

**Заяць Олег Віталійович,**

курсант факультету підготовки фахівців  
для підрозділів стратегічних розслідувань  
Дніпропетровського державного  
університету внутрішніх справ

**Науковий керівник:**

**Недря Кирило Михайлович,**

завідувач кафедри гуманітарних  
дисциплін та психології поліцейської  
діяльності Дніпропетровського  
державного університету  
внутрішніх справ, к. істор. н.

## **ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА ТА ПРОПАГАНДА: ТОТОЖНІСТЬ ТА ВІДМІННІСТЬ ПОНЯТЬ**

**Пропаганда** – (propaganda, від propagare – розповсюджувати) – діяльність, що передбачає системне поширення, поглиблене роз'яснення соціально-політичних, економічних, правових поглядів, ідей, теорій і забезпечує формування в суспільстві певних настроїв, закріплення у свідомості громадян тих чи інших цінностей, орієнтацій, уявлень з метою максимального розширення кола прибічників відповідної ціннісної системи.[1, с.624]

Пропаганда як явище виникла у давні часи. Термін «пропаганда» вперше був використаний Папою Римським VII у документі «Конгрегація пропаганди віри» (1662), який ініціював поширення християнства за допомогою місіонерів. У 20-30-х роках ХУ ст. було закладено основи сучасної теорії пропаганди (німецький дослідник В.Меде, американські вчені Д.Лікас і С.Брітт та інші), а в подальшому систематизовано й розвинуто засоби впливу на аудиторію, стимулювання відповідних почуттів і реакцій людей.

Пропаганда – невіддільна складова сучасного життя, причому в умовах формування інформаційного суспільства її можливості неухильно зростають.

За своєю суттю пропаганда розподіляється на «білу», «сіру» та «чорну». Так, «біла» пропаганда репрезентує відверто лояльну щодо об'єкта спрямувань позицію, проводиться через будь-які ЗМІ офіційними каналами без приховування її спрямованості та джерела. «Сіра» - нелояльна до адресата пропаганди, проводиться через ЗМІ офіційними каналами, але з приховуванням її джерела та достовірної спрямованості. «Чорна» - проводиться від імені неіснуючих чи спеціально створених під відповідними легендами нелегальних опозиційних організацій.[2, с.386].

Таємна пропаганда широко використовується при підготовці до війни і в ході воєнних дій з метою дезорієнтації і деморалізації противника, а також як

засіб ведення психологічної війни. Як одна із форм політичної діяльності пропаганда відіграє важливу роль у період передвиборних компаній, за наявності внутрішньої напруги в суспільстві, конфліктних і кризових ситуацій. Нерідко за допомогою пропаганди здійснюється маніпулювання свідомості людей і громадською думкою. Політична пропаганда завжди сприяє політизації та ідеологізації суспільного життя. Однак, слід пам'ятати, що пропаганда не обов'язково є формою розповсюдження корпоративних і упереджених позицій. Вона може бути і позитивним інформаційним процесом, який доносить людям потрібну їм інформацію, розповсюджує демократичні принципи, цінності цілісності, єдності суспільства, патріотизму.

Зміст, методи, форми, цілі пропаганди залежить від характеру здійснюваної політики. Ефективність пропаганди залежить від урахування її суб'єктами конкретної ситуації, умов, у яких вона здійснюється, особливостей її об'єктів, правдивості відображення дійсності, достовірності оцінок минулого і сьогодення.

**Інформаційна війна** – протиборство з використанням інформаційних технологій, систем, ЗМІ. Зумовлює інформаційний вплив на системи управління супротивника, його політичне та військове керівництво і суспільство в цілому, інформаційну інфраструктуру для досягнення поставленої мети як правило за відсутності прямого військового протистояння і за одночасних заходів із захисту свого інформаційного простору від аналогічних дій супротивника.

Уперше термін «інформаційна війна» було згадано в 1985 р. у Китаї. В основу теоретичних підходів китайських спеціалістів у сфері інформаційного протиборства покладено погляди давньокитайського воєнного діяча Сунь-Цзи, який першим узагальнив досвід інформаційного впливу на супротивника. В трактаті «Мистецтво війни» Сунь-Цзи писав: «У будь-якій війні, як правило, найкраща політика зводиться до захоплення держави в цілому... Здобути сотні перемог у бою – це не межа мистецтва. Підкорити супротивника без бою – ось це вінець мистецтва» [3].

Мета інформаційної війни – послабити моральні і матеріальні сили супротивника або конкурента та зміцнити власні. Вона передбачає вжиття заходів пропагандистського впливу на свідомість людини в ідеологічній та емоційній сферах. Очевидно, що інформаційна війна – складова частина ідеологічної боротьби. Такі війни не призводять безпосередньо до кровопролиття, руйнувань, при їх веденні немає жертв, ніхто не позбавляється їжі, даху над головою. І це породжує легковажне ставлення до них. Тим часом руйнування, яких завдають інформаційні війни в суспільній психології, психології особи, за масштабами і за значенням цілком сумірні зі збройними війнами, а часом і перевищують їх наслідки.[4, с.139]

Доречним є таке принципове зауваження українського політолога Ю. С. Бондаря: «Ми пропонуємо розглядати інформаційні війни у широкому розумінні, як новий тип міжнародного протиборства, систему заходів інформа-

ційного, організаційного й технічного впливу на об'єкт (державу) для зміни політичної, економічної чи іншої конфігурації без військових операцій» [5, с.269].

Звідси, як мінімум, два принципових висновки: а) інформаційні війни у ХХІ ст. фактично набули глобального характеру; б) інформаційні війни за своїм характером й особливостями не обов'язково пов'язані з війнами, як воєнними конфліктами безпосередньо. Це зумовлює і принципово відмінні за своїм характером запобіжні засоби боротьби з інформаційними війнами в цілому. Інформаційні війни - це передусім великомасштабний інформаційний терор, що набув величезного значення і загроз відносно цілих суспільств, зважаючи на такі основні об'єктивні обставини. По-перше, це небувалий розвиток і поширення інформації загалом, незалежно від кордонів і заборон. По-друге, людина нині має у багатьох випадках абсолютно вільний, неконтрольований доступ до величезного обсягу джерел інформації. По-третє, надзвичайно швидко вдосконалюються різноманітні інформаційні технології, особливо в частині маніпулювання інформацією як такою.

В інформаційних війнах нині використовується також багато засобів, форм ведення такої війни. Це - спеціальна пропаганда, психологічний тиск, дезінформування, диверсифікація суспільної свідомості, поширення чуток, спеціальні інформаційні операції тощо. Завдяки таким засобам досягається основне завдання інформаційних війн - це здійснення безпосереднього, негативного, руйнівного впливу на політичну могутність окремо взятої держави шляхом відповідного послаблення її безпеки у будь-якій сфері життєдіяльності. Об'єктів безпосереднього посягання інформаційної війни є багато, вони мають свою специфіку, особливості тощо.[6, с.59]

Таким чином, використання інформації як зброї проти супротивника має тривалу історію, а в умовах сучасного інформаційного суспільства набирає нових обертів і набуває першорядного значення як знаряддя, що здатне вплинути одночасно і на величезну аудиторію і здатне бити прицільно по тих, хто приймає ключові рішення. Більшість методів та форм інформаційного тиску старі як світ, а отже й широко відомі, тим не менше перед їх силою не здатне встояти жодне суспільство. Сучасні інформаційні технології дають можливість запускати в обіг потрібну державі інформацію начеб то як позицію і думки пересічних громадян, розповсюджувати її як для внутрішньої громадськості, так і для світового співтовариства. Аби відфільтрувати потрібну інформацію, відсіювати зерна маніпуляції від цінних відомостей треба мати не аби які аналітичні здібності, тому суспільство не має іншого вибору окрім підвищення свого інтелектуального рівня.

#### **Список використаних джерел:**

1. Політологічний словник: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів/За ред. М.Ф.Головатого та О.В.Антонюка. К.: МАУП 2005. 792 с.
2. Куріло В.Є. Латентна політика. Потайні напрями політичної діяльнос-

ті: Навчальний посібник. Миколаїв: ТОВ «Фірма «Іліон», 2009. 592 с.

3. Ліпкан В. Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції [Електронний ресурс] / В. Ліпкан, Ю. Максименко, В. Желіховський. – Режим доступу : <http://mobile.pidruchniki.com/15800119/politologiya/> ponyattya\_

zmist\_zagroz\_informatsiyniy\_bezpetsi

4. Горбань Ю.О. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення/Ю.О.Горбань// Вісник НАДУ . 2015. №1. С.136-142

5. Бондар Ю. В. Четверта світова війна: інформаційні чинники // Діалог цивілізацій чи Четверта світова війна: Матеріали П'ятої всесвітньої конф., 25 травня 2006 р. / Ю. В. Бондар. К.: МАУП, 2007. С. 266-272.

6. Кирильчук Є. О. Інформаційна війна як дієвий феномен протистояння в суспільно-політичній боротьбі [Електронний ресурс] / Є. О. Кирильчук // Наукові праці МАУП. - 2013. - Вип. 4. - С. 58-61.

**Зосімов Артем Олександрович,**  
здобувач вищої освіти факультету  
підготовки фахівців для органів  
досудового розслідування  
Дніпропетровського державного  
університету внутрішніх справ

**Науковий керівник:**

**Комих Наталія Григорівна,**  
к.соц.н., доцент кафедри гуманітарних  
дисциплін та психології  
Дніпропетровського державного  
університету внутрішніх справ

## **РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА**

В наш час, дуже часто привертає науковий інтерес проблема ролі соціальних мереж у формуванні громадянського суспільства. Актуальність даної тематики обумовлена тим, що сучасне суспільство перебуває в активній стадії технічного прогресу. Наразі людство уважно слідкує за новими трендами, це стосується не лише молодшої частини населення, а й представників поколінь “X”, “Y”, “BB”, наразі переважна більшість населення є активними користувачами інтернету [3].

Інтернетом регулярно користуються 71% українців (22,96 млн). Серед них 21 млн осіб мають Інтернет вдома (65%), за даними дослідницького холдингу Factum Group Ukraine. [3]. 60 % населення України зареєстровано в соціальних мережах, за даними дослідження GlobalLogic. «Найпопулярнішою соцмережею залишається YouTube з охопленням 96% користувачів в Україні.