінюється оточуючими людьми як надзвичайна або наділена видатними природними якостями. При дослідженні різних форм харизматичних відносин

підтверджена ірраціональність і ворожість харизми всякому традиціоналізму. Виявлено її психологічне джерело – авторитет володаря й авторитарність. Об'єктивною основою і живильним ґрунтом для харизматичних процесів є кризи, війни, революції, тобто історичні переломи. Харизма, що сприяє створенню емоційного збудження індивідуумів і мас, є одним з основних способів формування культу особистості, мобілізації мас на здійснення лідером певних політичних дій.

Якщо знову звернутися до класифікації статусу учасника натовпу, то необхідно відзначити, що веде в натовпі – це той, хто в потрібний момент, завдяки своїй екзальтованості, підхоплює посил лідера і направляє його на реалізацію. Ведучий рідко сам народжує ідею, але здатний зробити те, що йому здається правильним. Лідер і ведучий не можуть діяти у відриві один від одного, разом вони виступають в якості потужної сили. Ведучий – теж лідер. Але для того, щоб у цій іпостасі проявитися, йому якраз і потрібен натовп.

Лідер і ведучий діють в тісному контакті. Їм, на відміну від просто впевнених в собі людей, для прояву своїх кращих лідерських якостей потрібні навколишні люди. У натовпі ці люди шукають таке місце, де вони можуть реалізувати свої потреби. Їх зустріч для ведучого – велика удача. В результаті лідер каталізує складний процес розкрутки натовпу, а ведучий підхоплює естафету. Далі ситуація розгортається вже за певним сценарієм або зовсім виходить з-під контролю.

Зазвичай *провідні* – це люди дії. Вони не володіють великою проникливістю, так як її наявність призводить до сумнівів і бездіяльності. Як би не була абсурдна ідея, яку вони підхоплюють, і мета, до якої вони прагнуть, їх погляди не можна похитнути ніякими аргументами. Інстинкт самозбереження у них атрофується. Екзальтованість і незаперечна віра в свої ідеали надає їм величезну силу навіювання.

Ведені – це звичайнісінькі, так би мовити, рядові учасники натовпу. Вони є тим матеріалом, який грає роль «наповнювача» при організації дій натовпу. У той же час саме вони стають першими жертвами некерованої енергії руйнування, що перетворює звичайне скупчення людей в некеровану стихію.

Лідер, провідний і ведені разом являють собою єдиний організм. Тим більше, що в натовпі індивідуальні риси людини зникають і кожен з них стає лише маленькою клітинкою в цьому єдиному організмі.

Лідерів можна поділити на дві категорії. До першої відносяться енергійні, сміливі, шалені ватажки, у яких воля проявляється лише в короткі проміжки часу, наприклад, Ней, Мюрат, Гарібальді. До іншого (набагато рідше спостерігається) різновиду належать лідери, що володіють сильною і стійкою волею, наприклад, засновники релігій: Будда, Магомет, апостол Павло.

Успішний лідер, як правило, використовує певну тактику своєї поведінки. Якщо необхідно змусити натовп здійснити деяку моментальну дію, наприклад, кинутися на захист барикади, то найефективнішим в даній ситуації стане особистий приклад. Якщо ж натовп потрібно переконати слідувати якимось

абстрактним ідеям, то тут використовується інший рецепт: формулювання твердження, багаторазове повторення затвердження, взаємне навіювання.

Твердження повинне бути гранично коротким та безапеляційним і, найчастіше, зводиться до гасла. Воно повинно бути вимовлене неодноразово, повторюватися якомога частіше та бажано в одних і тих же формулюваннях. Багаторазово повторена думка сприймається натовпом як обґрунтована. Вона врізається в найглибші області підсвідомості, і через деякий час у це твердження люди починають вірити.

Яскраво виражений лідер завжди привабливий. Чарівність - це та сила, завдяки якій люди або ідеї підпорядковують собі світ. Часто чарівність складається з захоплення, страху, подиву і поваги. Чарівність, як і багато іншого, можна уявити як один з елементів навіювання.

Зазвичай люди, які хотіли вести за собою натовп, інтуїтивно володіють методами впливу на нього. Ще давньокитайський філософ Мен Дці відзначав: Придбання народу означає придбання сердець народу. Для придбання сердець народу існує шлях - збирати все, що хоче народ, і віддавати йому, не здійснювати нічого, чого не любить народ. Щоб переконати натовп, треба спочатку зрозуміти, які почуття його надихають, зробити вигляд, що поділяєш їх, а потім збудити в уяві натовпу привабливі образи.

Певні слова також можуть сприяти формуванню у людей потрібної чуттєво-емоційної реакції. Це, перш за все, зрозумілі всім слова, що містять у собі невеликий набір суцільних яскравих образів, наприклад, картини майбутнього райського життя, які здатні повністю оволодіти увагою натовпу.

Лідер, який бажає захопити натовп, повинен зловживати сильними виразами, перебільшувати, стверджувати, повторювати, але ніколи не пробувати доводити що-небудь логічним мисленням. У цьому сенсі Л. Фейхтвангер дуже точно зазначив: «Справа не в тому, побудовані чи фрази за законами граматики чи ні, і не в тому, чи має сенс те, що говориш; підкорювати потрібно серця людей, а не їх убогий розум. Вирішує не зміст усної фрази, а як її вимовляєш, поза оратора, підйом, тремтіння і громовий розвиток його голосу».

7.4. Моделювання поведінки натовпу

7.4.1. Методи дослідження поведінки натовпу

Метод опитування. Це один з найбільш доступних методів дослідження масових явищ. Його ефективність значною мірою залежить від того, наскільки широкі групи осіб, причетних до того чи іншого випадку, залучені в процедуру опитування. При цьому важливо опитати не тільки самих учасників даного епізоду, але й очевидців, сторонніх спостерігачів, які можуть повідомити щонебудь про обстановку, що передувала події або послідували відразу ж після нього.

«Вторинні джерела». Зараз накопичено досить великий досвід дій з організації контролю над різноманітними масовими явищами. Цей досвід узагальнено в різних посібниках, інструкціях і вказівках. Вважається, що ці документи є корисними джерелами інформації при вивченні масових явищ, так як вони містять досвідчені спостереження, які стосуються властивостей і особливостей поведінки людей в натовпі.

Прожективні методи. Широко використовуються ці методи для вивчення мотивів, почуттів і сприйняття подій, породжуваних у людей натовпом. У лабораторних умовах можна показати серію карток з фотографіями натовпу. При цьому дослідник повинен звертати увагу на те, які особливості натовпу опитувані виділяють як значущі. Дані такого роду є корисними для вивчення установок людей, які можуть проявитися в разі їх реальної участі в натовпі. Однак для дослідження самого феномена натовпу ці методи можна застосовувати з великою обережністю.

Експериментальні методи. Експеримент у соціальній психології – це спосіб отримання інформації про кількісні і якісні зміни показників поведінки соціального об'єкта в природному стані або в результаті впливу на нього деяких керованих і контрольованих чинників. Виділяються три групи методів, які в тій чи іншій мірі можуть бути корисні при вивченні проблем психології натовпу.

1. Методи, широко використовуються в експериментальній соціальній психології при дослідженні поведінки груп та індивідів у групах. Їхні результати можуть бути використані при вивченні окремих особливостей поведінки натовпу. Для реалізації такого дослідження застосовують, наприклад, метод соціометричного опитування, спрямованого на вивчення внутрішньогрупових і міжгрупових зв'язків шляхом виявлення відносин між членами груп. Додатковим до зазначеного можна вважати графічний метод, коли виявлені зв'язки всередині групи наочно описуються у вигляді певного роду схем; метод соціометричних індексів, коли результати соціометричних опитувань представляють в кількісній формі за допомогою різноманітних індексів та ін.

2. Методи польового експериментування. Ці методи пов'язані з вивченням поведінки реальних груп, які функціонують в природних умовах, що призводить до появи певних проблем, пов'язаних з труднощами організації досліджень на великій масі людей. Безсумнівно, що найважливішим джерелом даних тут повинні бути спостереження масових явищ з широким

використанням технічних засобів. Однак обмеженість можливостей застосування цих засобів досить очевидна. Більш того, в соціальному середовищі проявляється якісно інший, вищий рівень складності причинної залежності спостережуваних подій. Така ситуація призводить до того, що досліджуваний простір ознак в цьому експерименті є багатовимірним і це вкрай ускладнює виділення причинних залежностей. До того ж, необхідно відзначити, що соціальний об'єкт має пам'ять, що акумулює дію змінних за вельми тривалі проміжки часу. Такий стан речей також сильно обмежує можливості контролю над впливом на досліджуваний об'єкт. Проведення польового експерименту вимагає розробки і постановки гіпотези про наявність причинно-наслідкового зв'язку між досліджуваними явищами або про характер будь-якого механізму групової або індивідуальної поведінки, виведеної логічним шляхом на підставі теоретичних і досліджуваних даних. Але, найчастіше, таких даних просто немає. Багато експериментів пов'язані з вивченням поведінки реальних груп невеликої величини. Тому отримані дані лише в якійсь мірі застосовні до дослідження натовпу. Отже, можливості методів польового експериментування дуже обмежені.

3. Методи моделювання поведінки натовпу. Такі моделі можна створювати в лабораторії. Однак побудувати середовище масових взаємодій в натовпі, схоже з природним, в цих умовах практично неможливо. Наразі активно розвиваються математичні методи моделювання поведінки натовпу. Деякі з цих підходів будуть описані нижче.

7.4.2. Метод імітаційного моделювання функціонування натовпу

Аналіз функціонування натовпу може здійснюватися за допомогою застосування методу математичного моделювання. При цьому під моделлю розуміється система, яка уявляється в думках або матеріально, яка відображає або відтворює в якійсь мірі об'єкт дослідження, але в той же час здатна замінювати його так, що вивчення цієї системи дає нову інформацію про досліджуваний об'єкт і допускає досліду перевірку отриманих висновків.

За допомогою моделей можна вивчити структуру і функції живих систем, зокрема, скупчення людей, іменоване натовпом, спираючись на елементарні акти, які в них відбуваються. Кібернетичні методи дозволяють виявити структуру системи в цілому і членування її на окремі автономні, але взаємодіючі і взаємозалежні частини; функціонування цих частин і їх зміна в просторі та часі під дією зовнішніх причин і внутрішніх зв'язків. Важливо підкреслити той факт, що структура та функції біосистем нероздільні поняття. Певної функції відповідає конкретна структура і ця структура адекватна функції в умовах середовища, що змінюється.

Метод моделювання дозволяє максимально використовувати всю інформацію про досліджувану систему, підкреслити потрібну сторону досліджуваного процесу, відібрати найбільш доцільні та адекватні припущення або гіпотези механізмів функціонування системи, що вивчається. За допомогою цього методу можна перевірити висловлені гіпотези «дослідним шляхом» – шляхом моделювання процесу на комп'ютері.

Великі труднощі виникають при відтворенні окремих сторін функціонування соціальної системи, зв'язків між її елементами, через велике число параметрів. Для багатьох систем ще не сформульована суворая аналітична теорія, внаслідок чого важко сформулювати правдоподібні гіпотези нових знань і пояснити давно відомі факти. Реальні системи схильні до дії різних факторів, облік яких аналітичним шляхом представляє великі, часто непереборні труднощі.

Біосоціальні об'єкти за своєю природою дискретні і відрізняються яскраво вираженою структурованістю, в той час як класична математика створювалася в значній мірі від потреби фізики, і тому виникла математика безперервних явищ. Для того, щоб обійти перераховані труднощі, в даний час широко використовують метод імітаційного моделювання на комп'ютері.

Суть методу комп'ютерного імітаційного моделювання полягає в створенні програми, яка досить повно описує функціонування складної системи. Імітаційна модель, представлена програмою, розкриває як приватні, так і загальні властивості описуваних нею явищ. Однак цей метод не є якимось протиставленням застосовуваних методів дослідження соціальних процесів. Навпаки, він доповнює і розширює можливості їх пізнання.

Експеримент з моделлю-програмою дозволяє включити в класичну схему дослідження: експеримент, аналіз, прийняття рішення, експеримент ... ще одна важлива ланка – машинну імітацію, що є важливим апаратом пізнання складних систем. Імітаційний експеримент дозволяє осмислити дійсність і є засобом для постановки унікальних експериментів. У першому випадку це допомагає в розумінні зв'язків у реальних об'єктах, сприяє підтвердженню або спростуванню висунутих гіпотез щодо функціонування системи і її структури. У другому – дає можливість ставити імітаційні експерименти на системах, де реальний експеримент неможливий або сильно утруднений. За допомогою імітації можна вивчати вплив на функціонування системи деяких інформаційних та організаційних змін, а також змін у зовнішній обстановці. Детальне спостереження за поведінкою імітованої системи дозволяє розробити такі пропозиції щодо її поліпшення, які неможливі без імітації, а також дати уявлення про те, які з змінних найбільш істотні і як ці змінні взаємодіють. Імітацію можна використовувати для вивчення нових ситуацій, про які мало що відомо, вона може служити для попередньої перевірки нових стратегій і правил прийняття рішень. Результати машинного експерименту можна використовувати для передбачення вузьких місць та інших труднощів, що з'являються в поведінці системи при введенні в неї нових елементів.

Таким чином, імітаційне моделювання – це процес конструювання моделі реальної системи і постановки експериментів на цій моделі з метою зрозуміти поведінку системи, або оцінити різні стратегії, що забезпечують функціонування даної системи.

7.4.3. Структура натовпу

Питання про те, які люди стають частиною натовпу, чи є у них якісь загальні специфічні особливості, завжди привертало увагу дослідників. Вважається, що в кожному окремому випадку склад натовпу залежить в основному від тих причин, за якими вона виникла. Як правило, натовпу, зовні здаються однорідними, мають складну внутрішню структуру, яка визначається наявністю в них певних груп, об'єднаних особистими або професійними зв'язками, вузькими специфічними інтересами і т. п. Наприклад, наявність антагоністичних груп в натовпі формують передумову до розвитку масових заворушень.

Про роль і функції учасника натовпу вище говорилося досить багато. Тепер доцільно зупинитися ще на одному важливому питанні. Для моделювання діяльності натовпу необхідно мати уявлення про просторову структуру натовпу, яка в даний час ще недостатньо вивчена.

Структура натовпу, яка чітко фіксується аерофотозніманням, характеризується певною відмінністю між більш щільним ядром і розрідженою периферією.

В ядрі чіткіше проявляється ефект емоційного кружляння, і людина, що там опинилася, сильніше відчуває цей вплив. Така структура натовпу, швидше за все, пов'язана з проявом феномена поляризації, яка полягає в поділі людей за ступенем їх зацікавленості, рівнем концентрації уваги до тих питань, з приводу яких вона виникла. Ступінь поляризації натовпу визначається відношенням її щільності в центрі і на периферії.

Як показали дослідження, будь-який натовп на початку його утворення і в стані відносного спокою має тенденцію набувати кільцеподібної форми, якщо цьому не заважає рельєф місцевості. При цьому формуються характерні потоки, в яких спостерігається рух одних людей від центру натовпу до її периферії, а в інших, навпаки, від периферії до центру. Цей процес, який отримав назву «перемішуючі рухи», має двояке значення: з одного боку, такий рух сприяє поширенню інформації в натовпі, з іншого – дозволяє розділити людей за ступенем їх активності. Найбільш активні і готові взяти участь в діях натовпу прагнуть до її центру, а більш пасивні тяжіють до периферії. Цікаво відзначити, що прояви страху і невизначеність ситуації сприяють переміщенню людей в сторону ядра натовпу.

У натовпі можуть формуватися ділянки розрідження. Це такі ділянки, в яких щільність концентрації людей істотно менша, ніж в усій решті натовпу. При значному збільшенні кількості таких ділянок – натовп тяжіє до розпаду.

Межі натовпу можуть бути чітко вираженими або безформними. Вони зазвичай мають дуже рухливий характер, в результаті чого постійно змінюється становище людей, часто проти їхньої волі і бажання. Дійсно, просто зацікавлений суб'єкт може несподівано опинитися в центрі натовпу в результаті приєднання до нього нової групи людей. Цей феномен має значення при оцінці складу натовпу і ступеня активності його різних складових.

Щільність натовпу визначається числом людей, що скупчилися на певній площі. Встановлення щільності натовпу необхідно при оцінці його чисельності. Експериментальні дослідження показали, що оцінки чисельності натовпу «на око» відрізняються крайньою неточністю. Мають тенденцію значно перебільшувати чисельність натовпу люди, які симпатизують йому. І навпаки, експерти, що негативно відносяться до конкретного натовпу, схильні применшувати його розміри.

Для оперативного визначення чисельності натовпу зазвичай використовується формула. Потрібно скласти цифри, що визначають довжину і ширину площі, займаної натовпом, і помножити суму на коефіцієнт щільності, який становить 10 для щільних натовпів і 7 для менш щільних. Стверджується, що ця формула, перевірена емпірично, дає оцінку з точністю до 20%. Звичайно, на проведену оцінку сильно впливають форма натовпу і просторові умови його розподілу. Визначення площі, займаної натовпом, за параметрами її довжини і ширини для складної конфігурації натовпу є дуже приблизною. Положення ще більше погіршується, коли швидко змінюється склад натовпу, особливо в тих випадках, коли він знаходиться в русі. Проте, для відносно простих випадків наведені розрахунки є зручним інструментом.

Оцінка чисельності натовпу має велике значення. Вона необхідна для вирішення багатьох питань соціальної психології, пов'язаних, зокрема, з якісними змінами поведінки натовпу при значному збільшенні числа людей, вивченням впливу форми натовпу на швидкість поширення в ньому інформації і т. д. За кількістю людей, одночасно намагаються вийти з приміщення, скажімо, під час пожежі, можна встановити, чи виникне паніка. Рішення цього важливого практичного питання допоможе уникнути багатьох нещасть.

Критична щільність натовпу – така щільність, при якій з'являється реальна загроза життю або здоров'ю людей. Цей параметр також є оцінюючий, оскільки з різною фізичною щільністю натовпу може виникати загроза виникнення паніки, травмування людей, розвитку у них серцевої або дихальної недостатності.

Кожне масове скупчення людей характеризується своєю специфічною просторовою структурою. Як правило, ідентичних структур не буває, але деякі загальні особливості тут можна виділити.

Структура ідеально атомізованого натовпу являє собою хаотично організоване поле, де кожна людина переміщається сама по собі по типу «броунівського руху» і реалізує тільки одному йому відомі завдання. Керувати такою неструктурованою масою людей можна лише одним способом – ставши її центром і направивши її увагу на себе. Це завдання вирішується досить просто – потрібно будь-яким способом притягнути увагу людей, наприклад, гучним закликком, жестом, криками про допомогу і т. п.

У разі збільшення кількості та розмірів системно упорядкованих груп в натовпі здійснюється зниження ступеня атомізації, відбувається його деатомізація. Зменшення атомізації натовпу одночасно тягне за собою появу ділянок розрідження та збільшення швидкості його руху (в тому випадку, якщо

цей рух нічим не обмежується). При наявності обмежень загальна швидкість проходження натовпом вузьких ділянок, навпаки, знижується. Якщо процес деатомізації триває досить довго, то в граничному випадку натовп припиняє своє існування, оскільки перетворюється в структурований конгломерат індивідів, поведінка яких переходить в іншу якість і відповідно вже не може розглядатися з позицій соціальної психології натовпу.

Особливий інтерес представляють собою рухомий натовп. В цьому випадку може мати місце ламінарний рух натовпу, тобто рух натовпу в одному певному напрямку, при якому в ньому не виникають ділянки розрідження або навпаки, підвищеної щільності. Це властивість властива ідеально атомізованому натовпу. Обмежений на флангах натовп це такий натовп, який має можливість руху тільки в одному строго визначеному напрямку, не рахуючи зворотного.

У літературі розглядаються кілька псевдо стабільних структур натовпу. Один з них – структура «спіраль». При такій просторовій організації натовпу його учасники залучені в єдиний потік руху, зупинити який вони часто не в змозі. У такому натовпі проявляються природні, елементарні біологічні реакції людей. Тут межі індивідуальності кожної людини швидко стираються, в результаті формується єдина для всіх мета – рухатися вперед. Протидіяти «спіралі», тобто йти проти її течії немає ніякого сенсу.

У деяких випадках відбувається об'єднання двох рухомих рукавів натовпу. При обмеженому на флангах злиттю в результуючому натовпі ділянки розрідження утворюються асиметрично в тій його частині, яка знаходиться в протилежній від меншого потоку стороні відносно осьової лінії натовпу. Розмір сформованих ділянок розрідження прямо пропорційний різниці розмірів натовпів, що зливаються. Під час розташування в потоці спеціальних вертикальних конструкцій, обтікання їх натовпом відбуватиметься з появою ділянок розрідження з боку більшої кривизни профілю цих конструкцій. Цей ефект можна використовувати для організації управління натовпом. Для спрямованого створення ділянок розрідження в натовпі можна використовувати напрямні огорожі зі змінною відстанню між ними. Тоді зони розрідження будуть виникати безпосередньо за рубежами звуження огорож.

7.4.4. Теорія «збудливих середовищ» як адекватний підхід до моделювання поведінки натовпу

Фундаментом сучасної теорії систем є твердження, згідно з яким загальні категорії мислення подібні в найрізноманітніших галузях науки. Тому виникає можливість побудови єдиної науки на базі ізоморфності законів в її різних областях. Ймовірно, на цій основі була сформульована гіпотеза про подібність процесів в системах взаємодіючих частинок, взаємодії клітин і молекул (на рівні клітини), фізіологічних процесів (на рівні організму). Мабуть, можна продовжити цей ряд і вказати на подібність цих процесів на рівні взаємодій між організмами, зокрема, взаємодій людей в натовпі. Подібного роду явища добре описуються за допомогою теорії «збудливих середовищ».

Поняття «збудливого середовища» було вперше введено Н. Вінером й А. Розенблютом ще в 1946 році як засіб теоретичного дослідження механізмів патогенезу аритмій міокарда. Але потім виявилось, що це нове поняття придатне для вивчення широкого класу біологічних об'єктів, наприклад, гладких, нервових та інших структур, функціонування яких пов'язано з проведенням хвиль збудження, а в загальному випадку з синхронізацією стану елементів досліджуваного співтовариства, зокрема, клітин тканини.

Механізм проведення такої хвилі активності в збудливому середовищі істотно відрізняється від механізму поширення хвилі в звичайних фізичних середовищах. Ця відмінність полягає в тому, що тут проведення здійснюється за рахунок внутрішньої енергії елементів середовища, тобто поширювана хвиля заново генерується кожною точкою середовища. Тому властивості збудливих середовищ значно відрізняються від властивостей простих фізичних середовищ.

Перш за все, хвилі, що виникають і поширюються в збудливих середовищах, що не адитивні, не можуть проходити одна крізь іншу, не володіють такими властивостями фізичних хвиль як дифракція, інтерференція, переломлення, розкладання на складові при проходженні через неоднорідне середовище. Досягнувши геометричних кордонів середовища, вони гаснуть, так як не можуть від них відбиватися подібно звуковим або електромагнітним хвилям.

Н. Вінер і А. Розенблют досліджували поширення хвилі збудження в мережі взаємопов'язаних елементів, інтерпретуючи досліджуване середовище як серцевий м'яз. В роботі розглядалися умови виникнення та підтримки ритмічної активності в серцевому м'язі, а також такі порушення її функціонування як тріпотіння і фібриляція. Серцевий м'яз представлявся у вигляді однорідної структури, по якій збудження поширювалося на всі боки. Формалізована математична модель мала такі властивості:

- хвиля збудження могла поширюватися на всі боки з однаковою швидкістю;
- поріг збудження кожного елемента залишався постійним і перевищував поріг спокійних елементів;
- кожен елемент середовища міг перебувати в одному з трьох станів: активному (буває тільки на миттєвому фронті хвилі), рефрактерному (має постійну тривалість і не сприймає збуджуючих сигналів), спокою (характеризується сприйнятливістю до зовнішніх збудливих імпульсів).

Кожен із станів елемента може проходити в чітко визначеній послідовності: спокій, збудження, рефрактерність і так далі. Таким чином, за кожним фронтом хвиль активності слідує хвиля рефрактерної фіксованої ширини, під час проходження якої здійснюються відновлювальні процеси в тканині, що моделюється.

Автори розглядали умови виникнення й підтримки хвиль в одновимірних і двовимірних середовищах. Було показано, що в однорідному кільцеподібному середовищі утворення стійкої циркуляції імпульсу може здійснюватися тільки в разі виникнення однієї або декількох хвиль, що рухаються в одному напрямку.

На нескінченній поверхні без отворів і перешкод передній фронт хвилі активності буде являти собою окружність у точці роздратування. Така хвиля не може сама відтворюватися. Однак, якщо в досліджуване середовище ввести незбуджувані зони (отвори, перешкоди, незбуджувані ділянки середовища), то можна отримати незатухаючий режим активності за умови, що периметр перешкоди буде більше довжини хвилі. В цьому випадку фронт хвилі, що розповсюджується являє собою евольвенту від форми незбуджуваної зони. Початковою умовою для виникнення такого датчика незгасаючої активності служить асиметрична стимуляція середовища. Незатухаючу активність можна також викликати в разі наявності декількох перешкод, ефективний периметр кожного з яких менше довжини хвилі.

У цитованій класичній роботі Н. Вінер і А. Розенблут досліджували проведення хвиль активності в безперервному середовищі. Однак розглянута ними тканина міокарда має дискретну природу й тому більш адекватними є дискретні моделі, велику кількість яких було розроблено після опублікування обговорюваної роботи.

В подальшому розвитку теорії «збудливих середовищ» істотну роль зіграла робота І. М. Гельфанда і М. Л. Цетлін, в якій середовище, розроблене Н. Вінером і А. Розенблут, було доповнено властивістю спонтанної активності. Ця властивість дозволила здійснювати збудження пасивного елемента середовища через певний проміжок часу, званий періодом спонтанної активності. Автори довели, що в такому середовищі «найшвидший» елемент нав'язує свій ритм всім іншим елементам середовища.

Комп'ютерні експерименти з детермінованою моделлю маси людей

При створенні імітаційної моделі потрібно відзначити той факт, що люди в натовпі постійно переміщуються, що може значно ускладнити побудову імітаційної моделі. Тому для спрощення моделі можна припустити, що переміщені люди займають те ж місце в просторі, яке до них займали ті, що пішли. Таке припущення значною мірою спрощує модель, бо в цьому випадку можна імітувати поведінку людей, що знаходяться в певній області простору, без урахування їх переміщень. Просторову структуру розташування людей в натовпі можна також спростити, прийнявши постулат, що кожна людина має вісім сусідів, які безпосередньо можуть взаємодіяти з нею. Активуючий вплив від далі розташованих в просторі людей може поширюватися на значні відстані. При цьому, чим далі розташована конкретна людина від іншої, тим меншим стає сигнал, що їй передається. У моделі передбачено просторове підсумовування збуджуючих сигналів.

Як і в моделі Н. Вінера поведінку людей в натовпі можна описати найпростішим алгоритмом. Такий алгоритм відповідає спрощеним до межі поведінки людини натовпу. Індивідуум послідовно може знаходитися в трьох станах: активації, коли людина активно реагує на процеси, що відбуваються в найближчому сусідстві; рефрактерності, коли ці сигнали вже не сприймаються деякий час, необхідний для відпочинку і відновлення сил; спокою, коли він сприймає дратівливі сигнали від порушених сусідів. Людина, що знаходиться в

стані спокою може в ньому перебувати досить довго, до тих пір поки на нього не подіє збудливий сигнал від сусідів. У стані активації та рефрактерності людина може перебувати тільки певний (задається для моделі) обмежений час.

З раніше наведених описів поведінки учасників натовпу стає зрозумілим, що не всі люди в ньому володіють приблизно однаковими психологічними властивостями. Однак деякі з них настільки перезбудженні, що можуть спонтанно активувати найближчих сусідів. В описуваній моделі в початковий момент часу таких екзальтованих індивідуумів знаходиться 5% (від загального числа людей в натовпі). Ці активні люди випадково «розкидані» по всій площі натовпу.

Результати експериментів можна спостерігати на екрані комп'ютера (рис. 1). Тут видно процес переміщення хвилі збудження в натовпі, помітна взаємодія цих хвиль. У всіх експериментах спостерігається спонтанне утворення в натовпі одного або декількох ядер – вогнищ безперервної активності. В іншому випадку, якщо осередки активності по тій або іншій причині не могли сформуватися, поширення активності в натовпі припинялося. Кількість створених ядер активності в різних експериментах не було постійним.

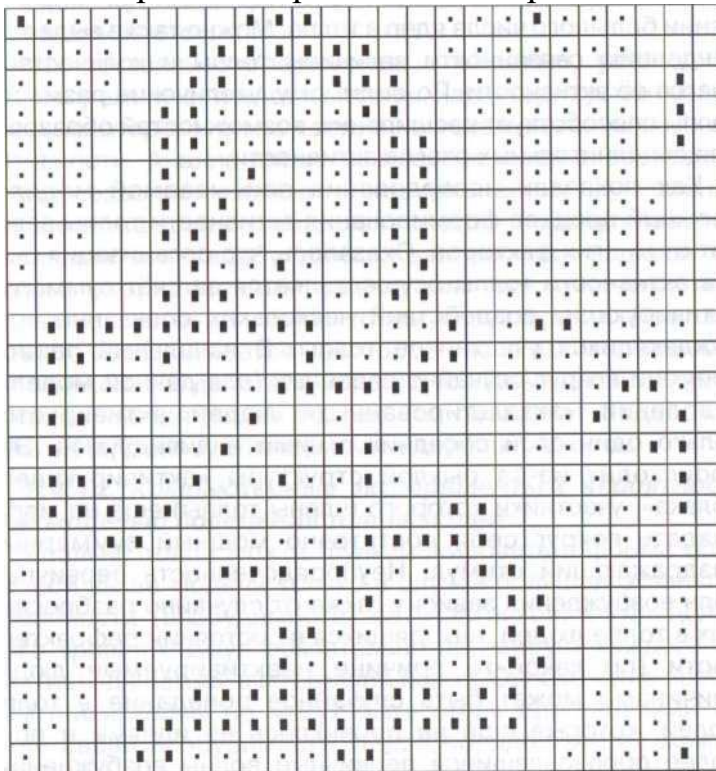


Рис. 1. Матриця станів учасників натовпу (фрагмент). Стан учасників натовпу: • - активації; ■ - рефрактерности; □ - спокою.

Цікавим для дослідника є параметр часу перехідного періоду (ПП) до формування явно виражених ядер активності натовпу. На рисунку, переважно, простежується тенденція до збільшення ПП при збільшенні площі, займаної натовпом. Така тенденція може бути порушена в бік збільшення тривалості ПП: якщо спонтанно утворюється велика кількість осередків активності натовпу. Досить чітка тенденція збільшення тривалості ПП спостерігається при

підвищенні порогу активації учасників натовпу. Однак і в цьому випадку вона може бути порушена при утворенні великої кількості ядер в натовпі. Можна також виділити тенденцію взаємозв'язку величини натовпу з кількістю осередків його активності. Мабуть, збільшення розмірів натовпу сприяє розширенню можливостей утворення додаткових осередків активності.

Як показали дослідження описуваної моделі, складний процес формування активності натовпу залежить від багатьох факторів. Виявилося, що організація осередків активності натовпу здійснюється за рахунок сумарно активованих впливів декількох спонтанно збуджених учасників натовпу. Спочатку навколо випадково заданих (для даної моделі) скупчень «екзальтованих» людей активується тільки один шар сусідніх з ними індивідуумів. Це відбувається через нестійку структуру «активуючої хмари», учасники якої (члени натовпу) ще не можуть створити навколо себе досить потужний сумарний дратівливий стимул. Невпорядкованість первинних хвиль збудження залежить також від випадково розкиданих в натовпі людей, котрі знаходяться у стані рефрактерності (з якоїсь причини люди, що не активуються; причиною може бути випадкове потрапляння в натовп людей, які ще не перейнялися його ідеями та ін.). Далі утворилися первинні хвилі збудження, внаслідок різкого зростання кількості активованих членів натовпу, мають можливість стимулювати ще два найближчих шари оточуючих їх людей, сформувати навколо себе вже щільні хвилі збудження. На наступному часовому етапі двошарова маса збуджених людей створює умови для стимулювання як зовнішніх, так і внутрішніх елементів концентричних хвиль, що розповсюджуються і, отже, сприяють формуванню стійкого центру нової хвилі активності.

Таким чином, ядра збудження натовпу з початково крихкою структурою їх центрів утворюються за рахунок просторового накопичення стимулів, що активуються. Кількість і форма цих осередків залежить від початкових умов активації натовпу, його розміру і порога активації клітин.

Як показали експерименти з моделлю, режим активності натовпу що встановився характеризується наявністю певної кількості постійно локалізованих осередків активності. Аналіз процесу перетворення станів натовпу дозволяє зробити висновок, що подальше функціонування сформованих осередків підтримується наявністю хвиль збудження, що поширюються за чітко впорядкованою замкнутою (циклічною) або периферичною траєкторією натовпу. Тому в натовпі завжди є деяка кількість активованих учасників, на дії яких ґрунтується існуюча «напруга» натовпу, що дозволяє підтримувати його постійну авторитмічну активність.

Комп'ютерні експерименти з ймовірнісною моделлю поведінки натовпу людей

Реально натовп може функціонувати у формі описаної вище моделі тільки у разі великої екзальтованості (збудливості) її учасників, коли належного рівня стимул обов'язково активізує кожного з тих, хто знаходиться в стані спокою. Однак найчастіше, учасники натовпу не можуть бути настільки однорідними за

силою своєї збудливості. Такий порядок речей можна врахувати, якщо описати поведінку людини у вигляді деякого імовірнісного автомата, який може збудитися або підтримувати своє збудження тільки з певною ймовірністю. На однорідних мережах таких автоматів можна досить добре вивчати механізми деяких явищ, які проявляються в натовпі.

Вже згадана модель, яка імітує функціонування натовпу, складалася з елементів - учасників натовпу, об'єднаних в однорідну мережу. У цьому випадку дослідження проводилося на найпростішій моделі з «тетрагональною» структурою мережі взаємозв'язків між її елементами, що характеризується наявністю чотирьох сусідів: справа, зліва, ззаду, спереду. Модельований натовп мав форму квадрата і складався з 100 учасників.

Елементи модельованої мережі володіли властивостями, аналогічними найпростішій поведінці учасників натовпу. Кожен з них міг циклічно змінювати три основні стани, що інтерпретуються як стан спокою, активації і рефрактерності. Елемент, що знаходиться у стані спокою збуджувався при впливі на нього дратівливого стимулу, що надходить від одного або декількох безпосередніх сусідів. Далі, після перебування певного часу в стані активації, він переходив в стан рефрактерності (R), а потім у стан спокою. В цьому стані елемент міг перебувати тривалий час і збуджувався тільки після надходження дратівливого стимулу.

Враховувався фактор ймовірнісної активації елемента шляхом встановлення ймовірності його порушення (p) від кожного дратівливого сигналу, що надходить з сусідніх елементів. Встановлювалася тривалість активації (S тимчасових тактів). Враховувався той факт, що збуджений чоловік легше сприймає збудливу інформацію. При цьому тривалість його активації продовжується на певний проміжок часу. При продовженні тривалості стану активації ймовірність її порушення була збільшена до $kp > p$. Однак період стану активності людини не може бути нескінченним, так як у кожного є тільки певні обмежені життєві резерви. Тому максимальну сумарну тривалість стану активації було обмежено до $S + MS$ (тимчасових тактів). У разі, коли елемент, що знаходиться в активному стані, може його продовжити (виконується умова, за яким kp менше деякого випадкового числа, згенерованого машиною, що свідчить про те, що активний стан елемента не змінюється), він продовжує залишатися в стані збудження. В іншому випадку - переходить в стан рефрактерності.

Важливою деталлю у проведенні комп'ютерного експерименту з цією моделлю є вибір початкових умов запуску її функціонування. Щоб у моделі могла організуватися первинна хвиля збудження, «упаковка» збуджуючих елементів повинна бути щільною. Тому початковою умовою запуску функціонування моделі натовпу було одночасне збудження чотирьох центральних елементів.

При проведенні досліджень виявилось, що перехідний період в цій моделі тривав набагато більше, ніж у попередній. На стаціонарній ділянці активності модель виходила через 500-1 000 умовних часових відрізків (тактів).

Результати моделювання функціонування моделі натовпу з ймовірними елементами з різною ймовірністю взаємної їх стимуляції наведені на рис. 2: спостерігається різна насиченість мережі, що моделюється активними елементами. Якщо в першому випадку (а) матриці станів мережі заповнені великими і щільними зонами активності, то в другому (б) величина цих зон значно менша. З плином часу основні особливості заповнення матриць активними елементами якісно не змінюються. У змодельованій мережі спостерігається переміщення, а також руйнування старих і зародження нових осередків активності. В даному випадку зміна характеру функціонування модельованої мережі повністю визначається параметром kr .

Таким чином, у процесі дослідження функціонування ймовірнісної моделі натовпу були отримані наступні результати: 1) показано, що тривалість стану активації його елементів регулюється станом елементів навколишньої мережі. Чим більше активних елементів оточує кожен розглянутий, тим більша ймовірність продовження його активного стану, реалізується потенційна можливість до тривалої активації; 2) адаптація тривалості періоду збудження елемента до стану навколишнього середовища здійснюється за допомогою наявності зворотних зв'язків і дозволяє цілісній мережі не тільки підтримувати авторитмічне функціонування, а й стабілізувати динаміку функціонування мережі шляхом організації оптимальних за величиною і конфігурацією (при постійних параметрах моделі) зон активності. Руйнування цих зон здійснюється тільки після тривалого проміжку часу і залежить від рівня збудливості елементів моделі, контрольованих параметром kr .

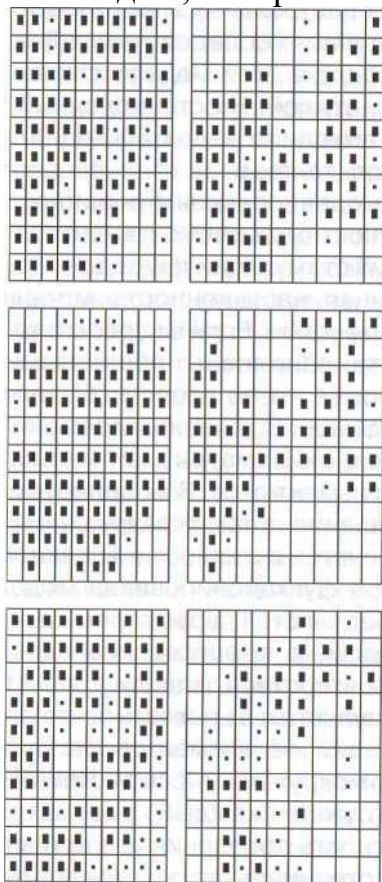


Рис. 2. Матриці стану елементів модельованої мережі (по вертикалі три послідовні стану моделі): а - $kr = 0,7$; б - $kr = 0,4$; інші параметри моделі: $5 = 2$; $MS = 12$; $R = 4$; $p = 0,25$.

Дослідження функціонування описаної моделі дає можливість зробити цілком правдоподібне припущення, що загальна напруга натовпу може бути пояснена двома доповнюючими один одного механізмами. Перший з них пов'язаний з пересуванням зон активності в мережі, площа яких незначно змінюється при постійному рівні збудливості елементів. При цьому при більшій ймовірності збудливості елементів збільшуються розміри цих зон. Мережа «пульсує» не так часто. Другий – формується за рахунок випадкових змін кількості активованих елементів. Роль останнього підвищується при низькому рівні збудливості елементів.

Формування упорядкованих хвиль активності в імовірнісних моделях

Реальний натовп досить неоднорідний за своєю структурою. Дослідники відзначають, що ближче до центру натовпу збираються більш активні індивідууми, а менш активні відтісняються до його периферії. Природно, що бувають випадки, коли «сторонні» люди випадково потрапляють в ядро натовпу. Це трапляється особливо часто під час пересування мас людей. Однак в нерухомому натовпі весь час відбуваються авторегулюючі процеси, що дозволяють натовпу мати досить постійну і впорядковану в просторі структуру. Рушійною силою цих процесів, мабуть, є психологічні властивості окремих учасників натовпу, що визначають ступінь його зацікавленості ідеєю натовпу, спільність поглядів з оточуючими, які опосередковано детермінують ступінь просторового наближення людини до ядра натовпу.

Отже, в натовпі здійснюється саморегулюючий процес, в результаті якого формується специфічна кільцеподібна структура розташування людей з різним ступенем активності. Така структура визначає деякі інші властивості комунікації людей в натовпі, ніж це було в розглянутих раніше строго однорідних (за властивостями комунікації елементів) моделях. Це твердження може також підтвердити той факт, згідно з яким комунікація людей, які перебувають по сусідству, не може здійснюватися рівномірно з усіх боків (якщо людина постійно не крутиться). З людьми, які перебувають праворуч і ліворуч, легше розмовляти, ніж з тими, які стоять позаду, а попереду надходить найбільш важлива і цікава інформація. Принаймні, рівень комунікації в різних напрямках щодо стоячої людини не може бути однаковим. Все це свідчить про те, що ймовірність передачі інформації по периметру кожного шару людей в натовпі і в радіальному напрямку неоднакова. Мабуть, ці особливості здійснення комунікації між людьми в натовпі накладає свій відбиток на її активність. У наступній моделі проводиться спроба імітації поведінки натовпу з перерахованими властивостями поведінки її учасників.

Модель складалася з комплексу елементів, об'єднаних в однорідну тетрагональну мережу. Для імітації найпростішої кільцевої структури крайові елементи моделі були об'єднані в трубку (дуже спрощений варіант утворення кілець). Як і раніше, кожен елемент моделі циклічно міняв три стани:

активацію, рефрактерність, спокій. Деякі елементи моделі могли спонтанно активуватися з певною ймовірністю. Для імітації різного рівня комунікації учасників натовпу в просторі був введений параметр – ймовірність порушення елемента, що покоїться - p . При цьому ймовірність активації від елементів, що знаходяться зліва і справа обчислювалася як PXR , а ймовірність порушення від елемента, що знаходиться позаду – як pXH (де $P < 1$ і $H < 1$). Таким чином, постулювалося переважне надходження інформації спереду, потім з боків і найменше ззаду.

На рис. 3. представлений фрагмент динаміки зміни активності моделюється мережі при ймовірності p близькою до 1.

Горизонтальні рядки відображають стан кожного кільця (затемнена ділянка зображує таке кільце, більше 50% елементів якого перебувають у стані активації), а вісь часу спрямована вниз. На представленому малюнку чітко видно хвилі активності елементів, які протягом часу направлено переміщуються по мережі.

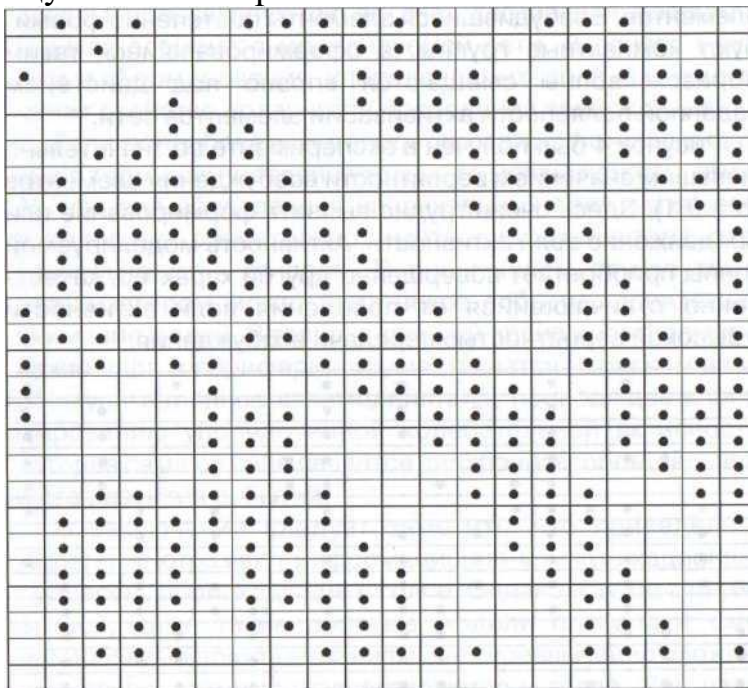


Рис. 3. Формування хвиль активності в моделі натовпу при високій ймовірності поширення збудження.

В зв'язку з тим, що в алгоритм побудови моделі не закладені спеціальні механізми утворення впорядкованих хвиль активності, вельми цікавим є докладне дослідження процесу організації та просування таких хвиль в мережі елементів. Можна вважати, що визначальну роль у формуванні хвиль активності відіграє властивість переважного поширення збудження в одному напрямку.

В описуваній моделі умови організації нових хвиль створюються за допомогою елементів, що активуються спонтанно. Збуджені елементи поступово формують компактні групи, а ті, що сформувалися таким чином

хвилі зміщуються вправо під дією заданої полярності активізації елементів мережі.

Рис. 4 було отримано в експерименті зі значно меншим значенням ймовірності порушення елементів ($p = 0,1$). Тут дуже важко виявити формування або просування хвиль активності. Активність моделюючого натовпу набуває зовсім інший характер, якісно відрізняється від поведінки хвиль активності з високою ймовірністю передачі збудження.

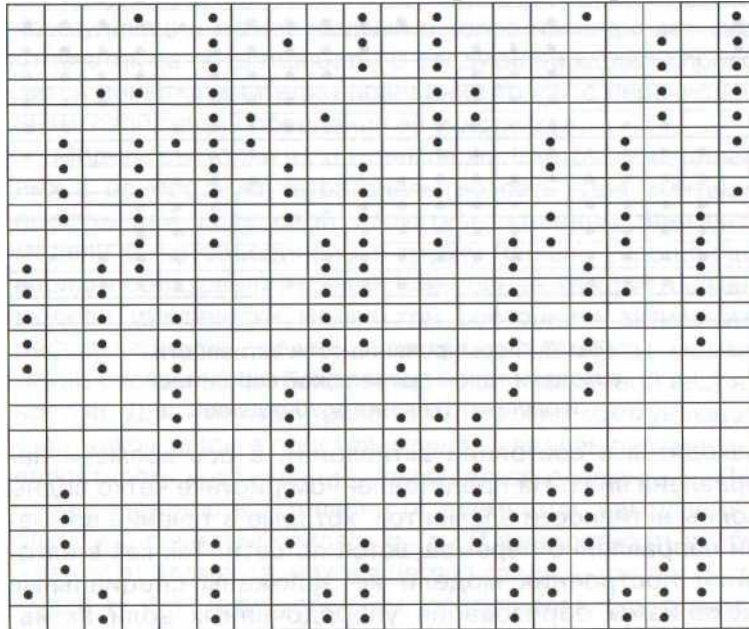


Рис. 4 Модель натовпу: формування хвиль активності при низькій вірогідності поширення збудження.

Отже, в середовищі, що моделюється виникають спрямовані хвилі активності, які нав'язують свій ритм далі розташованим ділянкам мережі. Хвилі активності в моделі з високою збудливістю елементів добре структуровані й організуються за рахунок хаотично збуджуваних елементів модельованої мережі. В основі механізму формування впорядкованих хвиль активності лежить властивість полярності проведення збудження.

Якщо спробувати інтерпретувати отримані дані в термінах поведінки натовпу, то можна прийти до висновку, що для утворення спрямованих хвиль активності в натовпі не обов'язково мати синхронізатора цієї діяльності – лідера. У найпростішому випадку таким організатором може бути якась подія, яка привернула увагу людей. У натовпі, в якому відбулося формування ядра та периферії здійснюється нерівномірною комунікаційна взаємодія, що призводить до формування впорядкованої коливальної активності, яка сама по собі є синхронізатором подальшого розвитку подій.

Слід зауважити, що наведені моделі не відображають інформаційно-комунікаційні процеси, що відбуваються в натовпі. Однак, навіть такі прості моделі дозволяють змоделювати і зрозуміти механізми тих надзвичайно складних процесів, які здійснюються в натовпі. При наявності сучасних засобів комунікації лідер може значно впливати на поведінку натовпу, хоча б шляхом

підвищення рівня збудливості її учасників. Наведені комп'ютерні експерименти дозволяють оцінити і передбачити результати такого впливу. Ще більше цей вплив підвищується, коли публіка «розігривається» певною музикою і виступами артистів.

Моделювання поведінки натовпу дає потужний інструмент не тільки для вивчення складних механізмів синхронізації поведінки людей в натовпі, але й дозволяє розробляти і перевіряти в експерименті заходи щодо формування синхронної поведінки людей в натовпі, а також заходів щодо руйнування такої синхронної поведінки та розсіювання натовпу. Тому моделювання поведінки натовпу цікаве і важливе не тільки в теоретичному, але й в практичному аспектах.



Рис. 5

На графіку рис. 5 зображено приблизна кількість людей за один день революції (в годинах). По графіку видно, що значний потік людей почався з 10:00. З 11:00 натовп почав формуватися ще швидше, перейшов на п'ятий етап формування. Саме звідси відбувся вихід лідера, і почалося масове маніпулювання.

Отже, підведемо підсумки даного питання. Революція тривала від 22 листопада 2004 року по 26 грудня 2004 року. Приводом до революції були «масові фальсифікації» при виборах Президента України у 2004 році, внаслідок яких Президентом України було обрано Віктора Януковича. Саме це і спровокувало революцію. Результат революції привів до перевиборів Президента України, внаслідок яких остаточною Президентом України було обрано Віктора Ющенка.

Явним прикладом формування натовпу є революція, яка відбулася в Україні з 21 листопада 2013 року по 21 лютого.

Все почалося 21 листопада. Трохи раніше колишній президент України Віктор Янукович підписав угоду про призупинення підписання угоди між Україною та ЄС. Саме ця подія вважається механізмом запуску «Революції Гідності». Відразу після цього на Майдані Незалежності з'являються перші протестувальники (1-2 тисяч осіб).

З 22 листопада були встановлені намети. Механізм запущений, створився привід до розпалювання революції. Відбувся **перший етап** формування натовпу, адже для формування натовпу необхідно пройти всі етапи. Першими на площі виходили студенти. Згідно постанові Окружного адміністративного суду Києва, що забороняє встановлювати намети, навіси, кіоски при проведенні навіть мирних масових акцій. Внаслідок цього відбулися перші сутички між натовпом та міліцією.

Уже на 24 листопада 2013 року за відомостями МВС України на Майдані Незалежності було зафіксовано понад 50 тисяч чоловік. У натовпу створилася спільна ціль – відставка уряду, звільнення Тимошенко. Саме тут відбувся перехід від **другого до третього етапу**. Оскільки міліція почала чинити опір, розлючені демонстранти почали вести себе агресивно, вони напали на міліцію і зламали шлагбаум. Міліція у відповідь застосувала сльозогінний газ. Це все відбувається на **третьому етапі**.

26-27 листопада 2013 року внаслідок масових сутичок було прийнято рішення про створення об'єднання «Правий сектор». На цій події відбувається перехід від **третього до четвертого етапу**, а саме формування лідера в натовпі, який в подальшому діє на натовп. Лідером правого сектору був Дмитро Ярош. 29 листопада 2013 року Українська делегація не підписала угоду про асоціацію з ЄС, цим самим запустивши ланцюгову реакцію в натовпі. В ніч з 29 по 30 листопада на Майдані сформувалися об'єднання сил правоохоронців «Беркут», відбулося зіткнення між протестувальниками та силовиками, внаслідок чого 79 осіб отримали масові поранення з них 7 співробітників Беркут.

Внаслідок цього у натовпу на підсвідомому рівні сформувалася ілюзія протиставлення народу і правоохоронців. 1 грудня 2013 року протестувальникам вдалося захопити Київську міську адміністрацію. Потім влада відправляє автобуси зі спецпризначенцями, які в свою чергу починають розгін «майдану». Маніпулятор діяв таким чином, щоб спровокувати ще більшу хвилю людей, адже чим більш неконтрольований натовп, тим краще ним керувати. Під час розгону в соціальних мережах надходили повідомлення про те, як необхідно озброюватися проти міліції. Внаслідок кривавого розгону учасників майдану зародився складний соціально-психологічний процес, завдяки якому учасники були готові «на все», адже образи у натовпі прості і уявні, також по засобам масової інформації публікували, що «Беркут» побив дітей. Внаслідок цього у людей (навіть поза «майданом») виникає агресія на правоохоронців. Таким чином даний маніпулятивний прийом застосовувався досить часто.

Уже з 3 грудня 2013 року протестувальники впроваджують нові вимоги, на яких Верховна Рада не реагує, тим самим провокуючи натовп на агресію, а з

іншої сторони – правоохоронці. Поведінка натовпу формується наступним чином: «ми – єдність і правда», « вони – вороги, які посягають на нашу землю». Такі дії виникають на **п'ятому етапі** формування натовпу. По даним опозиції по центральній вулиці пройшли від 500 тис. чоловік до 1 млн. чоловік.

Потім дії продовжувалися в тому ж напрямку, розпалюючи все більшу ворожнечу. Ще одним маніпулятивним прийомом маніпуляторів є переговори Віктора Януковича з Арсенієм Яценюком та Віталієм Кличком. Янукович запропонував Яценюку прем'єр-міністра, а Кличку – віце прем'єра з гуманітарних питань. В результаті чого переговори не вийшли. Вони відмовилися, вважаючи, що цього замало, щоб довести країну до ЄС. Тим самим було проведено роботу в політиці – негативна сторона, і позитивна сторона – єднання з народом, впроваджуючи до себе довіру. Тут і відбувається **шостий етап** формування цілеспрямованого натовпу.

28 січня 2014 року М. Азаров подає у відставку. В такому випадку натовп навіює собі впевненість у тому, що він неприборканий. Далі в процесі революції натовп зріс, отримав силу і вважав за необхідне перейти до кардинальних рішень – змінити теперішню конституцію України на конституцію 2004 року, не думаючи про те, що він попав під вплив лідера.

Важливим елементом у натовпі Євромайдану відігравали так звані «тітушки», які використовувалися для проведення провокацій. Чим більше натовп перебував в зоні контакту з правоохоронними органами, тим більше розгорався конфлікт. «Тітушки» використовувалися для збільшення життя натовпу в ході революції, адже грало багато факторів на приборкання натовпу.

18-21 лютого 2014 року – відбуваються найжорстокіші бої учасників натовпу проти співробітників міліції. За даними МОЗ України в даний період загинуло 77 людей, 363 людини отримали важкі поранення. В процесі зіткнень було спалено будівлю Профспілок, де знаходився штаб української опозиції. Даний підпал був вчинений навмисно (хоча доказів цього немає), оскільки необхідно було «замести сліди».

З 18 – 21 лютого 2014 року відбувся **сьомий (останній) етап** формування натовпу. Тут натовп уже сформувався, розігнати якого було майже неможливо. Тому маніпуляторам залишалося тільки направляти його в потрібне русло.

З 20 по 21 лютого 2014 року відбуваються найстрашніші події, які забрали життя багатьох людей – починаються обстріли, як в учасників Майдану, так і в співробітників правоохоронних органів. Даний прийом використовувався з головною метою – відбити наступ протестувальників, завдати їм втрат та створити умови для розповсюдження паніки між людьми.

Таким чином можна сказати, що події на майдані були добре сплановані і реалізовані в народ. Використовуючи вище вказані прийоми маніпулювання було створено революцію, яка забрала життя багатьох людей.

Не менш важливою подією на Майдані є розстріл людей та правоохоронців, які були в той час на Майдані. Вважається, що людей розстрілювали спеціально підготовлені снайпери, так звана третя сила «чорні тіні». Є версія, що свої стріляли в своїх і водночас знімали на відео. Впевнено

можна сказати, що люди, які знімали це на відео не боялися кулі, оскільки по відео вид знімали це на відео не боялися кулі, оскільки по відео видно, що зйомка велася не із великої відстані. Це каже про те, що люди, які знімали на відео розстріли ймовірно були замішані у вбивстві багатьох людей. Під час пострілів велася активна пропаганда по гучномовцях. Також є версія, що свої стріляли в своїх. Всі факти, які свідчили про безжальні вбивства були ліквідовані. Як приклад, дерева, за якими ховалися люди і в яких сліди від куль були вирізані найближчим часом. Винних не можуть найти до тепер. Це пояснюють відсутністю доказів.

Розглянемо графік рис. 6, на якому зображено кількість осіб, які потрапили в натовп протягом декількох місяців:



Рис. 6

Виходячи із графіка можна прийти до висновку, що найбільша кількість людей в натовпі припадає на січень 2014 року, а найменша – листопад 2013р. (коли тільки починалася революція) і лютий 2014 р. (закінчення революції). Це не дивно, оскільки на кінець революції (особливо під час жорстоких розстрілів) багато протестувальників незважаючи на маніпуляції лідера вирішили покинути майдан за інстинктом самозбереження.

7.5. Методи контролю над поведінкою натовпу

Теоретичний аналіз механізмів формування натовпу і досвід управління процесами, що розгортаються в ньому, може в деякій мірі допомогти контролювати його поведінку. Як говорив давньокитайський мислитель Сунь-Цзи: «Вершина мистецтва – це не виграти сто битв, а, навпаки, підкорити

армію ворога без битви». При вирішенні питання контролю над поведінкою натовпу постає складне завдання, що складається з декількох компонентів:

- ініціювати розуміння учасниками натовпу результатів своїх дій, повернути їм втрачене відчуття самоконтролю і відповідальності за свої вчинки;

- запобігти формуванню натовпу або сприяти елімінації натовпу, що вже утворився.

Тут продуктивними можуть вважатися наступні засоби:

- розсіювання уваги індивідів, що складають натовп. Як тільки увага присутніх у натовпі розподіляється між декількома об'єктами, відразу ж здійснюється диференціація їхніх думок, утворюються окремі групи людей, які приймають ту чи іншу думку, і тільки що єдиний натовп розпадається. В цьому випадку пригнічені впливом натовпу особистісні риси індивідів прокидаються, в результаті чого кожна людина починає регулювати свою поведінку. Натовп перестає бути активним і потроху розсіюється;

- оголошення по гучномовцю про здійснення відеозйомки натовпу прихованими камерами. Це змушує задуматися кожного з учасників щодо виконуваної ним ролі, що є спонукальною причиною активізації усвідомленої регуляції його поведінки;

- звернення до учасників натовпу з відповідним закликком з проголошенням конкретних прізвищ, імен, по батькові, найбільш поширених в цій місцевості. При цьому на названих учасників натовпу (збіг імен, прізвищ) діє той же механізм усвідомлення своєї ролі і регуляції поведінки, який був описаний раніше;

- застосування заходів щодо зменшення комунікаційних можливостей (перервати гучний зв'язок), захоплення та ізоляції лідерів натовпу. Якщо через якусь випадковість лідер не може впливати на присутніх або зникає, але не замінюється негайно іншим, натовп знову атомізується і тому стає нестійким. У цьому випадку простіше здійснювати заходи щодо розсіюванню натовпу.

7.5.1. Тактика роботи з агресивним натовпом

Найефективніший вихід не допускати виникнення агресивної юрби. Для цього потрібно не допускати формування або вчасно усунути довготривалі передумови, що народжують у людей почуття соціальної незадоволеності, роздратування, протесту, відчаю, економічної незахищеності та ін. Якщо відбуваються якісь події, які можуть ініціювати появу агресивної юрби або натовп спонтанно починає збиратися, то необхідно вживати термінових заходів. Ці заходи повинні бути спрямовані на недопущення концентрації великої кількості людей в одному місці і мати інформаційний або організаційний характер. Зокрема, можливо, хоча б тимчасово, ізолювати від людей лідерів і підбурювачів, наприклад, шляхом залучення їх до участі в переговорах з владою і залучити людей, які могли б позитивно впливати на натовп.

Однак якщо агресивний натовп все ж зібрався, корисні наступні рекомендації:

- без крайньої необхідності не вживати ніяких заходів силового впливу на юрбу, ні в якому разі не намагатися деформувати її або витіснити із займаного місця, не створювати умови для виникнення тисняви, а тим більше паніки;
- обмежити підходи до натовпу, тим самим не допускаючи його поповнення, зтягувати переговори (працює проти натовпу), під час яких люди втомлюються і їхня активність знижується;
- оскільки для учасників натовпу характерна імпульсивність поведінки, необхідно будь-яким способом знизити їх емоційне напруження, не відповідати на образи, проявляти самоконтроль і т. п.;
- будь-які розмови з учасниками агресивної юрби є зайвими, оскільки логічні твердження в цій ситуації не діють в силу переважання у них емоцій і, як наслідок, «маскування» інтелекту (адекватною реакцією може бути фраза: «ми виконуємо наказ»);
- без гострої необхідності близько не підпускати до себе людей;
- весь час інформувати людей (через установки підсилення гучності мовлення) про відповідальність за протиправні вчинки, про шляхи виходу з натовпу, про заходи щодо ліквідації причин, за якими зібрався натовп;
- не слід заважати виходу людей з натовпу, цей вихід потрібно здійснювати тільки через коридори, в яких організовані спеціальні фільтраційні пункти;
- слід запропонувати людям виділити зі свого середовища групу довірених осіб для ведення переговорів про усунення причин ситуації, що склалася;
- для спілкування з натовпом і ведення переговорів необхідно використовувати спеціально підготовлених людей, особистісні якості яких дозволяють їм здійснювати діяльність в стресових ситуаціях, бути товариськими, винахідливими, здатними приймати оперативні рішення за дефіциту часу та інформації;
- у разі проведення переговорів, їх слід вести безперервно, постійно прагнучи до зняття додаткових вимог.

7.5.2. Облік структури натовпу

При здійсненні спроб управління натовпом необхідно враховувати його структуру, де, як правило, є ядро і периферійна область. Масивність натовпу викликає відчуття анонімності і безкарності її учасників та посилює активність ядра. Тому доцільно перенаправити зусилля з ліквідації натовпу на його периферію, увага якої легше переключається.

В цьому випадку можна застосувати різноманітні прийоми переключення уваги присутніх людей. Тут придатні гучна трансляція футбольного матчу або будь-якого іншого спортивної події, виступи популярних артистів, дешевий розпродаж різноманітних товарів або навіть невелика автомобільна аварія. У такий спосіб увага значної периферійної частини натовпу відволікається, що позбавляє ядро потрібного йому емоційного підживлення.

Для роботи з ядром застосовуються інші підходи. Вони спрямовані на впровадження всередину ядра кількох людей, які імітують сильний переляк і розпускають чутки про можливий силовий вплив на натовп. Такі дії можуть різко зменшити агресивні настрої і навіть викликати паніку. Ще одним прийомом є переключення уваги агресивної юрби на інший об'єкт, коли натовп з агресивного перетворюється, зокрема, на корисливий. Іноді навіть випадкова подія, наприклад сильна злива, може призвести до непередбачуваних наслідків, викликати паніку і, як наслідок, викликати трагічні результати.

7.5.3. Звукові впливи

Ще один прийом впливу на юрбу пов'язаний із застосуванням ритмічної музики. Тут використовується відомий ефект впливу ритму на людську свідомість, коли за його допомогою вдається якоюсь мірою синхронізувати дії присутніх, відвернути їхню увагу від домінуючої у натовпі ідеї. Під впливом гучних ритмічних звуків люди мимоволі починають рухатися в такт, і натовп з агресивного перетворюється на екстатичний, коли енергія гніву перетворюється на танець. Вважається, що після того, як натовп був синхронізований ритмом, його можна утримувати в екстатичному стані досить довго і в цьому випадку можна виграти час для подальших дій.

7.5.4. Деанонімізація учасників натовпу

У натовпі людина втрачає почуття індивідуальності, відчуває себе вільним від відповідальності, що накладаються правилами нормативної поведінки. Заразливе відчуття вседозволеності і безкарності становить важливу умову поведінки натовпу. Ця ситуація руйнується прийомами деанонімізації, сенс яких полягає в авторизації кожного з присутніх. Деанонімізація досягається застосуванням безпечних засобів. Наприклад, на дахах навколишніх будинків та інших височинах розміщують добре помітні камери стеження з подальшим інформуванням про їхню присутність учасників масових актів. Можлива також наявність серед присутніх мобільних груп телерепортерів і т. п. Демонстративні дії останніх також сприяють поверненню ідентичності учасникам натовпу і зниження колективного ефекту безкарності.

7.5.5. Превентивні методи боротьби з панікою

Паніка може виникнути тоді, коли ситуація, що виникла є незвичайною і несподіваною, невідомі способи подолання виниклої чи уявної небезпеки, відсутній чіткий план дій і кожен з учасників натовпу відчуває себе пасивним об'єктом подій. Така ситуація, наприклад, може виникнути при високій соціальній напруженості, некомфортних кліматичних умовах та ін. Але, при наявності інформації про те, що відбувається і програми дій людина відчуває себе активним суб'єктом і ситуація радикально трансформується. Формується інша домінанта, увага перемикається зі страху, незадоволеності й невпевненості на вирішення конкретного предметного завдання. В результаті страх залишає людину.

Існує кілька прийомів боротьби з панікою, найбільш популярними з яких наступні:

1. Особливо ірраціональні реакції виникають у людей, які вживали алкогольні напої, наркотики. Тому доцільно перешкоджати проникненню в натовп як нетверезих людей, так і поширення там алкогольних напоїв;

2. Для запобігання розвитку паніки рекомендується своєчасне інформування людей про можливі небезпеки і наявних способах їх подолання. При небезпеці виникнення і на ранній стадії розвитку паніки може бути дуже ефективно використаний гумор. Своєчасний жарт, особливо озвучений популярною людиною сприяє зняттю панічної напруги і може вирішальним чином змінити настрій натовпу;

3. Розділення натовпу може викликати відчуття безпорадності в її учасників, розвинути у них панічні настрої. Для подолання цього ефекту необхідно посилити охорону по периметру натовпу. Добре відомим прийомом є зчіпка ліктями групи охорони і рядів в масі людей. У цьому випадку, у учасників натовпу виникає відчуття фізичної єдності, що підвищує їх стійкість до стресу;

4. Як було зазначено раніше, ритмічний звук перешкоджає трансформації експресивного натовпу в панічний. Тому можна застосувати добре зарекомендований прийом колективного співу відомої всім ритмічної пісні. При цьому бажана наявність відповідної музики і підсилюючий звук динаміків, але й за відсутності їх такий прийом має витверезну дію. Потрібно мати на увазі, що якщо для попередження масової агресії застосовуються швидкі ритми, то обставиною для протидії паніці служить більш повільний розмірений ритм маршу або гімну. Дія такого ритму може зіграти позитивну роль і після початку паніки;

5. У рідкісних випадках можна застосувати більш шоківий вплив. Наприклад, вказівки, зроблені гучним і рішучим голосом, крик, постріл в закритому приміщенні. Все це здатне викликати хвилинну розгубленість, коли люди стають доступні для організуючого впливу.

7.5.6. Управління рухом натовпу

Для реалізації упорядкованого руху натовпу необхідно організувати інформування його учасників про маршрут руху, можливі перешкоди і затримки. Цілком перспективне застосування для завдання ритму руху натовпу або емоційної напруги його учасників методом музичного вербального (пісня) і невербального (музика, барабанний бій і ін.) впливу.

Ліквідація натовпу може бути досягнута шляхом зниження його щільності. Ідеальним рішенням завдання елімінування натовпу, що рухається є його розділення в процесі руху. Найкращим вирішенням цього завдання є «розпушення» натовпу по радіусах від його геометричного центру. Однак в сучасній практиці рух великих мас людей, як правило, здійснюється в умовах обмеження по флангах. Для такого натовпу є кілька способів зниження його щільності:

- використання огорожень і конструкцій, що мають змінну ширину проходів, поздовжніх направляючих огорож змінного профілю і інших об'єктів (або суб'єктів), що розділяють;

- використання введеного ззовні додаткового лідера – провокатора (або декількох лідерів), який поведе частину натовпу за собою або, принаймні, відверне певну частину присутніх від напрямку упорядкованого руху. Цей прийом особливо ефективний, якщо натовп не обмежений по флангах.

7.5.7. Деманіпуляційні дії

Розроблені індивідуальні рекомендації для зниження ефекту від впливу на учасників натовпу маніпуляторів.

Скорочення контактів. Оскільки повідомлення маніпулятора діють в потрібному йому напрямку незалежно від нашого ставлення до них треба менше бувати в зоні контакту з ним. Потрібна інформація, так чи інакше, нас досягне.

Відхід від «захоплення». Важливим фактором, що сприяє маніпуляції, є своєрідне «захоплення» аудиторії, формування одностумця. Тому будь-який спосіб порушення або створення труднощів маніпуляції корисний. Виділяють кілька таких способів:

1. Якщо «захоплення» ще не здійснилося і людина відсторонено спостерігає за зусиллями маніпулятора, йому можна успішно чинити опір. Тоді і наступні старання маніпулятора пропадають;

2. Ефективний прийом – переривання контакту, або більш радикальний – покидання місця на деякий час. Вплив маніпулятора знижується і його подальші старання здаються навіть дивовижними;

3. Одним з корисних підвидів переривання контакту є переривання нитки переконань питаннями, які різко порушують сценарій маніпуляції. Поставлене запитання змушує маніпулятора переходити до іншої думки, не завершивши «приєднання» аудиторії і, отже, не позбавивши її здатності критично реагувати на повідомлення. У тому випадку, коли маніпулятору доведеться ігнорувати питання, це може викликати недовіру і зміцнить психологічний захист. Навіть дуже спритного маніпулятора спантеличує нетямущий чоловік, що часто перепитує.

Зміна темпу впливу. Маніпулятор досягає успіху, коли він обганяє процес мобілізації психологічних захистів аудиторії, часто повідомляє строкову та сенсаційну інформацію. Тому для реалізації програми маніпуляції дуже важливий прискорений темп видачі повідомлень. Для попередження ефективної дії маніпулятивних технологій необхідно збити нав'язуваний ритм, усунути можливість появи своєрідного резонансу мислення. Доцільно перервати контакт, дати «сирим» думкам, почуттям і враженням «відлежатися», відразу відхилити нагнітаючу обстановку помилкової, штучно створеної терміновості. У процесі маніпуляції потрібно нав'язувати рваний і в'язкий ритм. Стійкість проти маніпуляції в великій мірі надає певне (помилкове або істинне) «тугодумство».

Відсіювання шуму. Перешкодостійкість є важливою якістю людини, що сприяє запобіганню його свідомості від маніпуляційних впливів. Справа в тому, що інформаційний шум заважає зосередитися на розв'язуваній проблемі. У цьому випадку людина часто змушена використовувати трактування, підсунуте їй маніпулятором. Таким чином, стійкість проти маніпуляції знижується, якщо одночасно з повідомленням, яке вселяє якусь ідею, на свідомість людини додатково впливають «перешкодою». Тому ефективним засобом запобігання маніпуляцій є зниження рівня інформаційного шуму (найкраще до повного його виключення) для обмірковування потрібного повідомлення.

Непередбачуваність. Маніпулювати свідомістю людини легше, якщо зрозумілі його реакції на ті чи інші події, якщо його мислення притримується чіткому і жорсткому алгоритму, тобто, відома відповідь на застосування кожного маніпулятивного прийому. Тому ефективним способом відходу від впливу маніпулятора є створення штучної непередбачуваності реакцій, коли мислення слідує незвичній логіці, призводить до парадоксальних висновків, невідомі джерела інформації і способи її переробки, іррегулярний темп взаємодії і т. д. Разом з цим доцільне застосування прийому свідомого затримування або взагалі блокуванню автоматичних, стереотипних реакцій.

Відключення емоцій. Для успішного маніпулювання часто використовують інтенсивно забарвлені емоціями образи, в яких формується абстрактний або спеціально призначений ворог. Це дозволяє переключити увагу на інший об'єкт, каналізувати емоції в потрібному напрямку. Боротьба з цим прийомом маніпулювання може зводитися до наступного:

1. У разі прояву сильного емоційного тиску в будь-якому напрямку слід постаратися свідомо приглушити сформовані маніпулятором почуття, відволіктися від нав'язуваної думки, сприймати висунуті ідеї безпристрасно. Тільки після цього слід критично обміркувати запропоновану ідею і прийняти рішення «на холодну голову», не спираючись на підказки;

2. Доцільно провести уявний експеримент – підставити замість «ворога» іншого суб'єкта, не такого одіозного або привабливого. Якщо при цьому сформоване маніпулятором почуття не зберігається, значить, з проблемою воно не пов'язане, а викликано з метою маніпуляції.

Діалогічність мислення. Монолог маніпулятора завжди спрямований на концентрацію уваги слухача в одному напрямку. Безальтернативність ходу мислення в цьому випадку не дозволяє вирватися з пут побудованої маніпулятором павутини. Однак наявність будь-якої альтернативи зменшує силу впливу маніпулятора. В даному контексті генератором такої альтернативи може виступити діалог. Оскільки в натовпі діалог з маніпулятором, найчастіше, неможливий або в силу тих чи інших причин сильно утруднений, може бути використаний уявний діалог. У будь-якому разі не слід приймати на віру жодне з ключових тверджень маніпулятора і кожне з них необхідно супроводжувати питанням або критичним зауваженням. Внаслідок такої дії мислення слухача, напевно, вийде за межі простору, передбаченого маніпулятором та стане для останнього непередбачуваним.

Зміна контекстів. Оскільки один з головних прийомів маніпуляції – помістити проблему в штучно зведений (найчастіше помилковий) контекст, то захисним засобом буде неприйняття запропонованої постановки питання, зміна нав'язуваного контексту на інший, створений незалежно від маніпулятора.

Створення альтернатив. Маніпулятор завжди намагається представити вигідне йому рішення як таке, що не має альтернативи, оскільки будь-яка альтернатива активізує відповідні роздуми, міркування, які значно ускладнюють навіювання. Протидію маніпуляції слід будувати на основі, висловлювання різних сумнівів, створення альтернативних варіантів вирішення проблеми і т. п.

Включення здорового глузду. Ще один прийом протидії маніпулятивним впливам полягає в тому, що з усього потоку міркувань слід виділити головну думку. Потім необхідно подумати: чи відповідає здоровому глузду те рішення проблеми, яке пропонує оратор. Найчастіше це сприяє протверезінню слухача, оскільки сам би він, так як йому пропонують, не надійшов.

Включення пам'яті, проєкція в майбутнє. Минулий досвід (не тільки свій, а й досвід історичний) і прогноз майбутніх подій є основою психологічного захисту проти маніпуляції. Маніпулятори застосовують цілий ряд психологічних технологій, щоб помістити слухачів в «вічне сьогодні», нав'язати їм своєрідний, замкнутий час подій, що відбуваються. Подолання цієї «спокуси» лежить в площині тверезого осмислення ситуації на основі використання «пам'яті предків» і аналізу її передбачуваних наслідків.

Зміна мови. Нарешті, одна з найважливіших позицій захисту від маніпуляції – це відмова від термінів, понять, мови, на якому маніпулятор формулює проблему. Необхідно викласти те ж саме, але іншими словами, що відбивають ясні для більшості образи і, уникаючи ідеологічного забарвлення.

7.5.8. Боротьба з чутками

Оскільки чутки в значній мірі сприяють маніпулюванню присутніх, необхідно сприяти організації спеціального «стійкого до пліток» середовища, яке характеризується:

- високою оперативністю та систематичністю надходження офіційних повідомлень;
- високою вірогідністю вхідних повідомлень;
- регулярним і добре налагодженим зворотнім зв'язком між джерелом інформації та аудиторією для своєчасного (а, по можливості, випереджаючого) реагування на зміни в динаміці циркуляції інформації, оскільки слух, що циркулює створює психічну інерцію в сприйнятті нової інформації, тобто наступні відомості переломлюються крізь призму попередніх;
- організацією оптимального емоційного фону у присутніх шляхом розподілу ролей і функцій відповідно до їх індивідуальних здібностей та прагнень, а також виключення ситуацій при незадоволеності наявним особистісним статусом.

На завершення слід зазначити, що боротьба зі слухом не тотожна його прямому чи непрямому спростуванню. У деяких ситуаціях найкращим способом елімінації слуху є його підтвердження, але без нашарувань, що утворилися, і спотворень. Тим самим можна взяти ситуацію під контроль.

7.5.9. Індивідуальна тактика поведінки в натовпі

Виділяють кілька простих рекомендацій для людей, що потрапили в натовп і бажають з нього вибратися:

- не йдіть проти натовпу;
- при необхідності перетнути натовп – перетинайте його по дотичній або по діагоналі, співвідносячи свою швидкість зі швидкістю людей, що рухаються;
- не дивіться прямо в очі людям натовпу, але й не рухайтесь, опустивши очі в землю, – найправильнішим буде погляд, спрямований трохи нижче особи з включенням периферійного зору, що дозволить вам відслідковувати всю ситуацію в цілому, не фіксуючи на окремих деталях.

І ще деякі правила поведінки в натовпі:

не лізь в натовп безкоштовно, тобто коли не знаходишся на роботі та не виконуєш завдання (в загальному: не лізь даремно, тримайся від натовпу подалі);

проникаючи в натовп, думай, як будеш з нього вибиратися. Опинившись в натовпі випадково, уяви, що знаходишся на роботі. Тобто зосередься, не втрачай голову і не піддавайся емоційним поривам.

ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Ідентифікація поняття "натовп". Характерні ознаки і типи натовпу.
2. Психологічні особливості формування поведінки індивідуума в натовпі.
3. Особливості формування поведінки натовпу. Лідер і натовп.
4. Методи дослідження поведінки натовпу. Метод імітаційного моделювання функціонування натовпу.
5. Структура натовпу.
6. Теорія "збудливих середовищ" як адекватний підхід до моделювання поведінки натовпу.
7. Взаємозв'язок між тривалим знаходженням в натовпі і здоров'ям людини.
8. Методи контролю над поведінкою натовпу. Тактика роботи з агресивним натовпом. Облік структури натовпу. Звукові дії. Деанонимизація учасників натовпу. Превентивні методи боротьби з панікою. Управління рухом натовпу.
9. Деманіпуляційні дії. Боротьба з чутками. Індивідуальна тактика поведінки в натовпі.
10. Психологічні засоби маніпулювання і способи їх послаблення

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДІЛУ 7

1. Информационно-психологическое противоборство: учебник / [Петрик В. М., Присяжнюк Н. Н., Жарков Я. Н. и др.]; под ред. В. М. Петрика. — К.: Изд-во ИССЗИ КПИ им. Игоря Сикорского, 2018. — 374 с.
2. Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации: учеб. пособ. / [Петрик В. М., Остроухов В. В., Штоквиш А. А. и др.]; под ред. В. В. Остроухова. — К., 2008. — 544 с.
3. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти): підручник / [Петрик В. М., Остроухов В. В., Присяжнюк М. М. та ін.]; за ред. Є. Д. Скулиша. — К., 2010. — 776 с.
4. Кальниш В. В. Моделирование поведения толпы / В. В. Кальниш, В. М. Петрик // Практична психологія та соціальна робота. — 2009. — № 4. — С. 16-25.
5. Кальниш В. В. Формування соціально-політичної поведінки великих груп населення (інформаційно-комунікаційні аспекти) / [Кальниш В. В., Кальниш Ю. Г., Недюха М. П., Усаченко Л. М.]. — Хмельницький: ПП Мельник А. А., 2009. — 234 с.
6. Кара-Мурза С.Г. Правда про «помаранчеву революцію». — К.: Оріяни, 2007. — 128 с.

РОЗДІЛ 8. ЗАСОБИ ТА МЕТОДИ СОЦІАЛЬНОЇ ІНЖЕНЕРІЇ

8.1. Людський фактор як вразливість інформаційної безпеки

Соціальна інженерія – це метод несанкціонованого доступу до захищених інформаційних ресурсів, який базується на способах впливу на людську психологію. Даний метод поєднує в собі як глибокі знання у сфері інформаційних технологій, так і неабиякі навички та знання з соціології та психології.

Людину, яка використовує у своїй діяльності методи соціальної інженерії, можна назвати соціальним інженером.

На наш погляд, **соціальний інженер** – фахівець широкого профілю, який зазвичай володіє нестандартним способом мислення, гнучким розумом, використовує обман, психологічний вплив, переконання, хороші манери в спілкуванні, позитивні та негативні якості людини для того, щоб змусити людину робити справи, які вони не робили б зазвичай для незнайомої людини.

В ідеалі соціальний інженер – фахівець широкого профілю, який зазвичай є порушником інформаційної безпеки, вміє психологічно впливати на людину, навчений збирати необхідну інформацію будь-якими способами, найбільш корисно використовувати цю інформацію та має глибокі знання з інформаційної безпеки, в області інформаційних технологій, комп'ютерних систем та мереж.

Соціальний інженер експлуатує людський фактор, впливом на який він і займається для отримання необхідної йому інформації. Охарактеризуємо людський фактор.

Людський фактор (англ. Humanfactor) – історично сформована в суспільстві сукупність основних соціальних якостей людей:

- ціннісні орієнтири;
- моральні принципи;
- норми поведінки в сфері праці, дозвілля, споживання;
- життєві плани;
- рівень знань та інформованості;
- характер трудових і соціальних навичок;
- установки і уявлення про особистісно-значущі елементи соціального життя: про соціальну справедливість, про права і свободи людини, про громадянський обов'язок і т.д.

Інше, часто застосовуване визначення людського фактора свідчить, що це стійкий вираз, яким позначають психічні здібності людини як потенційне і актуальне джерело (причину) інформаційних проблем (колізій) при використанні цією людиною сучасних технологій.

Далі, говорячи про соціальну інженерію, ми маємо на увазі маніпулювання людиною або групою людей з метою злову систем безпеки і викрадення важливої інформації. В такому випадку соціальний інженер – це

зловмисник (шахрай), що здійснює атаку на людину, яка є частиною системи «людина-комп'ютер».

Сучасні технічні засоби захисту інформації досягли рівня, коли на злом витрачається багато часу, або ціна захищеної інформації на багато менша витрат на її добування. Вся соціальна інженерія ґрунтується на:

- слабкій безпеці (candysecurity) – термін, введений Белловін і Чесвіком з BellLabs для опису сценарію безпеки, де зовнішня межа, така як брандмауер, міцна, але інфраструктура, розташована за ним, слабка;
- згідно з вітчизняними і зарубіжними джерелами близько 70% (а за деякими джерелами ця цифра ще вище) всіх порушень, пов'язаних з безпекою інформації, відбуваються саме співробітниками підприємства (рис. 1).



Рис. 1. Загрози інформаційної безпеки у відсотках

Проаналізувавши діаграму, мимоволі виникає питання: «Чому співробітник є найбільшим джерелом загроз?» Можна виділити **5 причин** цього факту:

- при порушеннях, викликаних безвідповідальністю, співробітник цілеспрямовано або випадково виробляє будь-які дії щодо компрометації інформації, пов'язані зі злим умислом;
- буває, що співробітник підприємства заради самоствердження (для себе або колег) затіває свого роду гру «користувач – проти системи». І хоча наміри можуть бути нешкідливими, буде порушена сама практика безпеки. Такий вид порушень називається зондуванням системи;
- порушення може бути викликано і корисливим інтересом. У цьому випадку співробітник буде намагатися цілеспрямовано подолати систему захисту для доступу до інформації, що зберігається, переробляється і оброблюється на підприємстві;

- відома практика переманювання фахівців, так як це дозволяє послабити конкурента і додатково отримати інформацію про підприємство. Таким чином, не забезпечивши закріплення осіб, обізнаних в секретах, неможливо в повній мірі зберегти секрети підприємства. Питанням попередження плинності кадрів в закордонних фірмах приділяють велику увагу. Представники японської адміністрації розглядають компанію як сукупність різних ресурсів. При цьому люди стоять на першому місці, тому що саме вони втілюють технологію і в них, в першу чергу, полягає конкурентоспроможна сила фірми. Тобто плинність кадрів – четверта причина;

- фахівець, який працює з конфіденційною інформацією, відчуває негативне психічний вплив, обумовлений специфікою цієї діяльності. Оскільки збереження чого-небудь в таємниці суперечить людській потребі в спілкуванні шляхом обміну інформацією, співробітник постійно боїться можливої загрози втрати документів, що містять секрети. Виконуючи вимоги режиму секретності, співробітник змушений діяти в рамках обмеження своєї свободи, що може привести до стресів і психологічних зривів.

Виділяють кілька **основних правил, якими користуються соціальні інженери**, які не дуже сильно змінюються з часом і завжди ефективні:

- дуже багато людей дивляться на зовнішню атрибутику не звертаючи уваги на суть, тобто манера поведінки, зовнішній вигляд, як себе позиціонує людина і т.д. Необхідно в собі розвивати навички хорошого актора, що гарантує 50% успіху будь-якої задумки, а якщо сюди додати навички психології, тоді це 100% соціальний зломщик;

- більшість людей негативно залежні від свого почуття власної значущості. Такі люди вразливі для атак. Досить трохи потішити, щоб вони виконали всі побажання. Заздрість взагалі – це корінь усіх інтриг. Олександр Розенбаум каже, що заздрість таке відчуття, яке «з дуже хороших людей робить дуже великих скотів і за дуже короткий час». В організації нескладно розпізнати співробітника схильного до негативної заздрості від почуття власної значущості. Дуже часто, зробивши такому співробітникові справедливе зауваження по роботі, можна побачити реакцію, що властива такому суб'єкту, який не знає, як швидко вирішити ситуацію, а починає наводити аргументи і порівняння. Не варто сподіватися на лояльність до організації з боку такого типу співробітників.

- багато людей хочуть, щоб все хороше, що тільки може з ними в житті статися, сталося якомога швидше і бажано з мінімальними зусиллями з їх боку (наприклад, маси ошуканих вкладників МММ, бажаних за невеликі гроші отримати значний добробут).

- багато людей – це істоти, жадібні до грошей. Приклад – «листи щастя», в яких йдеться про те, що, перерахувавши 30-50 гривень на цей рахунок, можливо отримати через тиждень в 10 разів більше.

Іншими словами, соціальна інженерія – це майже завжди гра на людських пороках і слабостях. Про психологічну складову більш докладно розмова піде далі.

8.2. Головні вектори нападу при проведенні атак за допомогою методів соціальної інженерії

Методи соціальної інженерії достатньо різноманітні і проведені дослідження дозволяють стверджувати про їх ефективність з кожного вектору нападу. Розрізняють наступні **головні вектори нападу, які використовуються при проведенні атак за допомогою соціальної інженерії:**

- он-лайн (інтерактивно);
- телефон;
- аналіз сміття;
- фізичні підходи;
- особисті підходи;
- реверсивна соціальна інженерія.

На рис.2 показана структурна схема векторів нападу при проведенні атак методами соціальної інженерії. Проте, крім цього необхідно також знати мету нападу, розуміти, що хочуть одержати. Розуміти, що мета отримання інформації заснована на все тих же потребах, які управляють всіма нами: гроші, соціальне становище і самоствердження. Розглянемо послідовно особливості кожного з векторів нападу.

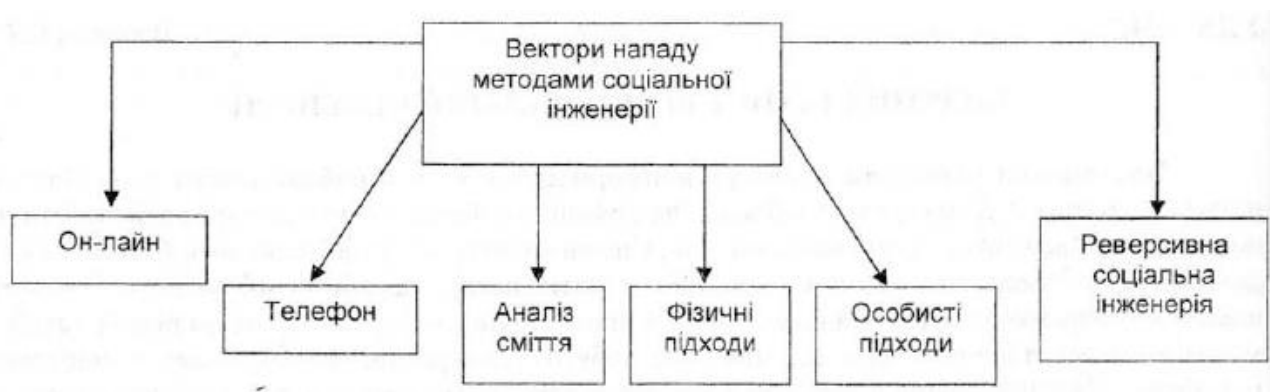


Рис. 2. Вектори нападу при проведенні атак методами соціальної інженерії

Мережеві (он-лайн) погрози. У нашому все більш і більш пов'язаному діловому світі, персонал часто використовує інформацію і відповідає на запити, які одержує за допомогою електроніки зсередини і ззовні компанії. Таке забезпечення зв'язку дає можливість хакерам підійти до вашого персоналу, використовуючи відносну анонімність мережі Internet (рис. 3).

Використання електронної пошти як інструменту соціальної інженерії стало звичайним за минуле десятиліття. Багато співробітників одержують десятки або сотні електронних листів щодня і від ділових, і від приватних кореспондентів. Об'єм електронної пошти може заважати приділяти ретельну увагу до кожного повідомлення.



Рис 3. Вектори нападу методами соціальної інженерії при використанні мережі Інтернет

Фішинг (Phishing) – це використання електронної пошти для отримання персональної інформації від користувача. Хакери посилають поштові повідомлення, які, здається, виходять з «правильних» організацій – банків або компаній партнерів.

Кожен phishing-лист маскується під запит про призначену для користувача інформацію, який нібито повинен полегшити користувачу встановити оновлення або забезпечити додаткове обслуговування.

Новий вигляд phishing-атак – spear-phishing. Це вузько направлені координовані атаки на організацію або конкретного користувача з метою отримання критично важливих даних.

В даному випадку хакер здійснює правдоподібніший обман, максимально наближаючись до цільової групи і використовуючи для маскування внутрішню інформацію компанії. Цей підхід набагато складніший, тому що в даному випадку хакеру необхідна внутрішня інформація компанії.

Спливаючі додатки і діалогові вікна. Помилково припускати, що персонал використовує доступ компанії до Internet тільки для службових потреб. Такі дії персоналу можуть принести службовцям небезпеку контакту з хакерами, що використовують соціальну інженерію.

Для того, щоб спокусити користувача натиснути кнопку в діалоговому вікні, потрібно прислати користувачу попередження про проблему, яке виглядає як відображення реалістичної операційної системи або прикладного повідомлення про помилки, або пропозиція додаткових послуг, наприклад, безкоштовне завантаження, яке нібито примусить комп'ютер користувача працювати швидше.

Системи миттєвої передачі повідомлень. Миттєва передача повідомлень – відносно нове середовище зв'язку, яка вже встигло одержати широку популярність як діловий інструмент. Безпосередність і доброзичливий інтерфейс роблять його «багатим мисливським угіддям» для різноманітних технік нападів, що використовують соціальну інженерію, тому що користувачі розцінюють дану службу як телефонний зв'язок і не пов'язують її з потенційними погрозами ПЗ.

Погрози при використанні телефонного зв'язку. Телефон пропонує унікальний спосіб нападу для хакерів. Це – знайоме середовище, проте воно також знеособлює того, хто дзвонить, тому що адресат не може бачити соціального інженера.

Є **три головних типи атак** соціальних інженерів, що нападають на офісні АТС, під час яких вони:

- просять інформацію, імітуючи законного користувача, щоб або звернутися до телефонної системи безпосередньо або дістати видалений доступ до комп'ютерних систем;
- дістають доступ до «вільного» використання телефону;
- дістають доступ до системи комунікацій.

Запити про інформацію або доступ по телефону – відносно вільна від ризику форма нападу. Якщо адресат стає підозрілим або відмовляється виконувати запит, хакер може просто покласти трубку. Але такі напади складніші, ніж атака хакера, що просто дзвонить в компанію і просить призначений для користувача ідентифікатор і пароль. Хакер, звичайно, пропонує сценарій, просячи або пропонуючи довідку, перш ніж майже машинально забувається запит про особисту або ділову інформацію.

Аналіз сміття – цінна діяльність для соціальних інженерів. Ділові паперові відходи можуть містити інформацію, яка має безпосередню вигоду для соціального інженера (наприклад номери рахунків і призначених для користувача ідентифікаторів), або можуть стати основною інформацією, наприклад, телефонний довідник організації або списки співробітників. Цей тип інформації є безцінним для соціального інженера, тому що це допомагає йому здаватися вірогідним співробітником компанії під час атаки.

Ще корисніші електронні носії, якщо в компанії немає правил управління відходами, які включають позбавлення від несправних використаних носіїв. На викинутих жорстких дисках, компакт-дисках та інших цифрових носіях можна знайти всі види інформації. В цьому випадку політика безпеки компанії повинна включати положення про управління життєвим циклом носіїв, включаючи процедури руйнування або стирання.

Особисті підходи. Для соціального інженера найпростіший і найдешевший шлях отримання інформації – це попросити про це безпосередньо. Цей підхід може здаватися грубим і очевидним, але це є основою шахрайства з незапам'ятних часів. Існує чотири різновиди такого підходу, які показані на рис. 4.

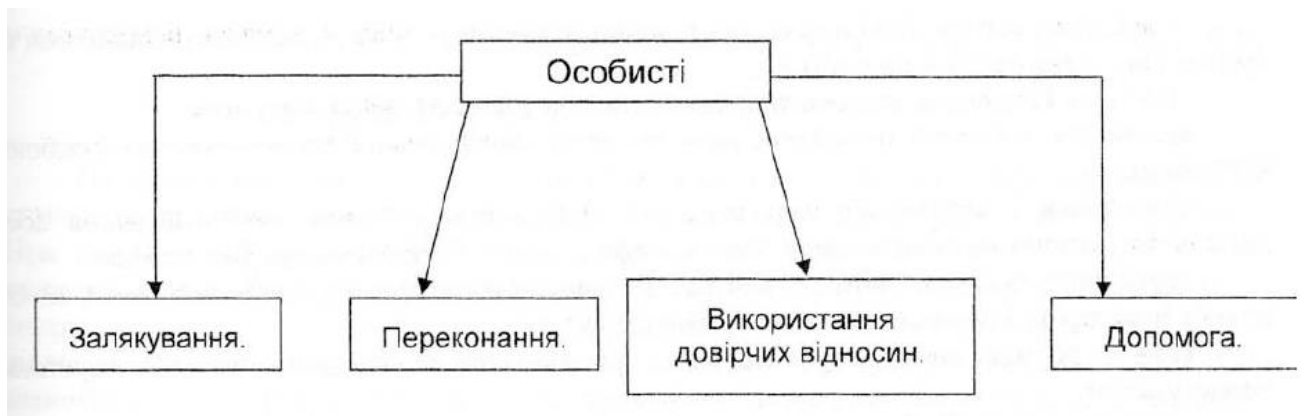


Рис 4. Різновиди особистих підходів при здобуванні інформації

Безперечна довіра – одна з цілей соціального інженера. Захист проти нападу заякування – це розвиток культури «відсутності страху із-за помилки» в межах організації. Якщо нормальна поведінка – ввічливість, то успіх заякування зменшується.

Переконання завжди було важливим людським методом досягнення особистих цілей. Створена вами атмосфера порозуміння в компанії і політика паролів – ваш кращий захист.

Фізичні підходи. Менш поширений, але ефективніший для соціального інженера підхід – це прямий, особистий контакт з адресатом. Тільки найпідозріліший службовець буде сумніватися в законності того, хто представляється і просить або пропонує допомогу в використанні комп'ютерної системи. Хоч ці підходи мають набагато більші ризики для злочинця, проте переваги очевидні.

Зростання використання мобільних технологій, які дають можливість користувачам приєднатися до корпоративних мереж, коли вони знаходяться в дорозі або вдома, є іншою головною загрозою ІТ-ресурсам компанії. Можливі напади включають як найпростіші напади, так і складніші.

Реверсивна соціальна інженерія описує ситуацію, в якій адресат або адресати пропонують хакеру інформацію, яку вони хочуть продати. Такий сценарій може здаватися маловірогідним, але користувачі, що володіють відповідними технічними або соціальними повноваженнями, часто одержують особисту інформацію інших користувачів (ідентифікатори і паролі), тому вони можуть потрапити під підозру.

8.3. Характеристика основних методів соціальної інженерії

Засоби і методи соціального інженера спрямовані на такі якості людської природи:

- відчуття авторитетності;
- відчуття спорідненості;
- взаємодопомога;
- відчуття відповідальності;
- соціальна приналежність до групи;

- відчуття терміновості.

Соціальний інженер зазвичай чітко розуміє, як можна скористатись людською природою. Вище зазначені 6 основних прийомів, які є водночас шістьма рисами людської природи, які найбільш часто і успішно застосовуються соціальними інженерами в спробах ким-небудь маніпулювати. Далі пояснимо їх більш детально.

Авторитетність. Людям властиве бажання прислужитись людині з більшим авторитетом. Спосіб полягає у запевненні людини в тому, що той, хто запитує, – має владу або право задавати дане питання чи щось просити.

Відчуття спорідненості. Люди мають звичку довіряти людині, яка має схожі інтереси, погляди, думки, або біди та проблеми. Спосіб має на меті переконати людину в тому, що той, хто звертається, має схожість з нею в чому-небудь, щоб викликати до себе ще більшу довіру.

Взаємодопомога. Людина може машинально відповісти на питання, коли отримує щось натомість. Подарунком може бути і матеріальна річ, і порада, і допомога. Коли хтось робить щось для нас, ми відчуваємо бажання віддячити. Це дуже потужна риса людської природи і проявляється вона тоді, коли той, хто отримав подарунок, не очікував або не просив цього. Спосіб полягає у запевненні людини, що їй намагаються допомогти або зробити послугу.

Відповідальність. Люди мають звичку виконувати обіцянки і обов'язки. Пообіцявши, ми зробимо все, тому що не хочемо здаватися такими, що не заслуговують довіри. Людина буде намагатись подолати будь-які перепони для того, щоб здержати слово або втілити обов'язок. Соціальний інженер намагається запевнити жертву, що певне прохання є професійним обов'язком жертви.

Соціальна приналежність до групи. Людям властиво не виділятися в своїй соціальній групі. Дії інших являються гарантом істинності в питанні поведінки. Інакше кажучи, якщо так роблять інші, то людина вважає, що і їй потрібно так робити. Спосіб полягає в тому, що людину можна запевнити в приналежності до команди і викликати в неї відчуття «гри в команді».

Відчуття терміновості. Люди дуже часто губляться і стають неуважні, коли існує відчуття поспіху, коли часу на щось залишається дуже мало, і це вибиває людину з її звичної зони комфорту. Спосіб має на меті ввести людину в такий стан.

Найпоширеніші дії соціального інженера – це запити надання певної інформації:

- будь-які паролі, авторизаційні ключі, кодові слова, пін-коди, секретні відповіді тощо;
- дані про структуру організації, наявність та назви відділів і підрозділів, їх внутрішню організацію, склад персоналу інформацію про співробітників: посади, імена, обов'язки тощо;
- внутрішні телефонні номери співробітників, факси, номери керівників, номери внутрішніх офісів, відділів, службові та технічні номери тощо;

- інформацію про комп'ютерні системи, мережі, алгоритми обробки та передачі інформації, назви, версії, модифікації операційних систем, СУБД, ПЗ, назви служб, мережеві імена серверів та комп'ютерів, IP-адреси, способи і реквізити віддаленого доступу тощо;

- особисту інформацію: особисті телефонні номери (домашні або мобільні), номери соціального страхування, паспортні дані, адреси, минулі місця роботи, розмір заробітної плати тощо;

- конфіденційну або секретну інформацію про продукти компанії, стратегічні плани, вихідні коди програм, списки клієнтів, співробітників, партнерів, секрети бізнесу та торгівлі, інтелектуальну власність тощо.

Запити на виконання певних дій:

- відкрити додаток до листа;
- змінити пароль;
- передати інформацію будь-яким способом;
- ввести будь-які команди до діалогового вікна операційної системи;
- завантажити, встановити, видалити або відключити будь-яке ПЗ;
- змінити налаштування комп'ютера або мережі.

Корпоративна інформація – це внутрішня інформація будь-якої компанії, фірми або підприємства, яка являє собою всю інформацію про організацію та її діяльність і не призначена для публічного користування, а також частково являється конфіденційною.



Рис. 5. Корпоративна інформація

Корпоративну інформацію згідно з І. А. Єремичевим можна чітко поділити на захищену і мало захищену (Рис. 5).

Захищеною інформацією є конфіденційна, службова та таємна інформація, доступ до якої обмежений юридично положеннями про політику захисту внутрішньої інформації організації, грифами секретності та законодавством держави. До захищеної інформації відноситься інформація про економічну діяльність підприємства, комерційна таємниця, нематеріальні активи, договори, документи тощо.

Мало захищеною є інформація організації, яка може не бути визначена як інформація з обмеженим доступом, або навіть може не класифікуватись в інформаційній політиці організації взагалі. Це інформація про внутрішню структуру організації, назви її відділів, імена їх працівників і керівників, їх обов'язки, особисті контактні дані, інформація про обладнання, яке використовує організація, внутрішня термінологія організації, внутрішні номери телефонів і факсів. Дана інформація зазвичай визнається не зовсім важливою, так як вважається такою, що не може нанести організації якоїсь шкоди або збитку.

Методологія атак соціального інженера. Соціальний інженер для своїх атак зазвичай використовує знання про організацію, які основані саме на мало захищеній інформації про неї.

За допомогою цих знань досить легко можна видати себе, наприклад, за працівника підприємства, для чого може бути достатньо знати його ім'я, номер телефону, відділ, в якому він працює, які обов'язки виконує, до чого має доступ, хто його керівник та достатню для атаки кількість внутрішньої термінології організації. За допомогою цієї інформації можна запевнити обрану жертву в особі іншого працівника організації, що атакуючий є тим, ким намагається себе видати.

8.4. Види атак з використанням соціальної інженерії

Всі види атак поділяються на:

- прями: введення в оману, спам, шантаж, підкуп;
- зворотні.

Введення в оману (обман). Введення в оману – основний «компонент» соціальної інженерії, що включає в себе цілий ряд різноманітних технік: видача себе за іншу особу, відволікання уваги, нагнітання психологічної напруги і т. д. Кінцеві цілі обману так само дуже різноманітні. Нижче розглянемо лише найбільш популярні з них: відбирання ПЗ, отримання несанкціонованого доступу до конфіденційної інформації і відхід від відповідальності шляхом перекладу підозр на сторонню особу.

Безкоштовне придбання програмних продуктів. Розкрадання грошей – це досить ризикований спосіб шахрайства і, в разі невдачі, він може обернутися позбавленням волі на тривалий термін. Тому, багато хто воліє красти не гроші, а їх матеріальне втілення. Припустимо, зловмисникові потрібно певний програмний пакет і/або технічна консультація. Зламати демоверсію або

атакувати локальну мережу фірми розробника? Це може проявитися! Краще, представившись журналістом, попросити один екземпляр програми в обмін на обіцянку розрекламувати її в деякому популярному журналі. Яка фірма не кльоне на таку привабливу перспективу? До того ж разом з продуктом зловмисник отримає і кваліфіковану технічну підтримку безпосередньо від самих розробників, а не дівчат-операторів, які обслуговують пересічних клієнтів.

Відхід від відповідальності. Успішно виконати атаку – означає вирішити лише половину завдання. Зловмиснику ще належить замести за собою сліди – піти від відповідальності і не попастися. А це, до речі, набагато складніше! Тому, досвідчені шахраї, викравши ену суму грошей, без тіні жалю переводять велику її частину на рахунок одного із співробітників фірми, який в принципі підходить на роль викрадача. Причому, це повинна бути жадібний, азартний і розумово обмежена людина, яка, виявивши на своєму рахунку «зайві» гроші, з високим ступенем ймовірності ризикне привласнити добро, яке саме йде до нього в руки, а не побіжить в поліцію. Потім слідує анонімний дзвінок (лист) директору фірми з повідомленням: де слід шукати зниклі гроші і жертві буде надзвичайно важко довести, що вона тут ні при чому, і переконати інших, що її підставили.

Звичайно, шлях грошей (хто саме перевів їх жертві) простежити цілком можливо (особливо, якщо це велика сума), але, по-перше, зловмисник може переводити гроші через підставну особу. А, по-друге, навіть будучи спійманим, він зможе заявити, що він не ватажок, а пішак і взагалі не знав, що гроші крадені. За умови, що зловмисник залишить собі меншу частину награвованого, така легенда буде звучати дуже переконливо. Тому, при «розборі польотів» ні в якому разі не хапайте першого-ліпшого під руку обвинуваченого – в більшості випадків він дійсно ні в чому не винен.

Інший спосіб «переведення стрілок» полягає в психологічній обробці осіб, «схиблених» на наслідуванні хакерам, але хакерами не є. Спочатку їх переконують, що перебування у в'язниці – явище цілком нормальне для хакера, потім демонструють цілу серію ефективних «зломів», чим викликають глибоку повагу до себе. Нарешті, коли «клієнт» готовий, шахрай пропонує йому стати своїм учнем, після чого руками учня здійснює реальний злом. У разі розкриття злочину учень може і не видати свого «наставника» (а при правильній психологічній обробці і не видасть, хоч ріж його на шматки). А, якщо навіть і видасть, слідству буде не так-то легко викрити зловмисника, адже всі попередні атаки – фікція! «Наставник» без великих зусиль зможе представити все це невинної грою. Він просто бавився, не завдаючи нікому ніякої шкоди. А про те, хто керував «учнем» в цій атаці, – не має ні найменшого уявлення.

Несанкціонований доступ. Прийоми розкрадання паролів. Ймовірно, найвідоміший прийом викрадення пароля – це дзвінок жертві від імені адміністратора системи або, навпаки, адміністратору – від імені деякого користувача. Прохання в обох випадках одне, – під яким би то не було приводом повідомити пароль на деякий ресурс. На щастя, актуальність атак

цього типу за останній рік значно зменшилася. Однак не варто тішити себе ілюзіями з приводу своєї захищеності. Вона в більшості випадків уявна. Кращий спосіб вивідати пароль – не питати його. Навпаки, суворо заборонити говорити! Це може виглядати, наприклад, так: «Алло, доброго дня! З Вами проводить роз'яснювальну бесіду експерт з безпеки Вася Пупкін. Чи пам'ятаєте Ви, що ніколи, ні за яких обставин, нікому не повинні повідомляти свій пароль? А пам'ятаєте, що пароль повинен складатися з комбінації букв і цифр? До речі, який він у Вас?». Вражаюче, але багато співробітників, пропускаючи «роз'яснювальну бесіду» повз вуха, називають свій дійсний пароль! Причому, атакуючий в разі провалу нічим не ризикує, тому що питання «який у Вас пароль» можна розуміти двояко – який саме пароль, і який пароль взагалі (довше восьми символів, чи є словниковим словом чи ні і т.д.).

Для низько кваліфікованих користувачів припасена і інша тактика. Про те, що свій пароль розголошувати ні в якому разі не можна, їх, швидше за все, вже попередили. Але сказали їм: де цей пароль зберігається і як його можна обійти? Зловмисник може попросити (а від імені начальника і наказати) виконати деякі, цілком нешкідливі з точки зору жертви дії, наприклад, переслати PWL файл за такою то адресою або створити нового користувача з порожнім паролем (причому, виконуючи по кроках розписані дії, жертва, можливо, навіть не усвідомлює, що вона взагалі робить).

Спам. Спам (англ. Spam) – розсилка комерційної, політичної та іншої реклами або іншого виду повідомлень особам, які не виразили бажання їх отримувати. Легальність масової розсилки деяких видів повідомлень, для яких не потрібна згода одержувачів, може бути закріплена в законодавстві країни. Наприклад, це може стосуватися повідомлень про насування стихійних лих, масової мобілізації громадян і т.п. У загальноприйнятому значенні термін «спам» в українській мові вперше став вживатися стосовно розсилки електронних листів. Незапрошені повідомлення в системах миттєвого обміну повідомленнями (наприклад, ICQ) зветься SPIM (англ. Spamover IM).

Найбільш поширені види спаму.

Реклама. Деякі компанії, що займаються легальним бізнесом, рекламують свої товари чи послуги за допомогою спаму. Вони можуть здійснювати його розсилку самостійно, але частіше замовляють її тим компаніям (або особам), які на цьому спеціалізуються. Привабливість такої реклами полягає в її порівняно низької вартості і (імовірно) обхваті потенційних клієнтів. Така незапрошена реклама може мати і зворотний ефект, викликаючи відторгнення у одержувачів, і навіть може стати синонімом нав'язливої реклами, як це сталося з спамом.

У зв'язку з різким неприйняттям спаму одержувачами і посиленням антиспамового законодавства – частка легальних товарів і послуг в загальному обсязі спаму скорочується.

Існує думка, що, при правильній організації рекламних розсилок, вони дійсно можуть збільшити продажі, не доставляючи одержувачам особливого

занепокоєння. Основними умовами взаємовигідності для одержувача і організатора розсилки є:

- суміщення ролей організатора розсилок і провайдера послуг електронної пошти;
- підвищення якості цільової аудиторії кожного конкретного рекламного листа розсилки;
- попередження клієнтів провайдером про те, що він буде розсилати рекламні листи;
- надання зручних засобів для блокування небажаних листів.

Слід зазначити, що рекламні листи, що розсилаються користувачам за їх згодою, за визначенням не є спамом.

Реклама незаконної продукції. За допомогою спаму часто рекламують продукцію, про яку не можна повідомити іншими способами – наприклад, порнографію, контрафактні (підроблені) товари, лікарські засоби з обмеженнями по обороту, незаконно отриману закриту інформацію (бази даних), контрафактне програмне забезпечення.

Антиреклама. Заборонена законодавством про рекламу інформація – наприклад, ганьбить конкурентів і їхню продукцію, – також може поширюватися за допомогою спаму.

«Нігерійські листи». Іноді спам використовується для того, щоб виманити гроші в одержувача листа. Найбільш поширений спосіб отримав назву «нігерійські листи», тому що велика кількість таких листів приходило з Нігерії. Такий лист містить повідомлення про те, що одержувач листа може отримати будь-яким чином велику суму грошей, а відправник може йому в цьому допомогти. Потім відправник листа просить перевести йому трохи грошей під приводом, наприклад, оформлення документів або відкриття рахунку. Виманювання цієї суми і є метою шахраїв.

Інші види спаму:

- листи щастя;
- поширення політичної пропаганди;
- масова розсилка для виведення поштової системи з ладу (DoS-атака);
- масове розсилання від імені іншої особи, для того щоб викликати до нього негативне ставлення;
- масове розсилання листів, що містять комп'ютерні віруси (для їх початкового поширення);
- розсилка листів, що містять жалісну історію (як правило, про хвору, або постраждалу в результаті нещасного випадку дитину) з інформацією про те, що за кожне пересилання листа якийсь інтернет-провайдер нібито виплатить родині потерпілого певну суму грошей «на лікування». Метою такої розсилки є збір e-mail адрес: після численних пересилань «всім знайомим» в тексті такого листа часто містяться e-mail адреси всіх, кому воно було переслано раніше. А в числі чергових адресатів цілком може виявитися і спамер, що її ініціював.

Шантаж. Використовується, коли отримати необхідне шляхом обману не вдалося. Тоді зловмисник може наважитися на прямий шантаж

співробітників фірми. Статистика показує, що загроза фізичної розправи зустрічається досить рідко, а якщо і зустрічається, то в переважній більшості випадків лише загрозою і залишається.

На першому місці лідирують обіцянки розповісти ревнивому чоловікові (дружині) про подружню зраду – не важливо, чи мала вона місце в дійсності чи ні. Для цього зовсім не обов'язково встановлювати приховані камери або займатися фотомонтажем – досить бути хорошим оповідачем, який вміє переконати співрозмовника. Побоюючись за розпад сім'ї, багато з нас йдуть на «дрібні» посадові злочини, які обертаються, тим не менш, значними збитками для фірми.

Друге місце займають загрози переконати сина (доньку) в тому, що ви не справжні батьки. Оскільки в підлітковому віці між дітьми і батьками часто трапляються серйозні конфлікти, ймовірність того, що дитина повірить сторонньому дядькові, чим завдасть собі важку душевну травму, аж ніяк не нульова!

Підкуп. Мішенню є потреба співробітника підприємства в грошах. Про те, що він їх потребує і що з більшої ймовірністю «прийме пропозицію», пізнається на етапі збору інформації. Прикладом атракції може бути створення таких умов, при яких співробітник буде мати потребу в грошах. Ці умови часто створюються навмисно. Багато чого вирішує «ціна питання» інформації, яку потрібно роздобути.

Зворотна соціальна інженерія.

Зворотна соціальна інженерія – соціально-інженерна атака, в якій атакуючий створює ситуацію, де жертва стикається з проблемою, і просить атакуючого про допомогу (рис. 6).

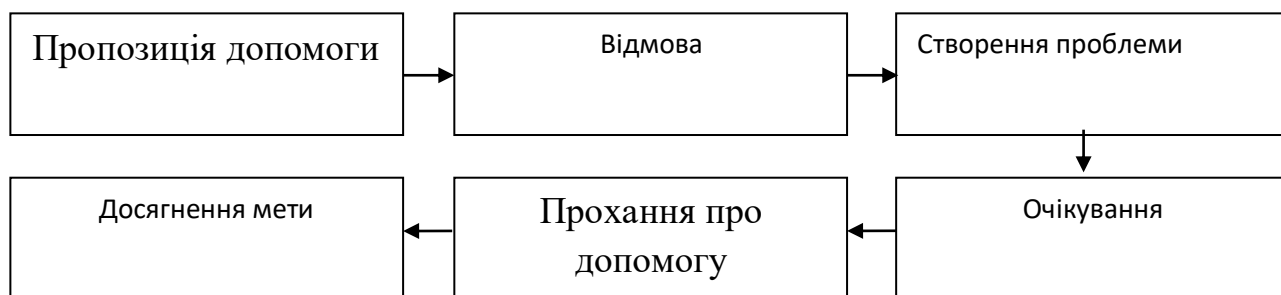


Рис. 6. Принцип зворотної соціальної інженерії

Атакуючий «плете мережі» для того, щоб переконати жертву, що у нього є проблема, яка насправді не існує. Або, як у даному випадку, проблема, якої поки немає, але атакуючий знає, що вона буде, так як він її і створить. Він представив себе людиною, здатним знайти рішення. Організація цього виду атаки особливо приваблива для атакуючого. Через те, що все було сплановано заздалегідь, коли «ціль» дізнається, що у нього є проблема, він дзвонить і благає про допомогу. Атакуючий просто сидить і чекає, коли задзвонить телефон – ця тактика більш відома, як зворотна соціальна інженерія. Атакуючий, який може змусити жертву подзвонити йому, отримує миттєве

довіру: «якщо я подзвоню кому-небудь, хто, як мені здається, з технічної підтримки, я не буду просити його підтвердити свою особистість». У цей момент можна вважати, що атакуючий вже переміг.

Завдання і питання для самоперевірки

1. Назвіть головні вектори нападу, які використовуються при проведенні атак за допомогою соціальної інженерії.
2. Проаналізуйте такий вектор нападу, як «он-лайн (інтерактивно)».
3. Проаналізуйте такі вектори нападу, як «телефон» та «аналіз сміття».
4. Проаналізуйте такі вектори нападу, як «фізичні підходи», «особисті підходи» та «реверсивна соціальна інженерія».
5. Які засоби і методи соціального інженера спрямовані на якості людської природи?
6. Охарактеризуйте такі засоби і методи соціального інженера, спрямовані на якості людської природи, як «відчуття авторитетності», «відчуття спорідненості» та «взаємодопомога».
7. Охарактеризуйте такі засоби і методи соціального інженера, спрямовані на якості людської природи, як «відчуття відповідальності», «соціальна приналежність до групи» та «відчуття терміновості».
8. Які найпоширеніші дії соціального інженера?
9. Що таке корпоративна інформація з точки зору соціальної інженерії, та як чітко її можна поділити?
10. Проаналізуйте такий вид прямої атаки з використанням соціальної інженерії, як «введення в оману».
11. Проаналізуйте такий вид прямої атаки з використанням соціальної інженерії, як «спам».
12. Проаналізуйте такий вид прямої атаки з використанням соціальної інженерії, як «шантаж».
13. Проаналізуйте такий вид прямої атаки з використанням соціальної інженерії, як «підкуп».
14. Проаналізуйте зворотній вид атаки з використанням соціальної інженерії.

Рекомендована література до розділу 8

1. Соціальна інженерія (сучасні технології та шляхи захисту): навч. посіб. / за заг. ред. В.М.Петрика. – К., 2018. – 80 с.
2. Інформаційна безпека держави: підручник / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Д.С. Мельник та ін.]; в 2 т. – Т. 2. / за заг. ред. В.М. Петрика. – К.: Вид-во ІСЗЗІ НТУУ, 2016. – 328 с.
3. Информационно-психологическое противоборство: учебник / [Петрик В. М., Присяжнюк Н. Н., Жарков Я. Н. и др.]; под ред. В. М. Петрика. — К.: Изд-во ИССЗИ КПИ им. Игоря Сикорского, 2018. – 374 с.
4. Жукова Н. В. Индикаторы социального развития как инструмент социального программирования: зарубежный опыт // Социология: методология, методы и математические модели. — 1993-1994. — № 3-4. — С. 110-153.
5. Крымский С. Б., Пилипенко В. Е., Салюк Ю. В. Верификация социальных прогнозов (методологический аспект). — К.: Наук. думка, 1992. — 114 с.
6. Кузнецов М. В. Социальная инженерия и социальные хакеры / М. В. Кузнецов, И. В. Симдянов. – СПб: БХВ-Петербург, 2007. – 368 с.
7. Митник К.Д. Мистецтво обману/ К. Д. Митник, В. Л. Саймон. – М.: Компанія АйТі, 2004. – 360 с.
8. Полторак В. А. Соціологія. Основи соціології праці та управління. — К., 1992. — 287 с.
9. Попова И. М. От социального знания к социальной инженерии // Социол. исследования. — 1988. — № 1. — С. 26-32.
10. Прогнозирование и оценка научно-технических нововведений. — К.: Наук. думка, 1983. — 276 с.
11. Роуз М. Соціальна інженерія [Електронний ресурс] / Маргарет Роуз. Режим доступу до ресурсу: <http://searchsecurity.techtarget.com/definition/social-engineering>.
12. Социальная инженерия: В 2 ч. — Ч. 1. Теоретико-методологические проблемы: Курс лекций / Под ред. Ю. М. Резника, В. В. Щербины. — М.: Союз, 1994. — 147 с.

РОЗДІЛ 9.

ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЇ ВІД СОЦІАЛЬНОЇ ІНЖЕНЕРІЇ

В попередньому розділі викладено аналіз головних векторів нападу при проведенні атак за допомогою методів соціальної інженерії, основні методи соціальної інженерії та види атак з використанням соціальної інженерії.

Даний розділ присвячений організаційним заходам та питанням, які повинні бути розглянуті в політиці інформаційної безпеки, задля захисту інформації від застосування методів соціальної інженерії, а також питанням особистісно-психологічного захисту від соціальної інженерії.

9.1. Базові методи та організаційні заходи захисту від атак за допомогою соціальної інженерії

На жаль, неможливо передбачити, яку атаку вибере атакуючий, в який період часу, хто буде жертвою, але тим не менш можливо зменшити успішність атаки, використовуючи нижченаведені *методи* захисту:

Тестування системи захисту – це метод виявлення недоліків безпеки з точки зору сторонньої людини (зловмисника). Використовуючи цей метод, можна виявити навіть ті недоліки захисту, які не були враховані в самому початку, при розробці політики безпеки. При тестуванні можуть бути порушені делікатні питання приватного життя співробітників і безпеки організації, тому бажано отримати попередній дозвіл на проведення такого заходу.

Професіоналам в області безпеки при проведенні тесту необхідно мати таке ж становище, як і у потенційного зловмисника: в їх розпорядженні повинні бути час, терпіння і максимальна кількість технічних засобів, які можуть бути використані зловмисником.

Поінформованість. Поінформованість є ключовим моментом і внаслідок того, що це попередня, попереджуюча міра, націлена на засвоєння самими службовцями основних принципів і необхідних правил захисту. Зрозуміло, цей аспект вимагає навчання і тестування співробітників. В рамках цього заходу акцентується увага на наступних пунктах:

1. Залучення уваги людей до питань інформаційної безпеки.
2. Усвідомлення співробітниками всієї серйозності проблеми та прийняття політики безпеки організації.
3. Вивчення та впровадження необхідних методів і дій для підвищення захисту інформаційного забезпечення.

Організаційні заходи

Розгляд методів проведення атак у передніх розділах було оглядовим. Їх різноманітність настільки велика, що на досить повний опис і вивчення їх роботи потрібно було б ціле життя, у зв'язку з присутністю людського фактора.

Права локальних користувачів.

Тут повинна діяти жорстка централізована політика управління інформаційними ресурсами на основі доменної структури, або з використанням спеціальних «прозорих» комплексів, які забезпечують чітке розмежування і регулювання прав користувачів.

Повинні бути виділені робочі групи в залежності від розв'язуваних задач на підприємстві і створені для них універсальних профілів.

Доступ до мережевих ресурсів ведеться в залежності від профілів і тільки з такою матрицею доступу до ресурсів, яка потрібно конкретному співробітнику для роботи.

Ніяких локальних прав адміністратора, а тим більше розширених прав у звичайного користувача не повинно бути.

Необхідні установки здійснюються тільки через реєстрацію заявок та обслуговуванням їх через IT-підрозділ (зокрема HelpDesk).

У компанії необхідно виділити групу осіб, яка будить персонально відповідати за групу співробітників для припинення можливих витоків інформації. Вищеописані співробітники обов'язково повинні потрапляти під їх юрисдикцію.

Стандартизація і уніфікація платформи.

Необхідно в компанії мати документ з переліком допустимого до установки ПЗ. У документі вказується блок стандартного ПЗ, встановлюваного «за замовчуванням» у кожного співробітника. В силу особливостей роботи різних підрозділів одна або кілька програм можуть відрізнятися. Але в дозволеному переліку це ПЗ повинно вказуватися. Крім встановленого за замовчуванням блоку ПЗ, виділяють інший блок ПЗ, який не вимагає узгодження з низкою служб (наприклад, зі службою інформаційної безпеки, генеральним директором або службою безпеки). Іншими словами, питання може бути вирішене силами самого співробітника, при подачі по регламенту йому заявки в службу підтримки користувача (HelpDesk) і для нього визначається календарний план виконання заявки.

Робота з кадрами.

Постійне навчання користувачів компанії і проведення регулярних інструктажів, захист активів компанії і благополуччя власне самих користувачів. Навчання користувачів, виховання пильності співробітників, інструктаж новачків і тимчасових співробітників багато в чому зможуть запобігти витоків через користувачів, які не бажають зла. Будь-яке копіювання інформації на змінний носій має викликати питання колег – адже лояльні співробітники постраждають разом з компанією, а значить, вони по одну сторону барикад.

Необхідно чітко познайомити з тими атаками, з якими знайомі самі. Розробити порядок і алгоритм взаємодії і реагування. Причому, ряд атак буде направлено на керівництво і в такому випадку керівник будь-якого рівня повинен знати, як і що робити, і до кого звернутися для передачі інформації. Яким атакам може піддатися підприємство, і що конкретно взятий співробітник може зробити на своєму місці, щоб цієї атаки не відбулося. Проведення інструктажів є обов'язковим. Людина може просто не знати, що та чи інша проблема існує.

Необхідно спостерігати за співробітниками на всіх стадіях їх розвитку в організації. Будь-який співробітник в організації завжди проходить три стадії розвитку:

- влаштування на роботу;
- етап роботи;
- звільнення.

При прийомі співробітника на роботу необхідно зібрати про нього якомога більше відомостей, з метою прогнозу того, як він поведе себе в тій чи іншій ситуації. Таку перевірку часто і найпростіше зробити за допомогою стандартних психологічних тестів.

Як правило, за співробітником спостерігають при прийомі його на роботу. Рідше в період його етапу роботи на підприємстві. І дуже рідко проводиться повноцінна робота з співробітником, що звільняється, і який представляє найбільшу загрозу для підприємства. Людина може йти з прихованим злом на керівництво, може бути скомпрометованою конкурентом і переходити до нього, але з потрібними даними (базою клієнтів, маркетинговими технологіями) конкуренту.

Тому потрібно підбирати співробітників таким чином, щоб в підрозділі вони відповідали способам керівництва – командному або управлінському. Командний спосіб – це приклад «солдат – сержант». Стосовно управлінського способу добре сказав В. К. Тарасов, що «ідеальний керівник в цьому сенсі – взагалі на вигляд бездіяльний. Як здається бездіяльною людиною, яка керує швидким вітрильником, в порівнянні з гребцем на весловому човні».

Не створюйте незамінних співробітників. Досить часто, відчувши свою значимість, ряд співробітників намагаються шантажувати керівника. Більш того, конкуренти як правило в курсі, який це персонал і докладуть зусиль, щоб ключових співробітників стало в компанії менше.

Геймери на роботі – це завжди потенційний ризик. Уважно варто придивлятися до таких співробітників і тільки якщо він дуже хороший професіонал, можна подумати про його працевлаштування в компанію.

Не варто приймати на відповідальні посади романтичних або психологічно неврівноважених осіб, навіть якщо вони хороші фахівці. Потенційно, цей тип людей можна шантажувати.

Жоден із співробітників організації не повинен знати більше, ніж йому належить за посадою.

Зберігання фізичних носіїв і архівації даних. Залежно від масштабу підприємства і сфери його діяльності, виникає необхідність здійснювати резервне копіювання даних і працювати з архівом, що накопичується. Для малої і середньої компанії, що не займається питаннями телекомунікацій (оператор зв'язку, інтернет-провайдер і т.д.) або в банківській сфері, наприклад, це питання може бути менш актуальне в силу невеликих накопичень обсягів інформації і регламентів доступу до таких архівів, які покладають питання на ІТ-службу. Для ряду компаній, це значний обсяг даних і додатковий канал витоку інформації, тому що існує можливість фізичного винесення носіїв з

резервними копіями. Сьогодні використовується кілька способів захисту цього каналу витоку. Перший – анонімізація носіїв, тобто співробітники, що мають доступ до носіїв, не знають, на якому носії яка інформація записана, вони керують лише анонімними номерами носіїв. Ті співробітники, які знають, на якому носії знаходиться якась інформація, в свою чергу, не допускаються до сховища носіїв.

Другий спосіб – шифрування інформації при резервному копіюванні, оскільки навіть винесена і скопійована інформація зажадає деякого часу і великої обчислювальної потужності на роз шифровку, що часто буває необґрунтовано дорогою витівкою.

Система моніторингу роботи з конфіденційною інформацією.

Розгорнувши систему моніторингу роботи з конфіденційною інформацією, крім нарощування функціоналу та аналітичних можливостей, можливо упереджувати можливі атаки і витоки.

Перший напрямок – інтеграція систем захисту від внутрішніх і зовнішніх загроз. Інциденти останніх років показують, що існує розподіл ролей між внутрішніми і зовнішніми зловмисниками, тому об'єднання інформації з систем моніторингу зовнішніх і внутрішніх загроз дозволить виявляти факти таких комбінованих атак. Однією з точок дотику зовнішньої і внутрішньої безпеки є управління правами доступу, особливо в контексті симуляції нелояльними співробітниками і саботажниками виробничої необхідності для збільшення прав.

Ще один напрямок розвитку системи моніторингу внутрішніх інцидентів з конфіденційною інформацією – побудова системи запобігання витокам. Алгоритм роботи такої системи той же, що і в рішеннях щодо запобігання вторгнень. Спочатку будується модель порушника, по ній формується «сигнатура порушення», тобто послідовність дій порушника. Якщо кілька дій користувача збіглися з сигнатурою порушення, прогнозується наступний крок користувача, якщо і він збігається з сигнатурою – подається сигнал тривоги.

9.2. Питання, які повинні бути розглянуті в політиці ІБ

Протидія соціальній інженерії схожа на внутрішню боротьбу з людською суттю. Є декілька правил, які допоможуть не попадатись на гачки шахраїв:

1. Звертайте увагу на написання адрес сайтів
2. Якщо Вам пропонують переглянути сайт/фото/відео, закликаючи емоційними закликами – не переходьте одразу. Порахуйте до 10-ти та згадайте, що це можливо приклад соціальної інженерії.
3. Вводячи логін/пароль в акаунтах на сайтах, звертайте увагу на незвичайні зміни зовнішнього вигляду сторінок. Якщо щось викликає підозру – краще перевірити оригінальність ресурсу ще раз.
4. Критично ставтесь до електронних листів, а особливо до посилань за якими пропонують перейти незнайомі відправники повідомлень.

Ці чотири правила не є вичерпними, але тримаючи їх у пам'яті та використовуючи як фільтр під час користування Інтернет, Ви зможете суттєво покращити свій інформаційний захист та стати менш вразливим до методів соціальної інженерії.

Тепер більш детально розглянемо основні засади захисту від ряду погроз, які були наведені у розділі 8.

Фішинг. Основою захисту від фішинг-атак є «навчання» користувачів. Своєчасне і повне інформування співробітників про дану загрозу і про необхідність ретельної перевірки джерела запиту конфіденційних або персональних даних усуне основну умову існування фішинг-атак. Тобто виховання у співробітників компанії скептичного ставлення до будь-яких несподіваних вхідних листів. З цією метою в компаніях вводиться спеціальна політика, яка регламентує дії користувачів, які отримують подібні листи і використовують конкретні принципи користування електронної пошти з обов'язковими прикладами атак, що використовують ці принципи:

- вкладення в документи;
- гіперпосилання в документах;
- запит особистої або корпоративної інформації, які виходять із середини компанії;
- запит особистої або корпоративної інформації, які виходять із-за меж компанії.

При виникненні нових різновидів фішингу необхідно допрацьовувати документ і з доробками знайомити користувачів.

Шкідливі програми. Політика безпеки є необхідним атрибутом будь-якої продуманої стратегії захисту від черв'яків. Проста заборона на відкриття вкладених файлів з електронних листів знижує ризик зараження поштовими черв'яками практично до нуля.

Спливаючі діалогові вікна і додатки. В першу чергу, в політиці ІБ має бути записано правило, яке по кроках описує дії користувача в разі появи діалогових вікон, дуже властиві операційній системі (наприклад Windows). Про якісь неполадки і системні помилки негайно повідомляти в службу підтримки про проблему. Самому нічого не робити і не натискати жодних кнопок.

З точки зору політики, краще відразу відключати для користувача різні вбудовані рекламні смуги на сторінках, встановити заборону на скачування файлів з веб-сторінок і FTP-серверів (можна як усіх, так і з набором розширень як службових, так мультимедійних та архівів).

Спам. У політиці ІБ необхідно чітко прописати дії користувачів, якщо до них приходить електронне повідомлення від невідомого адресата. Тут підходить все, що зазначено в загрозі «фішинг». Проте потрібно вказати механізм і порядок дії для користувача, зробити приклади для наочності. У самих правилах жорстко вказати наступні моменти:

- якщо назва теми говорить сама за себе, адресат не відомий – навіть не відкриваючи визначати в кошик;

- якщо адресат відомий, але тема не відноситься до робочого процесу і викликає підозру, тим більше якщо видно, що лист прибув з вкладеннями – видалити лист або довести до відома служби підтримки;
- ніколи не відкривати вкладення в листі від невідомого адресата, незалежно від розширення вкладення (офісні документи, архіви, програми, фотографії);
- ніколи не натискати на посилання в тілі листа і клацати на картинки, навіть якщо адресат відомий;
- уважно придивлятися до назви вкладення і розширення від відомого адресата;
- ні в якій мірі не висилати ніякі свої паролі і облікові записи, ні за яку вимогу, будь-то безпосередній керівник або директор компанії, або співробітник служби ІБ і адміністратор;
- якщо запитувана інформація від «легального» користувача викликає недовіру, що це потрібно написати або переслати – краще передзвонити і повідомити про це безпосереднього керівника, а також до служби ІБ або ІТ (при відсутності служби ІБ).

Загроза судового переслідування. У політиці ІБ має бути заборонено обмін/скачування будь-якого контенту, що є порушенням авторських прав (мультимедійний, програмні розробки, видавнича та інша література).

On-line ігри. Прописати в політиці ІБ категоричну заборону на даний вид розваг. Аргументовано привести графічні приклади і включити їх в програму навчання співробітників.

Інтернет-нейджері. Необхідно передбачити в корпоративних політиках безпеки механізми захисту від ймовірних загроз цим каналом. Для отримання надійного контролю над миттєвим обміном повідомленнями в корпоративному середовищі виконайте п'ять таких вимог.

1. Виберіть одну платформу для миттєвого обміну повідомленнями. Це полегшить роботу служби підтримки і зменшить ймовірність того, що співробітники будуть користуватися аналогічними службами інших постачальників. Якщо потрібно надійніше обмежити наявний у користувачів вибір, можна заблокувати порти, використовувані популярними службами миттєвого обміну повідомленнями.

2. Визначте параметри захисту, що задаються при розгортанні служби миттєвого обміну повідомленнями. Обов'язково закрити можливість передачі і прийому файлів.

3. Визначте принципи встановлення нових контактів. Запропонувати користувачам не приймати за замовчуванням будь-які запрошення до спілкування.

4. Поставте стандарти вибору паролів. Вимагайте від співробітників, щоб їх паролі до служби обміну повідомленнями відповідали стандартам вибору надійних паролів, які прийняті для паролів, службовців для входу в систему.

5. Складіть рекомендації по використанню служби миттєвого обміну повідомленнями. Сформулюйте для користувачів служби миттєвого обміну повідомленнями оптимальні принципи роботи з нею, підкріпивши рекомендації обґрунтованими доводами.

Телефонія. У разі корпоративної телефонії.

Необхідно, щоб користувачі крім фізичного телефону нічого не знали про пристрій телефонної мережі і використовуване обладнання.

У політиці ІБ необхідно жорстко прописати:

- щоб ніяких перемикачів і переадресацій дзвінків на інших співробітників компанії ніхто не здійснював, якщо кінцевий користувач сам не чекає на дзвінок (можна завжди запитати, чи чекає конкретний користувач дзвінка від такої-то особи або компанії в даний момент);

- заборонити називати прямі міські корпоративні і мобільні номери і внутрішні номери як конкретних осіб, так і підрозділів;

- заборонити на фразу «Мені з Вашими айтишниками потрібно поговорити» або «Мені б головного бухгалтера почути» здійснювати переадресацію дзвінка. Завжди уточняти питання і, після безпосередньої розмови з даним співробітником або відділом, відмовити або переадресувати дзвінок, якщо він очікуваний;

- заборонити називати прізвища співробітників, особливо керівників і відповідальних за ту чи іншу ділянку роботи;

- жорстко прописати, що тільки наші спеціалісти можуть надавати допомогу по телефону.

Служба підтримки. Службі підтримки слід знайти баланс між безпекою та ефективністю роботи і відобразити досягнутий компроміс в політиках і процедурах безпеки. Захистити службу підтримки від атак з боку внутрішнього співробітника або підрядника складніше на увазі обізнаності зловмисника. Процедури забезпечення безпеки повинні виконувати в таких ситуаціях дві наступні функції:

- служба підтримки повинна гарантувати, що всі дії користувачів, які звертаються за допомогою, реєструються. Крім того, при кожному зверненні до служби підтримки доцільно генерувати автоматично або створювати вручну поштове повідомлення з описом проблеми або запиту і відправляти його зацікавленим особам. Це допоможе співробітнику, у якого вкрали облікові дані, зрозуміти, що сталося, і звернутися в службу підтримки;

- служба підтримки повинна затвердити структуровану процедуру обробки різних типів запитів. Наприклад, якщо запитувати зміни прав доступу для співробітника повинен буде по електронній пошті його начальник, це виключить несанкціоновані або неформальні зміни рівнів безпеки.

Повний аудиторський контроль – найефективніший засіб виявлення та запобігання порушенням законів і корпоративних норм.

Зберігання та утилізація сміття. Співробітники компанії повинні розуміти всі наслідки, до яких може привести викидання паперових документів або

електронних носіїв інформації в сміттєву корзину. Як тільки сміття залишає територію компанії, її права можуть більше на нього не поширюватися.

У політиці ІБ повинні бути прописані чіткі правила по роботі з документами і магнітними накопичувачами, які з тих чи інших причин вже не потрібні. Паперове сміття завжди слід подрібнювати в паперорізальних машинах, а електронний – знищувати фізично або стирати записані на ньому дані за допомогою спеціальних технічних засобів. Якщо будь-які документи (наприклад телефонний довідник) через розміри або їхню жорсткість неможливо подрібнити в паперорізальній машині або у користувача немає технічної можливості це зробити, потрібно визначити спеціальну процедуру позбавлення від них. Сміттєві контейнери слід розміщувати в захищеній області периметра компанії, яка потрапляє в область прямої видимості служби безпеки.

При розробці політики утилізації сміття важливо переконатися в тому, що дотримані всі місцеві санітарні норми і норми безпеки. У міру можливості слід вибирати екологічно чисті способи утилізації сміття.

Крім зовнішнього сміття – паперових або електронних відходів, доступних стороннім особам, – є ще й внутрішній, який теж потрібно контролювати. Однією з найбільш ефективних заходів по управлінню паперовим сміттям є класифікація даних. Для цього слід визначити різні категорії паперових документів і способи їх утилізації. Нижче перераховані приклади таких категорій.

Конфіденційна корпоративна інформація. Перш ніж викинути будь-які документи з конфіденційною корпоративною інформацією в будь-яку сміттєву корзину, їх необхідно подрібнити в паперорізальній машині.

Закрита інформація. Перш ніж викинути будь-які документи з закритою інформацією в будь-яку сміттєву корзину, їх необхідно подрібнити в паперорізальній машині.

Інформація відділення. Перш ніж викинути будь-які документи з інформацією відділень компанії в загальнодоступний сміттєвий контейнер, їх необхідно подрібнити в паперорізальній машині.

Відкрита інформація. Документи з відкритою інформацією можна викидати в будь-які сміттєві корзини і контейнери або здавати на переробку як макулатуру.

Плівка для факсу, магнітні носії, як деяку паперову документацію, яка вийшла з ужитку, потрібно визначати в спеціалізоване сховище, доступ до якого обмежений та знаходиться під наглядом служби безпеки. Надалі компанія періодично здійснює вивезення таких архівів для утилізації в печах. Для припинення перехоплення інформації, в такі дні зазвичай до співробітника служби утилізації відряджаються співробітники служби ІБ, фінансовий менеджер або з групи охорони підприємства. Дані співробітники повинні бути чітко проінструктовані на випадок різного розвитку подій.

Технічний захист. До технічного захисту можна віднести кошти, які заважають роздобути інформацію і засоби, скориставшись отриманою інформацією.

Найбільшу поширеність серед атак в інформаційному просторі соціальних мереж з використанням слабкостей людського фактора отримали атаки за допомогою електронних листів, як то: e-mail і внутрішня пошта мережі. Саме до таких атак можна з найбільшою ефективністю застосовувати обидва методи технічного захисту. Перешкодити зловмиснику отримати запитовану інформацію можна, аналізуючи як текст вхідних листів (імовірно, зловмисника), так і вихідних (імовірно, цілі атаки) за ключовими словами. До недоліків даного методу можна віднести дуже велике навантаження на сервер і неможливість передбачити всі варіанти написання слів. До прикладу, якщо зломщиків стає відомо, що програма реагує на слово «пароль» і слово «вказати», зловмисник може замінити їх на «пасворд» і, відповідно, «ввести». Так само варто брати до уваги можливість написання слів із заміною кириличних літер латиницею для співпадаючих символів.

Засоби, що заважають скористатися отриманою інформацією, можна розділити на ті, які повністю блокують використання даних, де б то не було, крім робочого місця користувача, так і ті, які унеможливають автоматичне використання отриманих ресурсів (наприклад, авторизація по системі Captcha, коли в якості пароля потрібно вибрати назване раніше зображення або частину зображення, але в сильно спотвореному вигляді). Як у першому, так і в другому випадку відомий баланс між цінністю необхідної інформації та роботою, необхідної для її отримання, зміщується, взагалі кажучи, в бік роботи, так як частково або повністю блокується можливість автоматизації.

Соціальний або особистісний канал. Захистити користувачів від атак, які засновані на персональних підходах, дуже складно в силу людського фактора і часто, дуже добре спланованої операції. Проведення успішної атаки в жодній із стратегій виключити не можна. І як правило, якщо атака спрямована на конкретну персону в компанії, вона частіше досягає успіху, а ніж при ретельному опрацюванні. І тим не менше, обережність, акуратність і робота з персоналом – знижують такий ризик.

Отже, в загальному захиститися від атак, заснованих на залякуванні, можна, сприяючи формуванню корпоративної культури, яка виключає страх. Якщо співробітники компанії завжди поведуться чемно і ввічливо, залякування не дозволить зловмиснику домогтися бажаного, тому що піддавшись атаці співробітник швидше за все повідомить про це начальству. Доброзичливе ставлення до співробітників з боку керівництва і нагляд за процедурою вирішення проблем і прийняття рішень – найгірше, з чим може зіткнутися зловмисник, який використовує методи соціальної інженерії. Йому потрібно, щоб жертви атак приймали рішення швидко. Якщо в компанії прийнято доповідати про проблеми керівникам, зловмисник цього не доб'ється.

Переконавання завжди було важливим способом досягнення особистих цілей. Необхідно співробітникам дати чіткі вказівки з приводу того, що їм слід

робити, а що не слід. Намагаючись отримати конфіденційну інформацію методом переконання, зловмисники завжди представляють той чи інший сценарій, який передбачає, що користувач повідомить її добровільно. Регулярне проведення інформаційних кампаній та визначення базових принципів використання паролів та інших засобів забезпечення безпеки – кращий захист від подібних атак.

Щоб увійти в довіру до працівників компанії, зловмисникові потрібно час. Зловмисник повинен регулярно спілкуватися зі співробітниками, що значно легше, якщо він працює разом з ними. У більшості компаній середнього розміру основним джерелом таких загроз є працівники, які регулярно надають компанії будь-які послуги або працюють за контрактом. Тому відділ кадрів повинен приділяти підбору співробітників, що працюють за контрактом таку ж увагу, як і штатним співробітникам. Основну частину цієї роботи можна делегувати кадровому агентству. Щоб переконатися у тому, що агентство впорається з цим завданням, можна зажадати, щоб їм були дотримані прийняті в компанії політики підбору постійних співробітників. Якщо є підозра, що на постійну роботу в компанію влаштувався зловмисник, який використовує методи соціальної інженерії, кращими способами захисту від нього є інформування співробітників і дотримання ними політики інформаційної безпеки.

Нарешті, ймовірність успішного проведення атак, заснованих на зловживанні взаємодопомогою, можна звести до мінімуму, забезпечивши високу ефективність роботи служби підтримки. Часто співробітники звертаються за допомогою до колег через незадоволеність послугами наявної служби підтримки.

Щоб гарантувати, що в разі проблем співробітники будуть звертатися в службу підтримки, а не до колег або, гірше того, до зовнішніх фахівців, необхідно виконати дві умови.

Вкажіть в політиці ІБ, що при виникненні проблем користувачі можуть робити запити на допомогу тільки у фахівців служби підтримки і ні у кого більше.

Переконайтеся в тому, що для служби підтримки визначена процедура реагування на проблеми, відображена в прийнятому для відділення компанії угоді про рівень обслуговування. Регулярно проводите аудит ефективності роботи служби підтримки, перевіряючи, щоб користувачі отримували всю необхідну допомогу.

9.3. Особистісно-психологічний захист від застосування методів соціальної інженерії

Оскільки концепція захисту від соціальної інженерії полягає в особистісному захисті людини, то в даному контексті важливо розглянути питання психологічного захисту від соціальної інженерії.

У фаховій літературі поняття “психологічний захист” тісно пов’язане з поняттям цілісності особистості; особлива увага приділяється самооцінці,

відчуттю впевненості, самоповазі, Я-концепції, уявленню про себе, індивідуальності. Психологічному захисту може піддаватися як будь-яка цілісність – організація, група людей, сім'я, окрема особа, психіка в цілому, – так і поведінкові прояви (звички, стиль життя, уміння), когнітивні структури (думки, знання, світогляд), мотиваційні утворення (бажання, смаки, переваги). Відбувається це тому, що єдине “Я” захищає саме себе загалом, свої прояви та якості.

У відповідь на порушення або загрозу порушення психологічних кордонів, яке здатне зашкодити цілісності особистості або її індивідуальним особливостям, виникає захист в умовах міжсуб'єктної боротьби, який називається психологічним захистом.

У своїй книзі “Психологія маніпуляції” Є.Доценко дає таке визначення: “психологічний захист – це вживання суб'єктом психологічних засобів усунення або послаблення збитку, що завдає йому інший суб'єкт”.

Залежно від суб'єкта захисту та від спрямованості виділяють, по-перше, внутрішньо-особистісний та міжособистісний захист; по-друге, – специфічний і неспецифічний захист.

Внутрішньо-особистісний захист виникає за умов внутрішньо-особистісної боротьби відносно самостійних підструктур. Це можуть бути, наприклад, бажання, уміння, переваги, самовпевненість, самооцінка індивіда. Кожна з цих підструктур визначає особливості внутрішнього світу людини та формує її зовнішню поведінку. Кожна з них має власні устремління, які, щонайменше, не збігаються, а інколи й суперечать одне одному. Відбувається природна конкуренція між ними. Коли вона переростає у внутрішньо-особистісну боротьбу, виникає необхідність у психологічному захисті, який убезпечує одні внутрішньо-психічні утворення від завдання збитку з боку інших. Такий психологічний захист називається внутрішньо-особистісним.

Коли є неузгодженість між особистісними підструктурами, а індивід не усвідомлює цього, йому потенційно загрожують тривожність, дезорганізація. Якщо невідповідності стають настільки очевидними, що мають бути свідомо сприйняті, індивід буде під загрозою і його величність дезорганізується цими суперечностями. В цьому випадку з метою збереження структури величності вступає в дію особистісний захист.

Міжособистісний захист проявляється там, де йдеться про міжособистісну боротьбу. Оскільки люди при спілкуванні є носіями різних бажань, між ними природно виникають суперечності, які викликають прагнення захищатися. Предметом міжособистісного захисту є індивідуальна цілісність, що поєднується з індивідуальною особливістю та направлена проти сили бажань і устремлінь опонента.

Залежно від спрямованості виділяється специфічний і неспецифічний психологічний захист.

Специфічний психологічний захист направлений на характер загрози. По суті, він нагадує процес вирішення проблем і є пошуковими діями в проблемній ситуації. Такі захисні дії зорієнтовані на стандартний вигляд часто

повторюваної загрози. Внаслідок цього специфічний психологічний захист може перетворитися на автоматичний, стати звичкою. Такий вигляд захисту забезпечує детальний аналіз характеру загрози. Результатом цього аналізу буде відчуття, образ.

Неспецифічний психологічний захист спрямований на сам факт загрози й має справу з характеристиками ситуації взаємодії. Йому найбільшою мірою притаманні стереотипізація й генералізація. Завдяки такому захисту час затримки реакції сильно скорочується. Факт присутності загрози діє як ключовий подразник, який запускає один із психічних автоматизмів, що складається з базових захисних установок. Неспецифічний захист забезпечує швидкий аналіз сили загрози. Результатом його роботи є емоційна оцінка.

Після виявлення та розпізнання одного з методів соціальної інженерії обирають пасивну або активну форму захисту. Китайський воєначальник Сунь-Цзи радить: “Якщо противник має кращі позиції, не можна вступати в битву з ним у цьому місці. Якщо ж противник має, крім того, перевагу в силі, потрібно чекати, поки сили його не виснажаться, і тоді перемогти його стане реально...”.

За певних обставин ефективним буде поєднання активної та пасивної форм захисту від методів соціальної інженерії. Отже, щоб правильно вибрати форму захисту, слід адекватно оцінити ситуацію.

Пасивний захист.

Як правило, пасивний захист застосовують у двох випадках: коли об’єкт соціальної інженерії не знає, як вчинити, або не хоче псувати стосунки з соціальним інженером. Важливою умовою застосування цієї форми захисту є витримка.

Суть пасивного захисту полягає в затримці власних спонтанних реакцій на дії соціального інженера. Усі способи пасивного захисту покликані знизити темп атаки, щоб виграти час для аналізу ситуації. Вони змушують соціального інженера розкрити свої задуми або відмовитися від них. Досвід показує, що в більшості випадків соціальний інженер, зіткнувшись із пасивним захистом, припиняє використання методів.

Форми пасивного захисту розроблені Бойко О.Д. (рис. 1). Найефективнішими серед них є такі:

- відсутність реакції на слова соціального інженера (“не розчув”, “не звернув уваги”, “не помітив” тощо);
- тактовне, стримане й несподіване для соціального інженера мовчання;
- гра в “тупуватість” – “не зрозумів”, “не второпав”, “не збагнув” і т. ін.;
- формалізація спілкування, зведення спілкування з соціальним інженером до формальних процедур (говорити тільки стандартні фрази; покликатися на начальство й на порядки, заведені в організації; довго заповнювати документи, примушувати співбесідника розписуватися в кожному; дати візитку й показати, що розмову закінчено);
- повне або часткове ігнорування слів соціального інженера;

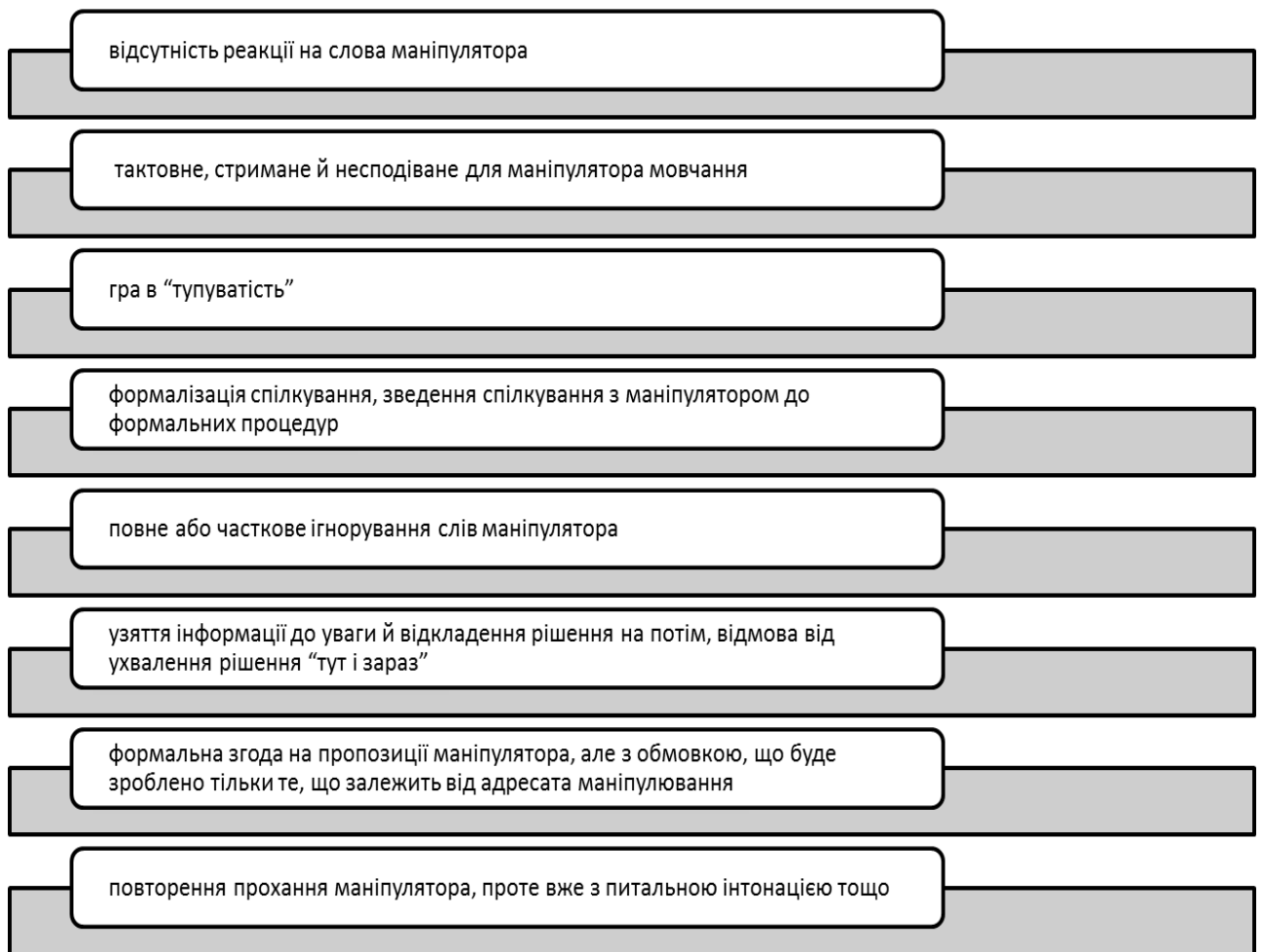


Рис. 1. Форми пасивного захисту

- узяття інформації до уваги й відкладення рішення на потім, відмова від ухвалення рішення "тут і зараз";
- формальна згода на пропозиції соціального інженера, але з обмовкою, що буде зроблено тільки те, що залежить від об'єкта соціальної інженерії;
- повторення прохання соціального інженера, проте вже з питальною інтонацією тощо.

Автори пропонують додаткові способи пасивної протидії методам соціальної інженерії – ухилення та відмова від контакту.

Ухилення від контакту вважають дієвим способом позбавлення від небажаних переживань чи рольових функцій. Основою стратегії цієї форми пасивного захисту є уникнення особою відвідування місць, де можливі зустрічі з потенційними соціальними інженерами, і ухилення від ситуацій, які викликають небажані відчуття та реакції.

Якщо зустріч неминуча або вже відбувається, використовують тактику тайм-аутів і скорочення часу взаємодії з людиною, яку не хочуть бачити.

До техніки ухилення належать такі прийоми:

1. Тайм-аут:

- відвернення уваги на побутову подробицю;

- фізичний вихід із простору взаємодії за слушної нагоди;
- філософський вихід із ситуації шляхом виголошення риторичних запитань типу: “Що є істина?” або “Усі ми мислимо суб’єктивно...”;
- використання жартів для переведення уваги співрозмовника на щось другорядне.

2. Скорочення інтервалів взаємодії:

- перенесення розмови на інший час;
- установа “графіка” взаємодії.

3. Запобігання особистій взаємодії:

- уникнення зустрічей із соціальним інженером;
- заміна особистого контакту листуванням, спілкуванням в Інтернеті.

Відмова від контакту. Вона полягає в категоричній ізоляції від впливу соціального інженера.

Техніка відмови передбачає використання таких прийомів:

- відмова-побоювання, за якої вдаються до фраз: “Боюся, що це неможливо”; “Є велика небезпека, що я не зможу прийняти цих пропозицій”; “Мене лякає необхідність відмовити вам”;
- відмова-жаль, утілена в такій формі: “Мені дуже шкода, але я не зможу цього зробити”; “Шкодную, але не зможу погодитися з цим”; “Мені дуже не хочеться вас засмучувати, але моя відповідь буде негативною”;
- відмова-змушеність, висловлена так: “Я змушений відмовитися від цієї пропозиції”; “На жаль, інші мої зобов’язання вимагають, щоб я відмовився”; “Доведеться мені все ж таки відповісти відмовою...”.

Ухилення й відмова – дієві способи пасивного захисту. Вони позбавляють соціального інженера важливої переваги – раптовості, не дають впливу методів соціальної інженерії випередити мобілізацію психологічного захисту; збивають соціального інженера із запланованих темпу та ритму; допомагають виграти час для адекватного аналізу ситуації й прийняття оптимальних рішень.

Однак у політичній практиці ухилення є лише тимчасовим тактичним засобом протидії соціальній інженерії, який із часом змінюють на одну з форм активної взаємодії (протидії). Відмову не можна використовувати систематично, оскільки вона не сприяє співпраці, навіть викликає відчуття провини, яким соціальний інженер може скористатися.

Прийоми збереження самовладання в ситуаціях пасивного захисту. Самовладання необхідне, щоб утриматися від спонтанних дій, на які очікує соціальний інженер. Під час пасивного захисту важливо виявляти стриманість, не поспішати з рішенням.

Основними прийомами захисту від впливу методів соціальної інженерії шляхом збереження самовладання фахівці вважають:

1. Розглядання. Негативна інформація найбільше впливає через слух, тому в стресових ситуаціях необхідно фіксувати увагу не на слухових відчуттях, а на зорових. Щоб розглядання було дієвим прийомом, слід виконати такі рекомендації:

- обличчя опонента розглядають якомога детальніше, немов хочуть намалювати його портрет із пам'яті;
- мовчки й дуже уважно дивляться на співбесідника, не виявляючи ознак неприязні або іронії;
- під час умисних пауз у спілкуванні намагаються побачити якомога більше деталей обстановки навколо опонента.

Унаслідок правильного мовчазного розглядання противник утрачає енергію свого впливу, а демонстрація спокою свідчить про силу духу й життєву мудрість.

2. Оволодіння позицією спостерігача. Вона передбачає оцінювання ситуації ніби згори (або збоку). Дуже ефективні такі моделі візуалізації:

- трансформація масштабів (можна подумки зменшити зріст людини, яка викликає гнів, зробити її карликом, ліліпутом);
- корегування тональності та яскравості (за допомогою уяви можна змінити зовнішність співбесідника – з кольорової на чорно-білу);
- експериментування з глибиною візуального сприйняття (можна замінити тривимірну картину на плоске, двомірне зображення).

Ефективним способом захисту від докорів та звинувачень може послужити прийом “стати вище”, тобто “піднятися” над опонентом, виявити співчуття до соціального інженера, розуміння, що агресія, можливо, є результатом слабкості й недосконалості. Доброзичливе, позитивне ставлення до ініціатора істотно знижує емоційне напруження, суттєво зменшує агресивність його позиції.

3. Мистецтво тримати паузу. Це вміння допоможе швидше заспокоїтися, зосередитися, знайти належну відповідь. Якщо соціальний інженер щось запропонував, варто скористатися паузою і подумки дати відповіді на запитання: “Чи потрібне мені САМЕ ЦЕ?”; “Чи потрібне мені це САМЕ ЗАРАЗ?”; “Чи потрібне мені саме це ТАКОЮ ЦІНОЮ?”; “Чи потрібне це САМЕ МЕНІ?”.

Під час паузи важливо відмовитися від прагнення помститися партнерові, зачепити його гідність. Пауза допоможе й суперникові зайняти більш урівноважену позицію та, можливо, відмовитися від наміру здійснювати вплив.

Найефективнішим пасивний захист стає тоді, коли установка на боротьбу заміняється установкою на співпрацю.

Отже, якщо факт проведення атаки виявлено й розпізнано, але особа, на яку був спрямований вплив, із певних причин (немає бажання (доцільності) конфліктувати, невпевнена у власних силах, невизначена ситуація тощо) не хоче вступати у відкрите протистояння, як правило, обирається пасивний захист. Його основою є уповільнення процесів взаємодії – блокування власних спонтанних реакцій на дії соціального інженера та збивання темпу впливу. Основними формами пасивного захисту виступають зокрема повне або часткове ігнорування слів соціального інженера; ухиляння (відмова) від контакту; тактовне, стримане й несподіване для соціального інженера

мовчання; формалізація спілкування; відкладання питання про прийняття остаточного рішення на пізніший час.

Активний захист розроблені Бойко О.Д.

Метою активного захисту є викриття соціального інженера й завдання йому удару у відповідь. На практиці активний захист часто становить логічне продовження пасивного. Основні *фази активного захисту* такі (рис. .2):

1. Установлення факту впливу. Полягає в аналізі змін у ситуаціях взаємодії, поведінці адресата впливу, за допомогою методів соціальної інженерії.

2. Оцінка ситуації. Виокремлюють фактори та обставини, які сприяють чи заважають впливу.

3. Усвідомлення змісту впливу. З'ясовують причини, мотиви, цілі, форми й методи впливу.

4. Установлення контролю за емоціями. Вдаються до прийомів управління власними емоціями.

5. Збивання темпу й ритму впливу. Досягають шляхом демонстративного мовного або фізичного виходу з контакту.

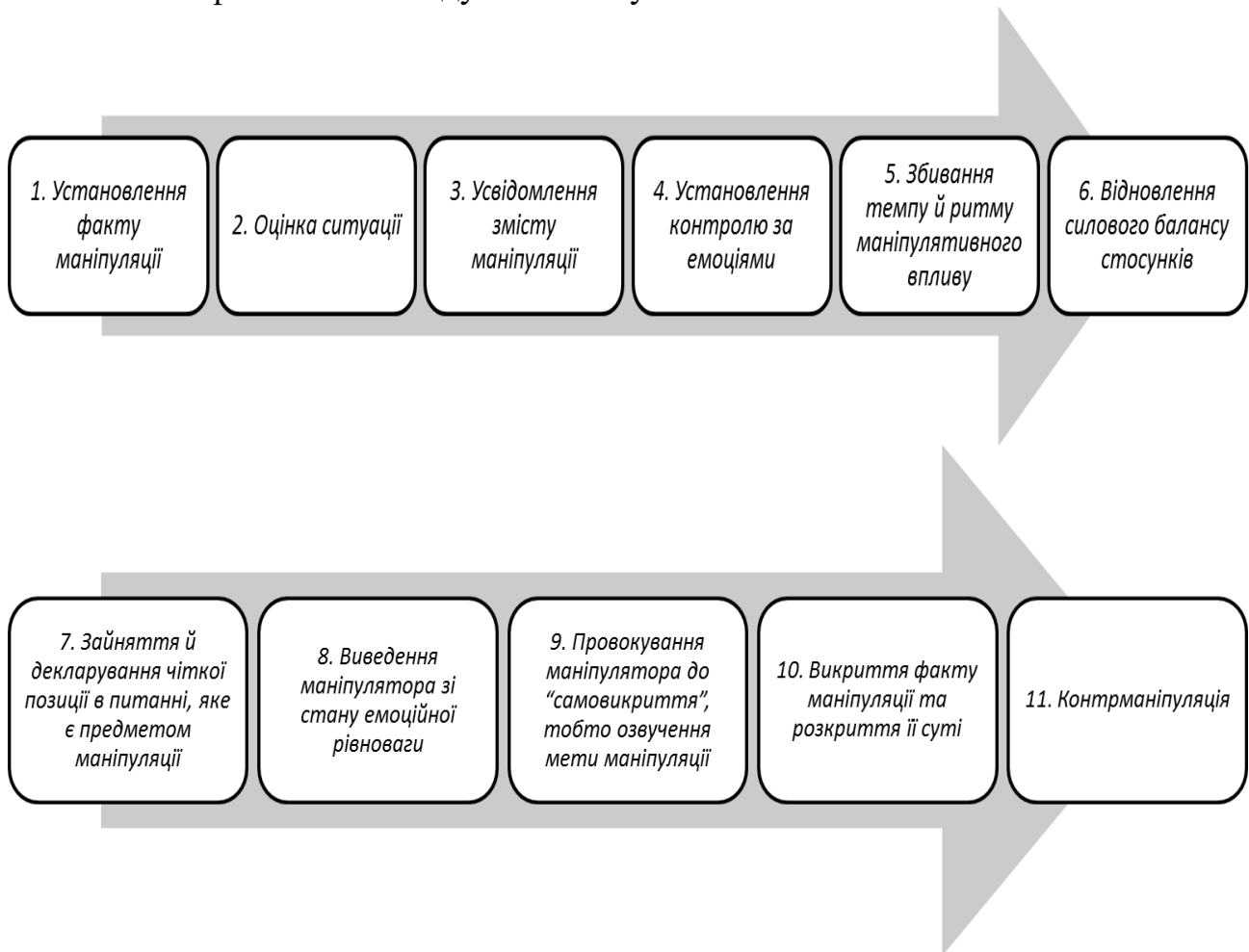


Рис. 2. Основні фази активного захисту

6. Відновлення силового балансу стосунків. Намагаються заблокувати канали шляхом впливу та саму можливість стереотипної автоматичної реакції на дії й слова соціального інженера, актуалізуючи вміння говорити "ні", діяти

без пояснень і поступок; підкреслено демонструють самостійність у поведінці тощо.

7. Зайняття й декларування чіткої позиції в питанні, яке є предметом впливу. Оponentові не дають змоги обирати (висувати) альтернативу; ігнорують факти й аргументи, які наводить соціальний інженер на підтвердження своїх думок; симулюють і демонструють гнів та нетерпіння.

8. Виведення соціального інженера зі стану емоційної рівноваги. Змістом цієї фази активного захисту є перенесення вістря критики аргументів опонента на його персону; виголошення насмішок, звинувачень, докорів; застосування щодо опонента некоректної аргументації й т. ін. У такий спосіб опонента доводять до стану роздратування, різкого порушення психічної рівноваги.

9. Провокування соціального інженера до “самовикриття”, тобто озвучення мети його атаки. Ефективним провокаційним засобом є застосування “техніки зіпсованої платівки”: у відповідь на посилення психологічного тиску адресат формулює й багаторазово повторює під час діалогу коротку фразу, яка містить важливе повідомлення нападаючому або соціальному інженеру. Техніка відома також під назвою “правило британського старшини”, яке звучить так: “Спочатку скажіть їм, що саме збираєтеся їм сказати. Потім скажіть їм те, що саме ви їм сказали. І тоді вас, можливо, почують”.

Потужні засоби активного захисту, що здатні вивести з рівноваги соціального інженера, – постійне акцентування на “слабких сторонах” його декларацій; вимагання чіткої відповіді на пряме питання: “Чого ви конкретно бажаєте?”, “Чого ви від мене добиваєтесь?”.

10. Викриття факту проведення атаки та розкриття її суті. На цьому етапі захисту важливо розкрити мету, спосіб, призначення, особливості застосування та можливі наслідки впливу і запропонувати соціальному інженеру зручну й безпечну модель його поведінки з метою блокування подальших спроб психологічного тиску.

11. Контрвплив. До цього найпотужнішого захисту вдаються, якщо соціальний інженер після викриття не припиняє психологічного тиску. У процесі здійснення контрвпливу доцільно застосовувати різні прийоми та методи; швидко змінювати тактику; частіше використовувати ту зброю, якою він володіє найкраще.

Отже, активний захист від впливу проходить у своєму розвитку три етапи: аналіз (установлення факту впливу; оцінювання ситуації; усвідомлення змісту впливу); підготовка (встановлення контролю за емоціями; відновлення силового балансу стосунків); дія (збивання впливу з темпу й ритму; зайняття і декларування чіткої та ясної позиції в питанні, яке є предметом впливу; виведення соціального інженера зі стану емоційної рівноваги; провокування соціального інженера до “самовикриття”, тобто озвучення мети впливу; викриття факту впливу та розкриття її суті; контрвплив).

Цікаву модель протидії атакам за допомогою методів соціальної інженерії, що ґрунтується на шести правилах, пропонують німецькі дослідники Андреас Ендмюллер та Томас Вільгельм (рис. 3):

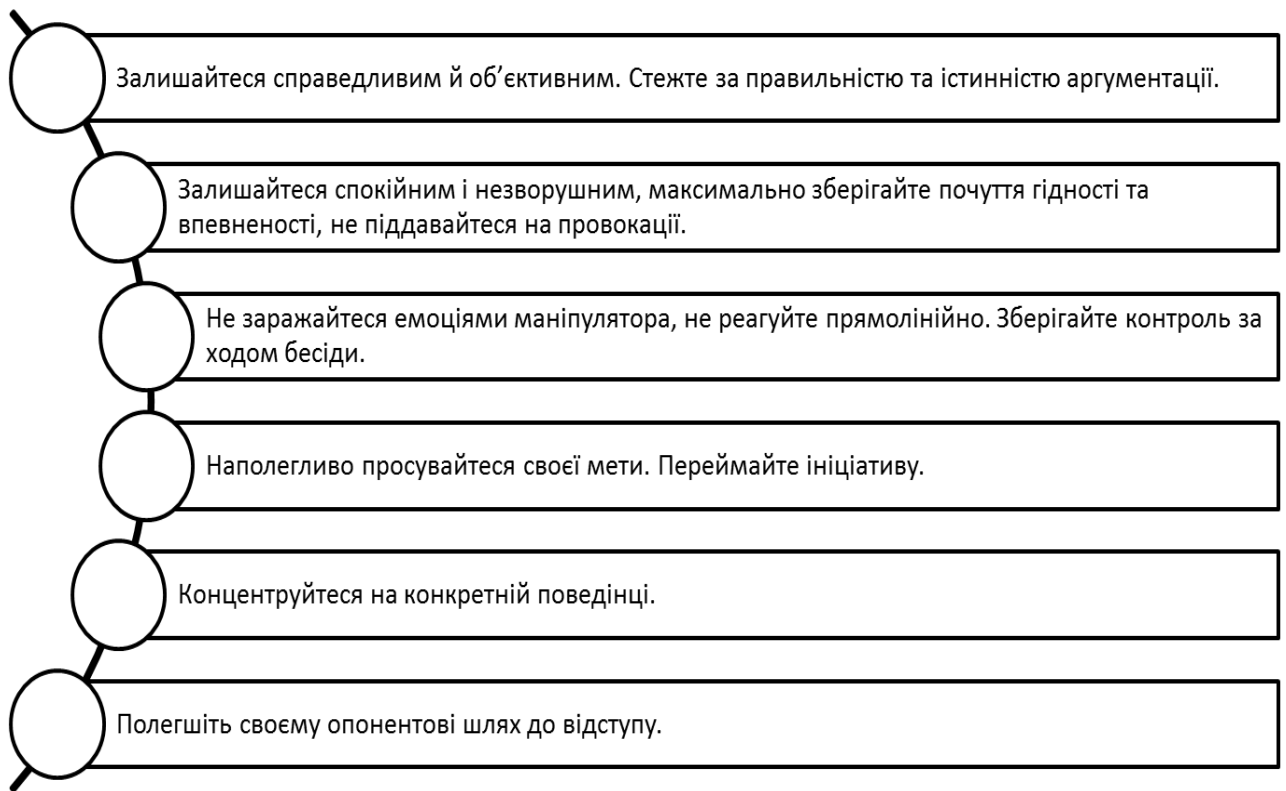


Рис. 3. Модель протидії маніпулюванню А. Ендмюллера та Т. Вільгельма

1. Залишайтеся справедливим й об'єктивним. Стежте за правильністю та істинністю аргументації.

2. Залишайтеся спокійним і незворушним, максимально зберігайте почуття гідності та впевненості, не піддавайтеся на провокації.

3. Не заражайтеся емоціями соціального інженера, не реагуйте прямолінійно. Зберігайте контроль за ходом бесіди. Адресат атаки демонструє типові захисні реакції: соціальний інженер несправедливий або емоційний, і ми стаємо несправедливими й емоційними і т. д. Соціальний інженер – усвідомлено чи ні – спекулює на цих реакціях. Необхідно перервати (заблокувати) роботу механізму реагування на подразник, щоб зберегти контроль за розмовою.

4. Наполегливо просувайтеся своєї мети. Переймайте ініціативу. Стежте за тим, щоб ініціативу не перехопили; до своїх цілей прагніть завзято, якщо цього вимагає ситуація. Варто чітко сформулювати свою мету ще до початку бесіди й подумки її дотримуватися протягом розмови.

5. Концентруйтеся на конкретній поведінці. Забудьте про типи людей. Не варто оцінювати поведінку людини за шаблоном: “рідкісна зануда”, “типовий пліткар” тощо. Стереотипне бачення заважає об'єктивному аналізу ситуації, впорядкуванню й фільтруванню сприйнятого. Людина прагне підтвердити свою шаблонну оцінку, що позбавляє її шансів провести бесіду в потрібному руслі. Краще сконцентруватися на конкретній поведінці, а якщо в ній щось не подобається, прямо висловити це. Наприклад: “Шановний колего, Ви

перериваєте мене вже втретє. Я дав Вам можливість висловитися, тепер дозвольте це зробити мені...”

6. Полегшіть своєму опонентові шлях до відступу. Зробіть можливим повернення до співпраці. І після найгрубших випадів соціального інженера можна повернути розмову в ділове русло, підпорядкувати її пошуку спільного оптимального рішення. Таку можливість пропонують опонентіві, навіть якщо він поводить не зовсім тактовно.

Отже, у мистецтві самозахисту від атак немає і не може бути готових (єдиних) рецептів. Люди незалежно від того, хто з них є суб'єктом соціальної інженерії, а хто – об'єктом, суттєво різняться психічними особливостями та фізичним розвитком. Тому кожна людина може (повинна) створювати свій комплекс прийомів і способів самооборони, який, до речі, не може бути універсальним. При формуванні власної моделі захисту не слід сліпо копіювати те, що роблять чи рекомендують інші: її варто створювати на основі знань про себе, власних навичок, умінь, досвіду та потенційних можливостей. У зв'язку з цим фахівець із проблем психології, тактики й техніки самооборони від хуліганських і злочинних зазіхань. А.Тарас у книзі «Бойова машина: керівництво із самозахисту» наголошує: «В основі самозахисту повинні лежати ті прийоми, які найкраще виходять саме у вас. Тому що захищати свою честь, своє майно, своє здоров'я і своє життя доведеться саме вам, а не іншим». Такий комплекс може бути невеликий за кількістю технічних і тактичних елементів. У ситуаціях “середньої екстремальності” вистачить і мінімуму”.

Пасивні й активні форми захисту можна ефективно використати в процесі політичних переговорів, консультацій, дискусій, ток-шоу, зустрічей кандидатів у народні депутати з виборцями тощо.

Питання про те, де відтворюється психологічний захист (у міжособистісних стосунках чи у внутрішньому світі людини) відходить на другий план, коли мова заходить про використання при цьому стратегії.

В основі численних способів захисту від атак лежить шість так званих базових захисних установок (рис. 4).

Відхід – збільшення дистанції, переривання контакту, переміщення за межі досяжності впливу агресора. Крайнім проявом цієї стратегії може уважатися відчуження, повне заглиблення в себе, відмова від контактів із людьми. Звичайним проявом цього виду захисту є зміна теми бесіди, переривання бесіди під сприятливим приводом, відхід від контактів із неприємними людьми.

Вигнання – збільшення дистанції, видалення агресора. Часто проявляється в звільненні останнього з роботи, виселенні з будинку, засудженні, уїдливого зауваженні, кепкуванні. Граничним проявом такого захисту є вбивство.

Блокування – контроль впливу, виставляння перешкод на його дорозі. Граничний прояв – повна самоізоляція за допомогою активізації певних статусів і підсистем. Повсякденне використання смислових і семантичних (“Я не розумію, про що Ви говорите”), рольових (“я на роботі”) бар'єрів.



Рис. 4. Базові захисні установки захисту від маніпулювання

Управління – контроль впливу агресора, вплив на нього самого. Граничним проявом є підпорядкування собі іншої людини. Звичні способи використання такого захисту – скарги, плач, підкуп, спроби потоваришувати, спровокувати бажану поведінку. Сюди ж відносять і вплив захисного походження.

Завмирання – контроль інформації про самого суб’єкта, її навмисне спотворення або скорочення. Крайня форма – заціпеніння. Найчастіше проявляється в приховуванні почуттів, обмані.

Ігнорування – контроль інформації про агресора, спотворене сприйняття агресора або його погроз. Гранична форма прояву – втрата адекватності сприйняття, ілюзії. Зазвичай проявляється як стереотипізація (“вона просто пустує”), пояснення впливу позитивними намірами (“мені бажують добра”).

Всі ці базові захисні установки можна попарно об’єднати з огляду на пасивність – активність: відхід – вигнання, блокування – управління, завмирання – ігнорування. Кожна пара має своє поле дії. Відхід – вигнання створює дистанцію з агресором, блокування – управління управляє потоком впливу, завмирання – ігнорування працює з інформаційним каналом.

Важливо пам’ятати, що базові захисні установки є такими, що лише спрямовують захисні дії. У житті вони часто використовуються в композиції. Наприклад, поширений жіночий прийом “у сльозах вибігла геть” містить як сам відхід, так і управління (плач).

Виходячи з визначення неспецифічного захисту, не важко зрозуміти, що його механізми починають діяти у відповідь на сам факт присутності загрози й не враховують її характеру. Оскільки вплив найчастіше буває прихованим, наявність загрози адресат сприймає в основному підсвідомо. Захисні дії також

не сприймаються свідомістю, а у випадках, коли вони помічаються, їм знаходять належні пояснення. Наприклад, відхід, що виявляється в спробах змінити що-небудь в зовнішній обстановці, може мати такі пояснення: “Ви не заперечуєте, якщо я відкрию квартиру? Тут дуже накурено”. Поширені прояви дій механізмів неспецифічного захисту такі:

- легке похитування головою в горизонтальній площині в момент, коли адресат уже майже готовий погодитися (підсвідоме управління);
- гострі позиви в туалет, які виникають у адресата в найбільш важливий для соціального інженера момент (несвідома втеча);
- пригнічений стан, сповільнені рухи в момент, коли вплив почав діяти, але адресат ще не зрозумів, що сталося (підсвідоме завмирання).

Можна виділити три підвиди механізмів специфічного захисту залежно від рівня, на якому він діє. До першого рівня належать ті, що мають зв'язок із особливостями загрози, яку несе вплив. Діють вони у власне особистісних структурах. До другого рівня відносять захист, пов'язаний із автоматизмами – психічними процесами, які реалізують вплив. Тут механізми захисту співвідносяться з механізмами. Третій рівень становить захист, пов'язаний із використовуваними соціальним інженером засобами.

Механізми специфічного психологічного захисту першого рівня. Основною мішенню будь-якого впливу є власне особистісні структури опонента, а головна дорога до мети – розщеплювання цих структур. Для того, щоб чуже слово увійшло до свідомості як “своє”, необхідно, аби в цій свідомості було “місце” для іншого, готовність зустрітися з іншим голосом і почути його. Це можливо лише в тому випадку, якщо інший уже живе у свідомості, якщо він є не зовнішнім об'єктом, що сприймається, а вмістом свідомості”.

Соціальний інженер прагне підсилити свого союзника, ослабити мотиви, що суперечать йому. Чим менша кількість внутрішніх суб'єктів бере участь у конфлікті, тим простіше проконтролювати його результат. Часто з метою ізолювати одну підструктуру соціальний інженер звертаючись до адресата, веде розмову з однією із його соціальних або статусних ролей (“Врешті-решт, ти ж батько, замкни сина в будинку і не випускай тижнів два!”). Кращим способом захисту в такій ситуації буде пригадати й інші рольові позиції. Наприклад, відповідь: “Так, але я йому ще й співчуваючий друг, а не просто строгий батько-тиран”, – цілком врятує вас від пропонованих дій.

Самостійний учинок здійснює особистість загалом, із відома всіх її підструктур, тому захист від атак – це передусім захист цілісності особистості, знищення структур, які працюють на користь соціального інженера.

Механізми специфічного психологічного захисту другого рівня. Оскільки соціальний інженер прагне проникнути у внутрішній світ адресата, зачепити його слабкі місця, останній намагається певним чином закритися, не дозволити “зачепити” себе. У чистому вигляді такий опір у житті трапляється рідко і проявляється в словах. Наприклад, фрази “не сип мені сіль на рану”, “не лізь мені в душу”, “не терзай рани”, “дай мені спокій” є чистою перешкодою

впливу. В основному боротьба між соціальним інженером і адресатом тут відбувається за контроль над автоматизмами (психологічними процесами, що становлять механізми впливу).

Найважливіше завдання для адресата на цьому рівні – не дозволити соціальному інженеру запуснути механізм роботи автоматизмів, не дати йому оволодіти ними. Американські психологи стверджують, що в кожній людині є тисячі автоматичних програм. Одна з таких програм поведінки – рукостискання: коли людина простягає руку, ви автоматично подаєте свою у відповідь. Але що станеться, якщо з вами не привітаються, а, наприклад, візьмуть вас за зап'ястя? Порухиться програма. Ви не знаєте, що робити далі, яким має бути наступний крок. І в цей самий час співрозмовник дає вам певну інструкцію, навіювання: “Ми сьогодні обов'язково повинні закінчити всі справи”. Якщо соціальний інженер просто перерве рукостискання й нічого більше не зробить, то людина, з якою так незвично поздоровалися, буде здивована. Тут важливе вербальне навіювання.

Найбільш ефективним проявом захисту автоматизмів вважається непередбачуваність. Якщо реакцію адресата не можна передбачити, то соціальному інженеру ні до чого підстроюватися, його плани руйнуються. Проте через соціальну культуру особа живе під владою, по-перше, стереотипів поведінки та мислення, що склалися в суспільстві, по-друге, очікувань і вимог людей, котрі її оточують, тому непередбачуваність не заохочується.

Так, ефективним захистом від указанного вище впливу, пов'язаного з перериванням автоматизму, буде висмикування руки, але, з іншого боку, цей жест вважається проявом неповаги, невихованості.

Ще один спосіб захисту на цьому рівні – затримка автоматичних реакцій – може виявлятися в тому, що адресат діятиме обережніше, витратитиме більше часу на ухвалення рішень. Наприклад, побачивши в магазині численні реклами, починаєш відчувати необхідності в кожному з пропонованих предметів, проте, якщо обдумати ситуацію пізніше, скажімо удома, ця необхідність відпаде сама собою.

Способи “непередбачуваність” і “затримка автоматичних реакцій” в активному стані можуть проявлятися як спонтанне та навмисне трансформування пропонованого вам образу. Наприклад, при покупці автомобіля у відповідь на створюваний торгівельним агентом образ швидкості, плавності та зручності можна пригадати, скільки грошей іде на бензин та запчастини.

Механізми специфічного захисту третього рівня. Оскільки захист цього рівня пов'язаний із засобами впливу, які використовує соціальний інженер, перерахувати всі можливі захисти не реально через різноманітність засобів впливу. Тут можна виділити дві найбільш загальні стратегії захисту.

Перша стратегія пов'язана з руйнуванням технологічних елементів впливу та передбачає зустрічну активність адресата. Цей процес схожий на боротьбу “хто кого”. У відповідь на бажання соціального інженера приховати факт впливу виникає прагнення розкрити його наміри, зробити “все таємне

явним”. Проявлятися такий захист може як уточнення з недовірливою інтонацією, сумнівом, чіплянням до слів, прямими питаннями: “Куди ви хилите?”, “До чого ця розмова?”, “Скажіть прямо, чого ви хочете”.

У відповідь на психологічний тиск адресат, швидше за все, стане вдаватися до того, в чому він має перевагу (наприклад, можна заздалегідь розробити теми та сюжети розмови з опонентом). Проте тут можлива боротьба і в тому ж середовищі, що обрав соціальний інженер. Скажімо, у відповідь на уповільнення розмови з метою “виснажити” терпіння адресат може вибрати темп ще повільніший, роздумуючи попутно про своє. Ефект такої протидії посилюється неповним включенням адресата в розмову.

Друга стратегія специфічного захисту цього рівня пов’язана з використанням технологічних елементів впливу у своїх інтересах. Часто вона становить зустрічний вплив, підсумком якого є прагнення переграти соціального інженера. Наприклад, ваш співрозмовник під час спілкування ніби випадково відходить від теми. Адресат може підтримати перехід, але на іншу, вигіднішу йому тему або, вислухавши опонента, повернути розмову в попереднє русло. Можливо також, угадуючи наміри соціального інженера, уточнити прямо, чи правильно ви їх зрозуміли. Якщо мета опонента непристойна, то, швидше за все, соціальний інженер відмовиться від неї. Ви можете також погодитися вести бесіду “на тему” далі, проте її сенс для соціального інженера буде втрачений.

На жаль, неможливо передбачити, яку атаку вибере атакуючий, в який період часу, хто буде жертвою, але тим не менш можливо зменшити успішність атаки, використовуючи методи захисту: тестування системи захисту та поінформованість.

Організаційними заходами, якими досягається захист інформації від соціальної інженерії робіт, є:

- використання спеціальних «прозорих» комплексів, які забезпечують чітке розмежування і регулювання прав користувачів;
- виділення робочих груп в залежності від розв’язуваних задач на підприємстві і створення для них універсальних профілів;
- виділення групи осіб, які будить персонально відповідати за групу співробітників для припинення можливих витоків інформації;
- забезпечення наявності документів з переліком допустимого до установки ПЗ;
- навчання користувачів компанії і проведення регулярних інструктажів з захисту активів компанії і благополуччя власне самих користувачів;
- анонімування носіїв, тобто співробітники, що мають доступ до носіїв, не знають, на якому носії яка інформація записана, вони керують лише анонімними номерами носіїв.

У політиці ІБ необхідно чітко прописати дії користувачів, якщо до них приходить електронне повідомлення від невідомого адресата. Також має бути записано правило, яке по кроках описує дії користувача в разі появи діалогових вікон, які дуже властиві операційній системі. Прописати категоричну заборону

на On-line ігри. Заборонити обмін/скачування будь-якого контенту, тому що це є порушенням авторських прав. Також повинні бути прописані чіткі правила по роботі з документами і магнітними накопичувачами, які з тих чи інших причин вже не потрібні. А також необхідно вказати, що при виникненні проблем користувачі можуть робити запити на допомогу тільки у фахівців служби підтримки і ні у кого більше.

Також варто зазначити, що в Україні на даний час не існує нормативного документу, який би регулював норми політик інформаційної безпеки проти впливу на інформаційну систему зловмисника, який володіє навичками соціальної інженерії.

Якщо факт проведення атаки виявлено й розпізнано, але особа, на яку був спрямований вплив, із певних причин (немає бажання (доцільності) конфліктувати, невпевнена у власних силах, невизначена ситуація тощо) не хоче вступати у відкрите протистояння, як правило, обирається пасивний захист. Його основою є уповільнення процесів взаємодії – блокування власних спонтанних реакцій на дії соціального інженера та збивання темпу впливу. Основними формами пасивного захисту виступають зокрема повне або часткове ігнорування слів соціального інженера; ухиляння (відмова) від контакту; тактовне, стримане й несподіване для соціального інженера мовчання; формалізація спілкування; відкладання питання про прийняття остаточного рішення на пізніший час.

Активний захист від впливу проходить у своєму розвитку три етапи: аналіз (установлення факту впливу; оцінювання ситуації; усвідомлення змісту впливу); підготовка (встановлення контролю за емоціями; відновлення силового балансу стосунків); дія (збивання впливу з темпу й ритму; зайняття і декларування чіткої та ясної позиції в питанні, яке є предметом впливу; виведення соціального інженера зі стану емоційної рівноваги; провокування соціального інженера до “самовикриття”, тобто озвучення мети впливу; викриття факту впливу та розкриття її суті; контрвплив).

Завдання і питання для самоперевірки

1. Які базові методи захисту від атак за допомогою методів соціальної інженерії?

2. Охарактеризуйте такий організаційний захід, який повинен бути розглянутий в політиці інформаційної безпеки, як «права локальних користувачів».

3. Охарактеризуйте такий організаційний захід, який повинен бути розглянутий в політиці інформаційної безпеки, як «стандартизація і уніфікація платформи».

4. Охарактеризуйте такий організаційний захід, який повинен бути розглянутий в політиці інформаційної безпеки, як «робота з кадрами».

5. Охарактеризуйте такий організаційний захід, який повинен бути розглянутий в політиці інформаційної безпеки, як «система моніторингу роботи з конфіденційною інформацією».
6. Які правила допоможуть не попадатись на гачки шахраїв?
7. Проаналізуйте основні засади захисту від ряду погроз, якщо соціальний інженер використав такий вектор нападу, як «фішинг».
8. Проаналізуйте основні засади захисту від ряду погроз, якщо соціальний інженер використав такий вектор нападу, як «шкідливі програми».
9. Проаналізуйте основні засади захисту від ряду погроз, якщо соціальний інженер використав такий вектор нападу, як «спливаючі діалогові вікна і додатки».
10. Проаналізуйте основні засади захисту від ряду погроз, якщо соціальний інженер використав такий вектор нападу, як «спам».
11. Проаналізуйте основні засади захисту від ряду погроз, якщо соціальний інженер використав такий вектор нападу, як «on-line ігри» та «Інтернет-пейджери».
12. Проаналізуйте основні засади захисту від ряду погроз, якщо соціальний інженер використав такий вектор нападу, як «телефонія».
13. Проаналізуйте основні засади захисту від ряду погроз, якщо соціальний інженер використав такий вектор нападу, як «служба підтримки».
14. Проаналізуйте основні засади захисту від ряду погроз, якщо соціальний інженер використав такий вектор нападу, як «аналіз сміття».
15. Проаналізуйте основні засади захисту від ряду погроз, якщо соціальний інженер використав такий вектор нападу, як «технічний канал».
16. Проаналізуйте основні засади захисту від ряду погроз, якщо соціальний інженер використав такий вектор нападу, як «соціальний канал».
17. Проаналізуйте основні засади захисту від ряду погроз, якщо соціальний інженер використав такий вектор нападу, як «особистісний канал».
18. Назвіть найефективніші форми пасивного захисту?
19. Які прийоми належать до техніки ухилення?
20. Розкрийте прийоми, які передбачає використання техніка відмови.
21. Які основні прийоми захисту від впливу методів соціальної інженерії шляхом збереження самовладання уважають фахівці?
22. Назвіть основні фази активного захисту.
23. Охарактеризуйте модель протидії атакам за допомогою методів соціальної інженерії, яку запропонували німецькі дослідники Андреас Ендмюллер та Томас Вільгельм.
24. Розкрийте організаційні заходи, якими досягається захист інформації від соціальної інженерії робіт.

Рекомендована література до розділу 9

1. Соціальна інженерія (сучасні технології та шляхи захисту): навч. посіб. / за заг. ред. В.М.Петрика. – К., 2017. – 80 с.
2. Інформаційна безпека держави: підручник / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Д.С. Мельник та ін.]; в 2 т. – Т. 2. / за заг. ред. В.М. Петрика. – К.: Вид-во ІСЗЗІ НТУУ, 2016. – 328 с.
3. Информационно-психологическое противоборство: учебник / [Петрик В. М., Присяжнюк Н. Н., Жарков Я. Н. и др.]; под ред. В. М. Петрика. — К.: Изд-во ИССЗИ КПИ им. Игоря Сикорского, 2018. – 374 с.
4. Інформаційна безпека держави: підручник / [В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк, Д.С.Мельник та ін.]; в 2 т. / – К. : Вид-во ІСЗЗІ НТУУ «КПШ», 2016. – Т. 2. – 328 с.
5. Бойова машина. Керівництво по самозахисту./ А.Є. Тарас – Харвест, 1997. . – 140 с.
6. Кузнецов М. В. Социальная инженерия и социальные хакеры / М. В. Кузнецов, И. В. Симдянов. – СПб: БХВ-Петербург, 2007. – 368 с.
7. Литвак М. Е. Психологический вампиризм / М.Е. Литвак– Ростов н/Д: «Феникс», 2010. – 143 с.
8. Мандиа К. Защита от вторжений. Расследование компьютерных преступлений / К. Мандиа, К. Просис – М.: «ЛОРИ», 2005.– 476 с.
9. Митник К.Д. Мистецтво обману/ К. Д. Митник, В. Л. Саймон. – М.: Компанія АйТі, 2004. – 360 с.
- 10.Роуз М. Соціальна інженерія [Електронний ресурс] / Маргарет Роуз. – Режим доступу до ресурсу: <http://searchsecurity.techtarget.com/definition/social-engineering>.
- 11.Соціальна інженерія: Основи [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.csoonline/>
- 12.Скиба В.Ю. Руководство по защите от внутренних угроз информационной безопасности. / В.Ю.Скиба, В.А. Курбатов. – СПб.: Питер, 2008. – 320 с.
- 13.Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / [В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк, Л.Ф.Компанцева, Є.Д.Скулиш, О.Д.Бойко, В.В.Остроухов]; за заг. ред. Є.Д.Скулиша. – К.: Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2010. – 248 с.
- 14.Тарасов В.К. Искусство управленческой борьбы./ В.К. Тарасов. – Добрая книга, 2007. – 650 с.
- 15.Техніки маніпуляції. Розпізнавання і протидія./ Андреас Ендмюллер, Томас Вільгельм. – «Омега-Л», 2006. – 131 с.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агаев Н. А. Сучасний тероризм — причини і прояви / [Н. А. Агаєв, М. О. Карпов, О. Ф. Хміляр, В. В. Єфімова]. — К.: Молода нація, 2005. — 110 с.
2. Агеенкова Е. К. Особенности проявления психосоциальной зависимости в неокультах // Терапія та профілактика психологічних і соціальних залежностей. Збірник статей за матеріалами міжнародної конференції 27-28 вересня 2006 року, К., 2006. — С. 139–146.
3. Актуальные проблемы разработки и внедрения социальных технологий в трудовых коллективах. — М.: Знание, 1991. — 144 с.
4. Американская социологическая мысль / [Р. Мертон, Дж. Мид, Т. Парсонс, А. Шюц]; под ред. В. И. Добренкова. — М.: Изд-во МГУ, 1994. — 496 с.
5. Андреева Г. М. Социальная психология. — М.: Аспект Пресс, 2000. — 376 с.
6. Антипенко В. Ф. Современный терроризм: состояние и возможности его упреждения (Криминологическое исследование). — К., 1998. — 236 с.
7. Бадрак В. В. Факторы эффективности влияния печатных СМИ (прессы) на электорат: Автореф. дис. канд. юрид. наук.: 10.01.08. — К.: КНУ им. Т. Шевченко, 2000. — 23 с.
8. Бажин Е. Ф. Исследование образного уровня восприятия эмоций (на примере аудиовизуального соответствия) [Психологический журнал Бажин Е. Ф., Корнева Т. В., Эткинд А. М.]. — Л., 1981. — № 4. — С. 81-84.
9. Бегич Н. Никола Тесла и его дьявольское оружие / Бегич Н., Мэннинг Д. — М.: Яуза: Эксмо, 2009. — 384 с.
10. Бестужев-Лада И. В. Социальный прогноз и социальное нововведение // Социол. исследования. — 1990. — № 8. — С. 87-93.
11. Бехтерев В. М. Избранные работы по социальной психологии. — М.: Наука, 1994. — С.87.
12. Исламская идентичность в Украине / А. В. Богомолов, С. И. Данилов, И. Н. Семиволос, Г. М. Яворская. — К.: ИД «Стилос», 2006. — 200 с.
13. Бойко О. Д. Політичне маніпулювання. / О. Д. Бойко. — К., 2010. — 432 с.
14. Тарас А. Є. Бойова машина. Керівництво по самозахисту. / А. Є. Тарас — Харвест, 1997. — 140 с.
15. Борисова А. А. Восприятие эмоционального состояния человека по интонационному рисунку речи / Вопросы психологии. — 1989. — № 1. — С. 7–9.
16. Бородкин Ф. М., Володина Н. П. Социальная напряженность и агрессия // Мир России. — 1997. — № 4. — С. 107-151.
17. Брилев Д. В. Британская разведка займется «Братьями-мусульманами» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://umma.ua/ru/news/world/Britanskaya_razvedka_zaymetsya_Bratyami-musulmanami/24916
18. Брилев Д. В. Генезис и сущность радикального исламизма в контексте

глобализационных процессов / Д. В. Брилев // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 9. Исследования молодых ученых. Вып. 8., 2009. — С. 9-13.

19. Брилев Д. В. Модернистские группы Украины в международном контексте / Д. В. Брилев // Ислам в мультикультурном мире: Мусульманские движения и механизмы воспроизводства идеологии ислама в современном информационном пространстве: сб. ст. / отв. ред. Д. В. Брилев. — Казань: Казан. ун-т, 2014. — С. 55-66.

20. Брильов Д. В. Ісламський фактор в державно-конфесійній політиці України: внутрішньо- та зовнішньополітичний аспекти / Д. В. Брильов // Державно-конфесійні відносини в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку / за ред. Бондаренко В. Д. та Мищака І. М. — К.: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2012. — С. 22-39.

21. Быкова О. Н. Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ / О. Н. Быкова // Вестн. Российской риторической ассоциации. — Вып. 1 (9). — Красноярск, 2000. — С. 42-53.

22. Васильев А. М. Пуристане ислама? Ваххабизм и первое государство Саудитов в Аравии (1744/45-1818) / А. М. Васильев. — М.: Наука. Главная редакция восточной литературы, 1967. — 264 с.

23. Вишневский Ю. Третий сектор по-украински: под властью и под бизнесом / Ю. Вишневский // Комментарии. — 2013. — № 16-17 (26 апреля – 3 мая). — С. 15-16.

24. Воеводин А. И. Стратегемы — стратегии войны, манипуляции, обмана / А. И. Воеводин // Издание второе дополненное. — М.: Белые альвы, 2003. — 256 с.

25. Волков Е. Н. Преступный вызов практической психологии: Феномен деструктивных культов и контроля сознания (введение в проблему) / Е. Н. Волков // Журнал практического психолога. — 1996. — № 2. — С. 87-93.

26. Волковский Н. Л. История информационных войн. / Н. Л. Волковский; в 2 ч. — СПб.: Полигон, 2003. — Ч. 1. — 502 с.

27. Волковский Н. Л. История информационных войн. / Н. Л. Волковский; в 2 ч. — СПб.: Полигон, 2003. — Ч. 2. — 736 с.

28. Воробьев О. Ю. Вероятностное множественное моделирование. / О. Ю. Воробьев, Э. Н. Валендик. — Новосибирск: Наука. — 159 с.

29. Глазьев С. Ю. Закономерности социальной эволюции: вопросы методологии / С. Ю. Глазьев // Социологические исследования. — 1996. — № 6. — С. 50-62.

30. Гогун А. Черный PR Адольфа Гитлера: Документы и материалы. / А. Гогун. — М: Эксмо, Яуза, 2004. — 416 с.

31. Гордилов В. А. Социальные технологии в контексте новой парадигмы социального познания / [Гордилов В. А., Гордилова О. А.] // Социальные технологии: вопросы теории и практики. — Ростов н/Д: Сев-Кавк. Акад. Гос. службы, 1992. — С. 22-23.

32. Горохов В. Г. Философско-методологические исследования инженерной деятельности / В. Г. Горохов // Филос. науки. — 1982. — № 6. — С. 77-84.
33. Грановеттер М. Сила слабых связей / М. Грановеттер // Экономическая социология. — 2009. — Т. 10. — № 4. — С. 31-50.
34. Грачев Г. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. / Г. Грачев, И. Мельник. — М.: Изд-во РАГС, 1998. — 226 с.
35. Гришин Е. В. Стереотипы и их влияние на электоральное поведение / Е. В. Гришин // Вестник МГОУ. — Серия «Психологические науки». — 2007. — № 2. — С. 193-200.
36. Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера Земли. / Л. Н. Гумилев. — М.: «Институт ДИ-ДИК», 1997. — 640 с.
37. Данич В. Н. Модели и реальная динамика лавинообразных социально-экономических процессов / В. Н. Данич // Економічна кібернетика. — 2008. — № 1-2(49-50). — С. 54-59.
38. Диалектика социальных процессов. — Хабаровск: Издательство «Амур» 1991. — 143 с.
39. Дилигенский Г. Г. Социально-политическая психология / Г. Г. Дилигенский. — М.: Наука, 1994. — С. 24-25.
40. Добаев И. П. Радикальный ваххабизм как идеология религиозно-политического экстремизма / И. П. Добаев // Известия ВУЗов. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. — 2003. — № 2. — С. 3-9.
41. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. — М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. — 344 с.
42. Дудченко В. В., Макаревич В. Н. Социоинженерная деятельность, социальное проектирование, социальная технология / [Дудченко В. В., Макаревич В. Н.] // Марксистско-ленинская социология. — М.: Изд-во МГУ, 1989. — 271 с.
43. Дугин А. Основы геополитики. Геополитическое будущее России / А. Дугін. — Москва, 1997. — 591 с.
44. Дятченко Л. Я. Социальные технологии в управлении общественными процессами / Л. Я. Дятченко. — М.; Белгород, 1993. — 112 с.
45. Егорова-Гантман Е. В. Политическая реклама. / [Егорова-Гантман Е. В., Плешаков К. В.] // Центр политического консультирования «Николо М». — М., 1999. — 240 с.
46. Жетписбаев А. О. Неправительственные организации: основные типы, функции и место в политической системе / А. О Жетписбаев // Вестник Карагандинского госуниверситета. — 2006. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.articlekz.com/article/5319>.
47. Жуков Г. Ф. Деловые игры в деле / Г. Ф. Жуков // Экономика и организация промышленного производства. — 1980. — № 9. — С. 75-85.
48. Жукова Н. В. Индикаторы социального развития как инструмент социального программирования: зарубежный опыт / Н. В. Жукова //

Социология: методология, методы и математические модели. — 1993–1994. — № 3-4. — С. 110-153.

49. Закон України «Про боротьбу з тероризмом» від 20 березня 2003 р. // Відомості Верховної Ради України. — 2003. — № 25. — Ст. 180.

50. Закон України «Про громадські об'єднання» від 22 березня 2012 р. // Відомості Верховної Ради України. — 2013. — №1. — Ст. 1.

51. Закон України «Про інформацію» від 2 жовтня 1992 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1992. - №48. — Ст. 650.

52. Игнатенко А. А. Обыкновенный ваххабизм, часть 2. Особенности учения «единобожников» [Электронный ресурс] / А. А. Игнатенко. — Режим доступа к журн.: <http://old.russ.ru/politics/20010917-ign.html>.

53. Ильин Е. П. Эмоции и чувства / Е. П. Ильин. — СПб: Питер, 2001. — 752 с.

54. Информационно-психологическая и психотронная война. Хрестоматия / Под общ. ред. А. Е. Тараса. — Минск: Харвест, 2003. — 432 с.

55. Інформаційна безпека держави у контексті протидії інформаційним війнам: навч. посіб. / [Рось А. О., Явтушенко А. М., Жарков Я. М. та ін.] / за ред. В.Б. Толубка. — К.: НАОУ, 2004. — 315 с.

56. Інформаційна боротьба: теоретичні та військово-прикладні аспекти: навчальний посібник. / [Рось А. О., Явтушенко А. М., Жарков Я. М. та ін.] / за ред. В. Б. Толубка. — Київ: НАОУ, 2003. — 218 с.

57. Канах А. Сучасні ідеологічні основи діяльності Асоціації братів мусульман / А. Канах // Українське релігієзнавство. — 2003. — № 25. — С. 23-31.

58. Кара-Мурза С. Г. Власть манипуляции / С. Г. Кара-Мурза. — М.: Академический Проект, 2007. — 384 с.

59. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. — М.: Алгоритм, 2000. — 484 с. www.kara-murza.ru/manipul.htm.

60. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием: навчальний посібник / С. Г. Кара-Мурза. — К.: Оріони, 2003. — 500 с.

61. Кара-Мурза С. Г. Правда про «помаранчеву революцію» / С. Г. Кара-Мурза. — К.: Оріяни, 2007. — 128 с.

62. Кара-Мурза С. Г. Оранжевая мина / [Кара-Мурза С. Г., Александров А. А., Мурашкин М. А., Телегин С. А.]. — М.: Алгоритм, 2008. — 240 с.

63. Кононов М. Психологические особенности информационного воздействия на сознание избирателя / М. Кононов // Власть, 2008. — № 5. — С. 57-61.

64. Корнева Т. В., Бажин Е. Ф. О роли профессионального и полового факторов в аудиторской оценке эмоционально окрашенной речи / [Корнева Т. В., Бажин Е. Ф.] // Проблемы космической биологии. — М., 1977. - Т. 34. — С. 293-299.

65. Коровиков А. В. Исламский экстремизм в арабских странах / [Коровиков А. В.] — М.: Наука. Главная редакция восточной литературы, 1990. — 170 с.

66. Коровин В. М. Главная военная тайна США. Сетевые войны / В. М. Коровин. — М.: Яуза: Эксмо, 2009. — 288с. — (Войны XXI века).
67. Крымский С. Б. Верификация социальных прогнозов (методологический аспект) / [Крымский С. Б., Пилипенко В. Е., Салюк Ю. В.]. — К.: Наук. думка, 1992. — 114 с.
68. Крысько В. Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / В. Г. Крысько; под общ. ред. А. Е. Тараса. — Минск: Харвест, 1999. — 448 с.
69. Кузнецов М. В. Социальная инженерия и социальные хакеры / М. В. Кузнецов, И. В. Симдянов. — СПб: БХВ-Петербург, 2007. — 368 с.
70. Куліш І. В. Ісламський фундаменталізм: релігійно-політична сутність і форми прояву (на матеріалах Арабської Республіки Єгипет): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філософ. наук: 09.00.11 «Релігієзнавство» / І. В. Куліш. — К., 2003. — 18 с. — укр.
71. Лабунская В. А. Экспрессия человека: общение и межличностное познание / В. А. Лабунская. — Ростов/н/Д: Феникс, 1999. — 608 с.
72. Ле Бон Г. Психология народов и масс / Г. Ле Бон — М.: АСТ, 2000. — 320 с.
73. Литвак М. Е. Психологический вампиризм / М. Е. Литвак. — Ростов н/Д: «Феникс», 2010. — 143 с.
74. Ліпкан В. А. Тероризм і національна безпека України / В. А. Ліпкан. — К.: Знання, 2000. — 184 с.
75. Мандиа К. Защита от вторжений. Расследование компьютерных преступлений / К. Мандиа, К. Просис. — М.: «ЛОРИ», 2005.— 476 с.
76. Манеров В. Х. Экспериментально-теоретические основы социальной идентификации и интерпретации говорящего: автореф. дис. д-ра наук / В. Х. Манеров. — СПб.: 1993. — 54 с.
77. Марігелла Карлос «Бразильская герилья (Краткий учебник городского партизана)» [Электронный ресурс]/ Марігелла Карлос. — Режим доступа: <http://www.e-reading.club/book.php?book=86626>.
78. Маркарян Э. С. К задаче установления видов эквивалентности культурных явлений / Э. С. Маркарян // Культурное наследие востока. Проблемы, поиски, суждения. — Л.: Наука, 1985. — С. 332-337.
79. Маркелова Н. В. Механизмы социализации и их роль в процессе формирования представлений об успешности личности / Н. В. Маркелова // Сборник научных трудов Северо-Кавказского государственного технического университета. — Серия «Гуманитарные науки». — 2005. — №1 (13). — С. 32-39.
80. Мельник Д. С. Предупреждение манипулирования общественным сознанием с использованием средств массовой информации / [Мельник Д. С., Лашкет Е. С.] // Юридический советник. — 2006. — №3 (11). — С. 133-137.
81. Мерзлякова О. Л. Методика дослідження вразливості людини перед маніпуляційним впливом / [Мерзлякова О. Л., Колісник О. І.] // Терапія та профілактика психологічних і соціальних залежностей: збірник статей за

матеріалами міжнародної конференції 27-28 вересня 2006 року. — К., 2006. — С. 82-92.

82. Митник К. Д. Мистецтво обману/ К. Д. Митник, В. Л. Саймон. — М.: Компанія АйТі, 2004. — 360 с.

83. Мудрецы поднебесной. — Симферополь: «Реноме», 1998. — 384 с.

84. Мудрик А. В. Социальная педагогика / А. В. Мудрик; под ред. В. А. Слостенина. — 3-е изд. испр. и доп. — М.: Изд. центр «Академия», 2000. — 200 с.

85. Музичко О. Є. Проросійські суспільно-політичні організації на півдні України як фактор дестабілізації ситуації в регіоні: сучасний стан проблеми та шляхи її вирішення / О. Є. Музичко // Стратегічні пріоритети. — 2006. — № 1. — С. 42-43

86. Нарис теорії і практики інформаційно-психологічних операцій / [Дзюба М. Т., Жарков Я. М., Ольховой І. О., Онищук М. І.]: навч. посібник / за заг. ред. В. В. Балабіна. — К.: ВІПІ НТУУ «КПІ», 2006. — 468 с.

87. Науково-практичний коментар Кримінального кодексу України / за заг. ред. Литвинова О. М. — К.: Центр учбової літератури, 2017. — 528 с.

88. Нгуен Ки Тьонг. Склонность к стилям руководства преподавателей физической культуры: автореф. дис. канд. психол. наук. — СПб., 2000. — 22 с.

89. Ожиганов Э. Н. Политическая теория Макса Вебера / Э. Н. Ожиганов. — Рига: Зинатне, 1986. — 112 с.

90. Ольшанский Д. В. Психология терроризма / Д. В. Ольшанский. — СПб.: 2002. — 288 с.

91. Орлов Ю. Я. Крах немецко-фашистской пропаганды в период войны против СССР / Ю. Я. Орлов. — М: МГУ, 1985. — 176 с.

92. Патрикеева Н. Общественный контроль СМИ в Украине: реальное состояние и перспективы. 29-04-2015 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytika/hromadskyuy-kontrol-zmi-v-ukrayini-realnyu-stan-ta-perspektyvy.html>.

93. Переверзева И. А. Проявление индивидуальных различий по эмоциональности в функции контроля за эмоциональной экспрессией / И. А. Переверзева // Вопросы психологии. — 1989. — №1. — С. 113-117.

94. Петрик В. М. Інформаційно-психологічне протиборство (еволюція та сучасність): навч. посіб. / [Петрик В. М., Бакалинський О. О., Жарков Я. М. та ін.] — К. : Вид-во ІСЗЗІ НТУУ «КПІ», 2012. — 248 с.

95. Петрик В. М. Інформаційна безпека держави: підручник/ [Петрик В. М., Присяжнюк М. М., Мельник Д. С. та ін.]; в 2 т. — К.: Вид-во ІСЗЗІ НТУУ «КПІ», 2016. — Т. 1. — 264 с.

96. Петрик В. М. Інформаційна безпека держави: підручник/ [Петрик В. М., Присяжнюк М. М., Мельник Д. С. та ін.]; в 2 т. — К.: Вид-во ІСЗЗІ НТУУ «КПІ», 2016. — Т. 2. — 328 с.

97. Петрик В. М. Информационно-психологическое противоборство: учебник / [Петрик В. М., Присяжнюк Н. Н., Жарков Я. Н. и др.]; под ред. В. М. Петрика. — К.: Изд-во ИССЗИ КПИ им. Игоря Сикорского, 2018. — 374 с.

98. Петрик В. М. Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации: учеб. пособ. / [Петрик В. М., Остроухов В. В., Штоквиш А. А. и др.]; под. ред. В. В. Остроухова. — К., 2008. — 544 с.
99. Петрик В. М. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти): підручник / [Петрик В. М., Остроухов В. В., Присяжнюк М. М. та ін.]; за ред. Є. Д. Скулиша. — К., 2010. — 776 с.
100. Петрик В. М. Історія інформаційно-психологічного протиборства: підручник / [Петрик В. М., Присяжнюк М. М., Жарков Я. М. та ін.]; за ред. Є. Д. Скулиша. — К.: Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2011. — 202 с.
101. Петрик В. М. Новітні та нетрадиційні релігії і містичні рухи України: Підручник/ [Петрик В. М., Бедь В. В., Базик Д. В. та ін.]; за заг. редакцією Бедь В. В., Петрика В. М. — К.: ПАТ «ВІПОЛ», 2016. — 342 с.
102. Петрик В. М. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб. / [Петрик В. М., Присяжнюк М. М., Компанцева Л. Ф. та ін.]; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. — К.: Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2010. — 238 с.
103. Подборка о суггестивных методах. — [Электронный ресурс]. http://vm.msun.ru/Art_school/Suggestiv.htm.
104. Полторак В. А. Соціологія. Основи соціології праці та управління / В. М. Полторак. — К., 1992. — 287 с.
105. Поляков К. И. Арабский Восток и Россия: проблема исламского фундаментализма / К. И. Поляков. — М.: Эдиториал УРСС, 2001. — 160 с.
106. Попова И. М. От социального знания к социальной инженерии / И. М. Попова // Социол. исследования. — 1988. — № 1. — С. 26-32.
107. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. — М.: Релф-бук, — К.: Ваклер, 2000. — 528 с.
108. Почепцов Г. Г. Информация и дезинформация / Г. Г. Почепцов. — К.: Ника-Центр, Эльга, 2001. — 256 с.
109. Почепцов Г. Г. Психологические войны / Г. Г. Почепцов. — М.: Релф-бук, — К.: Ваклер, 2000. — 528 с.
110. Предотвращение концентрации СМИ и обеспечения прозрачности отношений собственности относительно СМИ: опыт стран Европы и предложения для Украины. Институт прикладных правовых исследований «Право». — К., 2007 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mirznanii.com/a/39914/zapobgannya-kontsentrats-zm-ta-zabezpechennya-prozorost-vdnosin-vlasnost-shchodo-zm>.
111. Прогнозирование и оценка научно-технических нововведений. — К.: Наук. думка, 1983. — 276 с.
112. Пронин И. П. Психологические аспекты влияния деструктивных культов на личность / И. П. Пронин // Вопросы психологии, 2003. — № 6. — С. 81-92.
113. Психолінгвістическіе проблемы массовой коммуникации. — М: Наука, 1974. — 147 с.

114. Резник Ю. М. Социальная инженерия в системе социологического образования / Ю. М. Резник // Социол. исследования. — 1994. — № 5. — С. 14-22.
115. Резник Ю. М. Социальная инженерия: предметная область и границы применения / Ю. М. Резник // Социол. исследования. — 1994. — № 2. — С. 72-87.
116. Роквилл Подбранник «Черный сентябрь и операция «возмездие» [Электронный ресурс] / Р. Подбранник. Режим доступа до ресурсу: <http://www.kontinent.org/article.php?aid=4aa9a892f3a73>.
117. Роуз М. Соціальна інженерія [Электронный ресурс] / Маргарет Роуз. Режим доступа до ресурсу: <http://searchsecurity.techtarget.com/definition/social-engineering>.
118. Рошин С. К. Психология и журналистика / С. К. Рошин — М.: Наука, 1989. — 192 с.
119. Рубан Л. С. Девиация как проблема безопасности / Л. С. Рубан // Социологические исследования. — 1999. — № 5. — С. 70-74.
120. Самохвалов В. П. Психический мир будущего / В. П. Самохвалов. — Симферополь: КИТ, 1998. — 400 с.
121. Сафронов А. Г. Социально индуцируемые невроты / А. Г. Сафронов // Актуальні питання філософії, науки та сучасних технологій. — Вісн. Харк. держ. ун-ту, 1997. — № 388. — С. 22-26.
122. Северцов А. Н. Главные направления эволюционного процесса / А. Н. Северцов. — М., 1967. — С. 81.
123. Семиченко В. А. Проблемы мотивации поведения и деятельности человека / В. А. Семиченко. — К.: Миллениум, 2004. — 521 с.
124. Симонов П. В. Темперамент. Характер. Личность / [Симонов П. В., Ершов П. М.] — М.: Наука, 1984. — 160 с.
125. Скиба В. Ю. Руководство по защите от внутренних угроз информационной безопасности. / В. Ю. Скиба, В. А. Курбатов. — СПб.: Питер, 2008. — 320 с.
126. Современные социальные технологии: сущность, многообразие форм и внедрения: Материалы международной научно-практической конференции в Белгороде, 18-20 апреля 1991 г. Т. 1-4. Белгород, 1991.
127. Социальная инженерия: в 2 ч. — Ч. 1. Теоретико-методологические проблемы: курс лекций / под ред. Ю. М. Резника, В. В. Щербины. — М.: Союз, 1994. — 147 с.
128. Соціальна інженерія: Основи [Электронный ресурс] — Режим доступа до ресурсу: <http://www.csoonline/>
129. Тарасов В. К. Искусство управленческой борьбы / В. К. Тарасов. — М.: Добрая книга, 2007. — 650 с.
130. Тероризм: теоретико-прикладні аспекти: навчальний посібник / кол. авторів; за заг. ред. проф. В. К. Грищука. — Львів: ЛьвДУВС, 2011. — 328 с.
131. Техніки маніпуляції. Розпізнавання і протидія / Андреас Ендмюллер, Томас Вільгельм. — «Омега-Л», 2006. — 131 с.

132. Толубко В. Б. Інформаційна боротьба (концептуальні, теоретичні, технологічні аспекти): монографія / Толубко В. Б. — К.: НАОУ, 2003. — 315 с.
133. Уайнхолд Б. Освобождение от созависимости / Б. Уайнхолд, Дж. Уайнхолд. — М.: «Класс», 2003. — 224 с.
134. Угринович Д. М. Психология религии / Д. М. Угринович. — М.: Политиздат, 1986. — 350 с.
135. Ушаков Г. К. Пограничные нервно-психические расстройства / Г. К. Ушаков. — М.: Медицина, 1987. — 304 с.
136. Фрейд З. Будущее одной иллюзии / З. Фрейд // Психология масс и анализ человеческого «Я». — М.: Изд-во АСТ, 2004. — С. 110-189.
137. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого «Я» / З. Фрейд // Психология масс и анализ человеческого «Я». — М.: Изд-во АСТ, 2004. — С. 3-109.
138. Фрейд З. Я и Оно / З. Фрейд. — М.: МПО «МЭТТЭМ», 1990. — 56 с.
139. Фролова Е. В. Психометрическая характеристика опросника Б. Уайнхолда для диагностики межличностной зависимости / Е. В. Фролова // Терапія та профілактика психологічних і соціальних залежностей: збірник статей за матеріалами міжнародної конференції 27-28 вересня 2006 року, К., 2006. — С. 92-98.
140. Хассен С. Освобождение от психологического насилия: Деструктивные культы, контроль сознания, методы помощи / С. Хассен. — СПб.: Прайм-Еврознак, 2001. — 400 с.
141. Целикова В. В. Групповое мышление как механизм влияния на личность в деструктивном культе / В. В. Целикова // Журнал практического психолога, 1997. — № 1. — С. 98-101.
142. Цициашвили Г. Ш., Беспалов В. М., Осипова М. А. Кооперативные и декомпозиционные эффекты в многоэлементных стохастических системах / [Цициашвили Г. Ш., Беспалов В. М., Осипова М. А.]. — Владивосток: Даль наука, 2003. — 237 с.
143. Чуприков А. П. Латеральная терапия / [Чуприков А. П., Линев А. Н., Марценковский И. А.]. — К.: Здоров'я, 1994. — 176 с.
- Шарп Джин. Від диктатури до демократії: концептуальні засади здобуття свободи/ Ін-т ім. А. Енштейна, 2012 – 84 с.
144. Яцик Т. П. Особливості інформаційного тероризму як одного із способів інформаційної війни [Електронний] Режим доступу: file:///C:/Users/%D0%97%D0%B0%D0%BC_%D0%BD%D0%B0%D1%87/Desktop/Nvnudpsu_2014_2_10.pdf.

ІМЕННИЙ ПОКАЖЧИК

Андропов Ю.	132
Аристотель	58, 85, 86
Байда-Вишневецький Д.	62
Бжезінський З.	189, 191
Береза Б.	24
Брежнєв Л.	190
Буш Д. (молодший)	72
Вітгенштейн	119
Власов Г.	148
Геббельс Й.	47, 49, 76, 93, 96, 98, 137, 139-144, 147, 160
Геродот	109
Гітлер А.	49, 50, 73, 93, 96, 98, 136-139, 141-147, 152, 168, 186, 188
Горбачов М.	43, 176, 177, 180, 187, 190, 191
Гуттенберг І.	105, 112, 113
Гуттенром У.	113
Даллес А.	186-189, 193
Дашкович О.	116
Жириновський В.	46, 71
Сократ	109
Карл V	113
Каплін С.	24
Кейсі У.	179
Кіссинджер Г.	189, 191
Ксеркс	116, 117
Кутузов М.	118, 123
Ленін В.	53, 93, 185, 191
Лісандр	108
Лі Юань	106
Луценко Ю.	71
Лютер М.	113, 114, 143
Ляшко О.	24
Македонський О.	109
Маркс К.	36, 53, 72
Мільтон Д.	114
Наливайко С.	116, 117
Наполеон Б.	118-122, 124
Нор'єга Д.	168
Петро І	115
Павло IV	113
Плутарх	109
Пушкін А.	46, 54, 72

Рамзес II	108
Рейган Р.	44, 88, 178, 179, 183, 191, 193
Рокфеллер Дж.	189
Рокфеллер Д.	189, 190
Роттердамський Е.	113
Рузвельт Ф.	184
Сигізмунд I	116
Софокл	109
Сталін Й.	186, 188, 190, 191
Суворов О.	123
Сунь-Цзи	83, 106, 107, 124
Тотлебен	119
Трумен Г.	186
Тягнибок О.	71
Фемістокл	109
Філіпп	109
Фрунзе М.	134
Хмельницький Б.	117
Хрущов М.	188
Черненко	190
Черчилль У.	184, 186
Чингізхан	110
Ян-Ді	106

ТЕМАТИЧНИЙ ПОКАЖЧИК

А

Акція інформаційного впливу (АІВ) 10, 23, 26-31, 33, 109, 110

Д

Дезінформування 30, 33, 108, 118, 122, 165, 170

З

Забезпечення інформаційної безпеки (ЗІБ) 2, 4, 5, 6, 21, 195, 196, 198, 200, 202, 208, 211, 213, 217, 224-226, 228, 237-239, 241, 253-256, 262

Засоби масової інформації (ЗМІ) 6, 16, 18, 20, 25, 29, 36, 38, 39, 42, 47, 70-72, 74, 75, 77, 80, 87, 90-95, 168-172, 177, 180-182, 190, 195, 197, 202, 218, 219, 231, 253

І

Інформаційна безпека (ІБ) 2, 3, 5, 6, 9, 10, 15, 22, 27, 33, 67, 75, 104, 125, 160, 195-197, 199, 207, 208, 239, 252, 254

інформаційна безпека держави 1, 2, 5, 6, 10, 160, 264

інформаційна безпека суспільства 10

інформаційна безпека особи 10, 15, 21

Інформаційна війна (ІВ) 3, 23-27, 110, 112, 113, 184

Інформаційний вплив 10, 11, 21, 26

інформаційно-технічний вплив (ІТВ) 11, 21, 24

інформаційно-психологічний вплив (ІПсВ) 11, 12-16, 19, 21-24, 33, 69, 109-111, 118, 123, 124, 148, 150, 152, 155, 159, 161, 163, 164, 166, 168-172, 175

Інформаційне протиборство (ІП) 23, 24, 178

інформаційно-психологічне протиборство (ІПсП) 4, 22, 27, 67, 75, 106, 112, 115, 117, 123-126, 147, 160, 161, 164, 169, 194, 261

Н

Навіювання 11, 12, 21, 35, 40, 76, 82, 95, 96, 128

Національна безпека 5, 183

П

Паблік рилейшнз (піар або ПР) 5, 40-44, 49, 183

Пропаганда 30, 31, 40, 50, 67, 96, 111, 130, 137, 144, 158

Психологічна операція (ПсО) 25, 161, 162, 164-170, 172

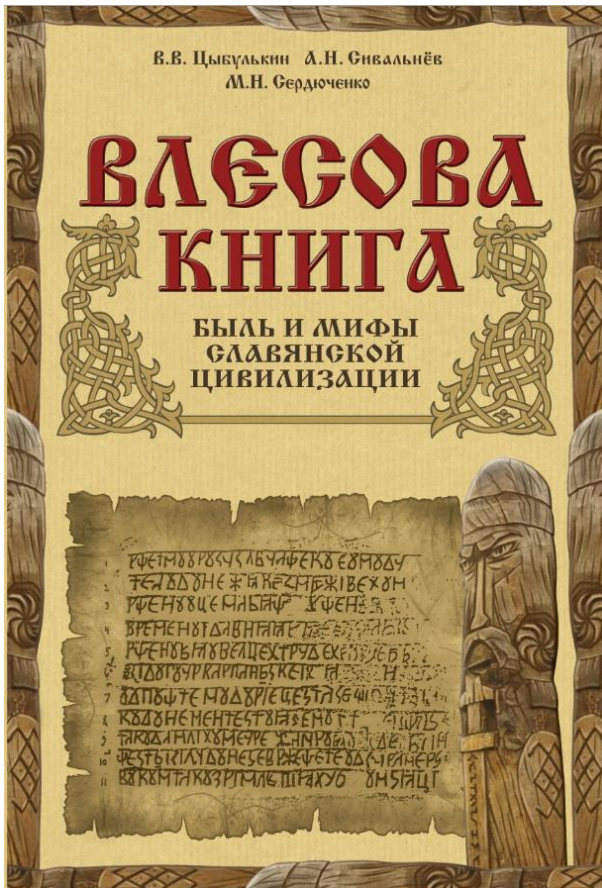
С

Спеціальна інформаційна операція (СІО) 23, 26-33

Сугестія (див. навіювання) 3, 81-83

Ч

Чутки 32, 72, 85, 110, 111, 119, 131, 136, 142, 147, 171



«Влесова книга»: быль или мифы
Славянской цивилизации. /
[Цыбульский В. В., Сивальнёв А. Н.,
Сердюченко М. Н.]. — К.: ЧП
Зеленский В. Л., 2016. — 480 с.

Предлагаемое научно-популярное издание посвящено системному исследованию широкого комплекса вопросов, связанных со «Влесовой книгой».

Авторы предполагают, что существовал протограф, подлинник, артефакт, созданный в раннем Средневековье на берёзовых дощечках неизвестными славянскими мастерами, превращённый впоследствии в артефакт, т.е. фальсифицированный источник.

В отличие от предыдущих публикаций, «Влесова книга» и все, что связано с ней, рассматривается в широком историческом контексте. Книга состоит из двух частей — научно-популярной реконструкции и экспертно-аналитической. Каждая часть, в свою очередь, разделена на разные по объёму и целевой направленности очерки. Они созданы на материалах, позволяющих с определенной степенью достоверности реконструировать события, обстоятельства находки и утраты памятника древнеславянской письменности.

Руководитель проекта:

Рожен Леонид Николаевич, кандидат экономических наук,
Председатель Правления ФВВР Украины

Справки по телефону 067-246-29-10



Петрик В. М. Забезпечення інформаційної безпеки держави: підручник / В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Д. С. Мельник та ін.; за ред. Семченка О. А. та Петрика В. М. — К.: ПАТ «Віпол», 2015. — 672 с.

Розкрито понятійний апарат, пов'язаний з інформаційною безпекою держави та її забезпеченням. Розглянуто системи забезпечення інформаційної безпеки Сполучених Штатів Америки, Великої Британії, Республіки Франції, Федеративної Республіки Німеччини і Російської Федерації. Проаналізовано нормативно-правове регулювання та діяльність суб'єктів системи забезпечення інформаційної безпеки України.

Розглянуто особливості підготовки фахівців у сфері інформаційної безпеки в умовах

розвитку інформаційного суспільства. Проаналізовано особливості проведення іміджблдингу та піар-діяльності у забезпеченні сектору безпеки.

Підручник рекомендовано для викладання навчальної дисципліни «Забезпечення інформаційної безпеки держави». Також він розрахований на студентів і викладачів вищих навчальних закладів гуманітарної спрямованості, насамперед для підготовки державних службовців, психологів, журналістів, політологів та кримінологів. Цим виданням також можуть користуватися практикуючі психологи, представники спецслужб та інших силових відомств.

Рекомендовано вченою радою Інституту спеціального зв'язку та захисту інформації НТУУ «КПІ»

РЕЦЕНЗЕНТИ:

О. М. БОГДАНОВ — д.т.н., проф.; І. А. ХРАБАН — д.політ.н., проф.

Науковий консультант: В. В. ЦИБУЛЬКІН — к.філол.н., доц.

Довідки за телефоном 067-246-29-10



Інформаційно-психологічне протиборство (еволюція та сучасність): *монографія* / Я. М. Жарков, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк та ін. — К.: ПАТ «Віпол», 2013. — 248 с.

Показано еволюцію інформаційно-психологічного протиборства. Розкрито сутність, методи і засоби ведення інформаційних війн, спеціальних інформаційних операцій та акцій інформаційного впливу.

Розрахований на студентів і викладачів вищих навчальних закладів гуманітарної спрямованості, насамперед для підготовки курсантів, фахівців з управління інформаційною безпекою, істориків, аналітиків, політологів, журналістів та психологів.

Цим виданням також можуть користуватися представники Служби безпеки, Служби зовнішньої розвідки, Міністерства оборони України та інших силових відомств.

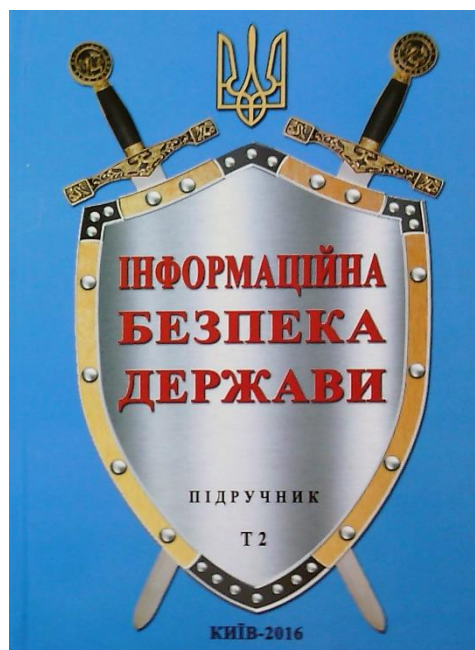
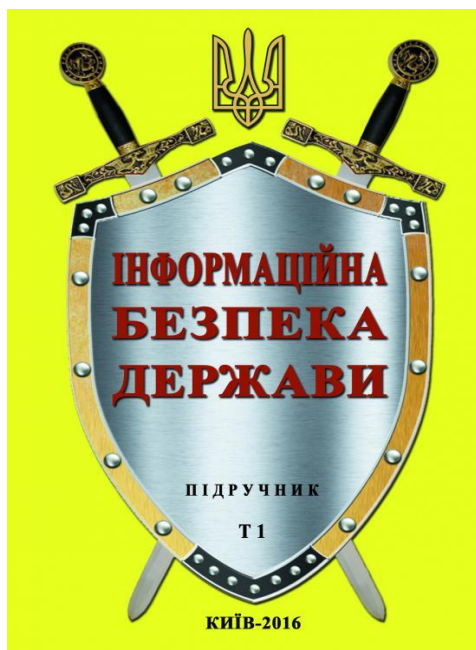
*Рекомендовано вченою радою Військового інституту
Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*

РЕЦЕНЗЕНТИ:

О. М. БОГДАНОВ — д.т.н., проф.; О. А. ШТОКВИШ — к.філос.н., с.н.с.;
М. І. ОНИЩУК — к.і.н., доц.

НАУКОВИЙ КОНСУЛЬТАНТ: В. В. ЦИБУЛЬКІН — к.філол.н., доц.

Довідки за телефоном 067-246-29-10



Інформаційна безпека держави: *підручник* / [В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Д. С. Мельник та ін.]; в 2 т. / за заг. ред. Петрика В. М. — К.: Вид-во ІСЗЗІ НТУУ «КПІ», 2016. — 276 с. — Т. 1.

Інформаційна безпека держави: *підручник* / [В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Д. С. Мельник та ін.]; в 2 т. / за заг. ред. Петрика В. М. — К.: Вид-во ІСЗЗІ НТУУ «КПІ», 2016. — 332 с. — Т. 2.

У підручнику розкрито концептуальні засади інформаційної безпеки держави, історія і сучасність інформаційно-психологічного протистояння та особливості функціонування системи забезпечення інформаційної безпеки України, інформаційно-технічні та інформаційно-психологічні аспекти інформаційної безпеки держави.

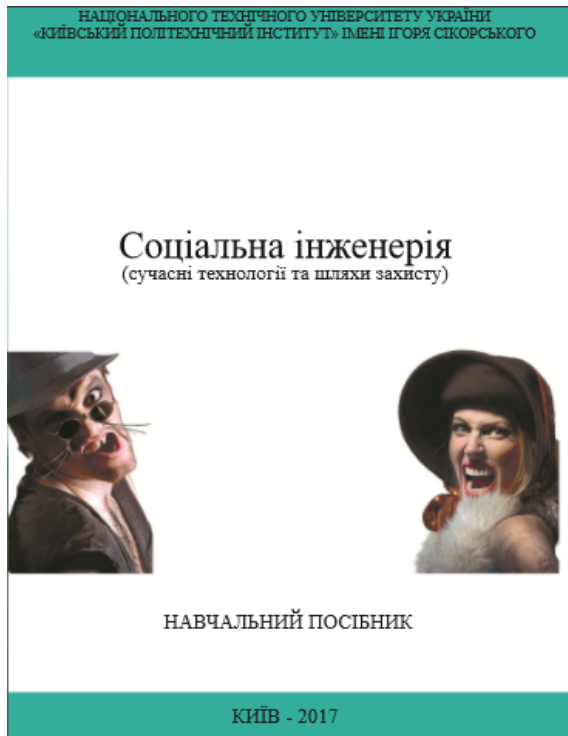
Підручник рекомендовано для викладання навчальної дисципліни «Інформаційна безпека держави». Також він розрахований на студентів і викладачів вищих навчальних закладів гуманітарної спрямованості, насамперед для підготовки державних службовців, психологів, журналістів, політологів та кримінологів. Цим виданням також можуть користуватися практикуючі психологи, представники спецслужб та інших силових відомств.

*Рекомендовано вченою радою Національної академії СБ України і
вченою радою Інституту спеціального зв'язку
та захисту інформації НТУУ «КПІ»*

РЕЦЕНЗЕНТИ:

О. М. БОГДАНОВ — д.т.н., проф.; В. В. МОХОП — д.т.н., проф.,
Ю. В. РОМАНЕНКО — д.соціол.н., проф.; М. П. СТРЕЛЬБИЦЬКИЙ — д.ю.н., проф.

НАУКОВИЙ КОНСУЛЬТАНТ: В. В. ЦИБУЛЬКІН — к.філол.н., доц.
Довідки за телефоном 067-246-29-10



Соціальна інженерія (сучасні технології та шляхи захисту): навч. посіб. / [О.М.Богданов, В.М.Петрик, Д.В.Пахольченко, А.В.Давидюк] / за заг. ред. В.М.Петрика. – К., 2017. – 80 с.

У навчальному посібнику розглядаються сучасне застосування, основні методи, головні вектори та види атак з використанням соціальної інженерії. Також розкриваються базові методи і заходи захисту від атак, які проводяться за допомогою соціальної інженерії.

Посібник рекомендовано для викладання навчальних дисциплін «Інформаційна безпека держави», «Інформаційно-психологічне протиборство», «Основи захисту

інформаційного простору України», «Забезпечення інформаційної безпеки держави». Він розрахований на студентів і викладачів вищих навчальних закладів гуманітарної спрямованості, насамперед для підготовки державних службовців, психологів, журналістів, політологів та кримінологів. Цим виданням також можуть користуватися практикуючі психологи, представники спецслужб та інших силових відомств.

Рекомендовано вченою радою ІСЗЗІ КПІ ім. Ігоря Сікорського

РЕЦЕНЗЕНТИ:

В. В. МОХОР – д.т.н., проф.; А. М. ОЛЕКСІЙЧУК – д.т.н., доц.

НАУКОВІ КОНСУЛЬТАНТИ:

В. В. ЦИБУЛЬКІН – к.філол.н, доц.; О. Є. ЧЕРНЕНКО

Довідки за телефоном 067-246-29-10

Навчальне видання

БАКАЛИНСЬКИЙ Олександр Олегович
БЕДЬ Віктор Васильович
ЖАРКОВ Яків Миколайович
КАЛЬНИШ Валентин Володимирович
КОПОЛОВЕЦЬ Роман Володимирович
КРИХОВЕЦЬКИЙ Георгій Яремович
МЕЛЬНИК Дмитро Сергійович
ПЕТРИК Валентин Михайлович
ПРИСЯЖНЮК Микола Миколайович
УФІМЦЕВА Олена Сергіївна

ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНЕ ПРОТИБОРСТВО

ПІДРУЧНИК

Літературний редактор Бичковська О.В.
Художній редактор Давидюк А.В.
Технічні редактори Давидюк А.В., Красовський О.І.

Підписано до друку . .2018. Формат 60x84/16. Папір офсетний № 1.
Гарнітура Times New Roman. Друк офсетний. Ум. друк. арк. .
Обл.–вид. арк. . Тираж 300 пр. Зам. № .