

УДК 004.738.5: 070

Роль та місце військових засобів масової інформації в інформаційному протиборстві

Role and place of military media in information confrontation

РЕФЕРАТ. У науковій статті всебічно досліджено роль та місце військових засобів масової комунікації як багатофакторного політико-психологічного феномена в інформаційних війнах сучасності. Особливу увагу приділено методам, за допомогою яких можна досягнути створення військовими засобами масової комунікації ефективних засобів протидії інформаційним війнам. Проведено комплексне дослідження процесу використання ЗМК (як цивільними, так і військовими) інформаційно-психологічного протиборства.

Ключові слова: інформаційне протиборство, інформаційна війна, військові ЗМК України, Збройні сили України.

ABSTRACT. This scientific paper investigates comprehensively the role and place of military means of mass communication as multivariate political and psychological phenomenon in the modern information wars. A particular attention is paid to the methods by which you can achieve creation by military means of mass communication of effective means to combat information warfare. A comprehensive study of the process of using of mass media (both civilian and military) of information-psychological confrontation has been implemented.

Keywords: information confrontation, information warfare, military mass communication of Ukraine, the Armed Forces of Ukraine.

Вступ. Сучасний етап науково-технічного розвитку, інформатизація всіх сторін громадського життя породили справжню революцію у військовій справі. Концепція тотальної війни, що збереглася в основі стратегічних настанов багатьох держав, історично себе вичерпала. Подальше широкомасштабне використання зброї проти армій і народів у війнах призведе до глобальної катастрофи, загибелі цивілізації й навколишнього середовища. Є серйозні підстави думати, що світ вступає в смугу воєн нового покоління, спрямованих не стільки на безпосереднє знищення противника, скільки на досягнення політичних цілей війни без застосування масових армій.

Саме 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.

Враховуючи, що військові засоби масової комунікації характеризуються як багатофункціо-

нальні канали збору, аналізу та передавання інформації, які взаємопов'язані між собою у межах єдиної системи інформаційної діяльності у військовій сфері і розраховані на забезпечення відповідної цільової аудиторії актуальною для суспільства інформацією та створення необхідних умов для її осмислення і практичних дій, їх роль в інформаційному протиборстві є справді безцінною. Наприклад, про проведення бойових дій у зоні конфліктів можуть інформувати не лише цивільні журналісти, а й безпосередньо учасники бойових дій. Крім того, військові ЗМІ можуть надавати інформацію «з перших рук» не лише для цивільного населення, а й безпосередньо для учасників воєнних конфліктів.

Історичний досвід переконливо свідчить, що від ставлення до Збройних Сил усіх верств суспільства багато в чому залежить морально-психологічний стан особового складу, відповідно, і боєдатність військ (сил) у мирний та воєнний час.

Отже, ефективне інформаційне протиборство є важливою політико-психологічною категорією. Використання військових засобів масової комунікації в інформаційному протиборстві, розпов-



судження правдивої інформації для мільйонів мешканців не лише нашої країни, а й закордонних країн є одним із пріоритетних завдань молоді Української держави. Головна мета військових ЗМК – ефективно протидіяти розповсюдженню неправдивої, недостовірної інформації.

Враховуючи, що інформаційна війна у сучасному світі – це основна форма протидії між державами, висновок напрашується сам собою: у ХХІ ст. високоефективні інформаційні війни використовуються як головний інструмент впливу на міжнародні відносини

Саме тому діяльність військових ЗМК в інформаційному протидії дасть змогу дуже ефективно, із залученням малих фінансових та людських ресурсів, домагатися поставлених цілей.

Глибоке теоретичне осмислення основних аспектів інформаційного спротиву за допомогою військових ЗМК є дуже актуальною на сьогоднішню потребу.

Аналіз наукової літератури свідчить, що проблемі інформаційного протидії присвячена значна кількість наукових робіт. Сутність цього феномена активно досліджується в працях як закордонних, так і вітчизняних науковців. Серед дослідників, які займалися вивченням питання інформаційних війн в умовах глобалізації, розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та зростання ролі засобів масової інформації в житті суспільства, слід згадати Д. Белла, Ж. Бодрійара, Е. Гіденса, М. Кастельса, Е. Тоффлера, Ф. Фукуяму, С. Хантінгтона, Б. Хофмана, А. Шміда та ін.

Варто зауважити, що існує чимала кількість праць вітчизняних учених, які зробили свій внесок в дослідження цієї тематики. Серед них: Н. Волковський, О. Гриценко, Я. Жарков, О. Зернецька, В. Іванова, О. Литвиненко, Є. Макаренко, М. Ожевана, Т. Петрів, Г. Почепцов, В. Шкляр, А. Чічановський, В. Остроухов, А. Странніков та ін. Проте у цих дослідженнях недостатньо уваги приділялося саме ролі військових засобів масової комунікації в інформаційному протидії сучасності. Тому це питання потребує подальшого науково-теоретичного осмислення і практичного аналізу.

Мета дослідження зумовлена актуальністю проблематики та недостатністю висвітлення теми в науковій літературі. Головні завдання дослідження:

1. Дослідити теоретичну основу та історію розвитку інформаційного протидії.

2. Проаналізувати національний та міжнародний досвід діяльності військових засобів масової комунікації щодо інформаційного протидії в провідних країнах Європи та світу.

3. Проаналізувати роботу сучасних військових засобів масової комунікації щодо протидії інформаційним війнам.

Методи дослідження. У роботі досліджені методи, за допомогою яких можна досягнути головної мети – створення військовими засобами масової комунікації ефективних засобів протидії інформаційним війнам сучасності. Проведено комплексне дослідження процесу використання ЗМК (як цивільними, так і військовими) інформаційно-психологічного протидії.

Проведено порівняльний аналіз форм та методів застосування медіа інформаційного протидії в Україні та провідних країнах світу.

Результати й обговорення. Поняття інформаційної війни є сьогодні одним із найпопулярніших, зокрема тому, що людство живе у так звану інформаційну еру. Цей термін походить від риторики американських військових і первинно пов'язується із психологічно-інформаційним впливом саме в умовах воєнного часу. Однак вже давно почали говорити про інформаційну війну і в періоди, коли немає відкритого воєнного протистояння. Інформаційна війна часто відбувається у межах однієї країни між різними політичними і неполітичними суб'єктами.

Інформаційно-психологічну війну доречно розглядати у вузькому і в широкому значеннях.

Інформаційне протидії (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 для підготовки й ведення бойової та іншої діяльності збройних сил. Інформаційно-психологічну війну у вузькому значенні слід розглядати в сфері військового протидії як інформаційно-технічні й інформаційно-психологічні складові частини комплексу ІПВ і збройного протистояння, що передують військовій дії та супроводжують її, у повсякденній практиці – як окремі інформаційно-психологічні заходи корпоративної конкуренції [1].

Широке розуміння інформаційно-психологічної війни визначає її як політичний конфлікт у сфері геополітичного протидії між державами, головною ознакою якого виступає насильницький вплив на супротивника.

Інформаційне протидії (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 для досягнення поставлених цілей [1].

Інформаційною війною також називають процес поширення інформації, руйнування чи пошкодження баз даних, їх спотворення і



подальшої маніпуляції особами, які користуватимуться такою інформацією.

Інформаційне протиборство – це форма боротьби сторін в інформаційному просторі з використанням політичних, економічних, дипломатичних, військових та інших методів, способів та засобів для впливу на інформаційне поле супротивника та захисту власного інформаційного поля з метою досягнення поставлених цілей [2].

Враховуючи це визначення, можна зазначити, що інформаційне протиборство включає три незмінні складові частини:

- вплив;
- аналіз;
- безпосереднє протиборство.

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

Інформаційна війна (ІВ) – форма ведення інформаційного протиборства між різними суб'єктами (державами, неурядовими, економічними або іншими структурами), що передбачає здійснення комплексу заходів з метою завдання шкоди інформаційній сфері конфронтуючої сторони й захисту власної інформаційної безпеки [3].

Завдання інформаційної війни:

- 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;
- введення населення в оману щодо роботи державних органів влади, підірив їхнього авторитету, дискредитація їхніх дій;
- провокування соціальних, політичних, національно-етнічних і релігійно-конфесійних сутичок;
- ініціювання страйків, масових заворушень, інших акцій протесту та непокорі;
- підірив 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;

- підірив 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 передавання даних, засобам та режиму захисту від несанкціонованого витоку інформації).

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 [4].

Ще одним чинником, який впливає на стан забезпечення інформаційної безпеки, є конкурентна боротьба за володіння ЗМІ та процеси монополізації й концентрації інформаційної та політичної влади.

Фахівці зазначають, що в нинішніх умовах боротьба за вплив в електронних і друкованих мас-медіа, за контроль над кінокомпаніями, видавництвами та інформаційними агентствами зосереджує їх в руках однієї особи чи обмеженого кола людей. Саме це призводить до концентрації влади над споживачами, які одночасно є виборцями, над політичними партіями та громадськими організаціями, профспілковими об'єднаннями (ім або може бути надана підтримка, або з ними боротимуться, або зовсім обійдуть увагою, начебто їх немає взагалі), над іншими видавцями, яких можна загнати в глухий кут, журналістами, на яких можна «натиснути», тощо.



Найпоширенішим методом інформаційного протиборства є дезінформація. Інструменти можуть використовуватися найрізноманітніші: засоби масової комунікації, плітки, поширення листівок тощо.

На сучасному етапі найважливіша роль в інформаційній війні, як і раніше, відводиться ЗМК, особливо електронним. Тому більшість держав уже давно розбудовують свою систему інформаційної безпеки, зокрема на законодавчому рівні.

Термін «інформаційна війна» з'явився в середині 80-х рр. ХХ ст. у зв'язку з новими завданнями Збройних сил США після закінчення «холодної війни». Його виникнення стало результатом роботи групи американських теоретиків, які займаються військовими проблемами, таких як Г. Екклз, Г. Самерз та ін. Більш популярним цей термін став після проведення операції «Буря в пустелі» у 1991 р. в Іраку, де нові інформаційні технології вперше були застосовані з військовою метою [5].

Інформаційне протиборство – суперництво соціальних систем в інформаційно-психологічній сфері з приводу впливу на ті або інші сфери соціальних відносин і встановлення контролю над джерелами стратегічних ресурсів, в результаті якого одні учасники суперництва отримують переваги, необхідні їм для подальшого розвитку, а інші їх втрачають. Виділяють також окремий вид цього протистояння, а саме інформаційні війни.

Головна мета інформаційного протиборства – порушити обмін інформацією в таборі конкурента. Неважко зрозуміти, що цей вид зброї, як правило, взагалі не спрямований на завдання шкоди живій силі. Інформаційна війна – це безкровна, але водночас винятково ефективна зброя. Вона знищує не населення, а державний механізм.

З приходом нового тисячоліття значення інформації для суспільства постійно збільшується, саме завдяки цьому і відбувся перехід від звичайної зброї до нової – інформаційної, зброї із штучним інтелектом. Роль інформації, в розумінні її впливу на перебіг воєнних дій, стала настільки значною, що, наприклад, під час операції «Буря в пустелі» фізичні жертви іракців становили 35 %, тоді як їхній бойовий дух впав на цілих 60 %, у цій операції американці залучили 2500 радіопередач і поширили 30 млн листівок [6].

До силових належать способи, які застосовані для ураження об'єктів інформаційної боротьби різними видами зброї, це допомагає досягти переваги у кількості інформації, яка необхідна країні для розв'язання певних військових завдань.

Інтелектуальні способи характеризуються рефлексивним управлінням противником, їх застосування забезпечує досягнення інформаційної переваги щодо якості інформації.

Комбіновані способи передбачають досягнення інформаційної переваги щодо кількості і якості інформації [7].

Також існує інший поділ інформаційної боротьби, вона може бути наступальною або оборонною. Наступальна боротьба має на меті завоювання та утримання інформаційної переваги над противником. Операції такої боротьби спрямовані на дезорганізацію систем управління противника, але при цьому всі дії повинні забезпечувати сприятливі умови для бойових дій власних сил. Оборонна боротьба, навпаки, проводиться, коли інформаційна перевага противника є значною, і спрямована вона на зниження його переваги, забезпечення інформаційної безпеки органів управління.

У сучасній війні успіху можна досягти і без вторгнення сухопутних військ на територію противника, завдяки інформаційним діям та ударам.

Інформаційна дія – сукупність узгоджених за метою, завданням, місцем і часом заходів, які проводяться із залученням для ведення інформаційної боротьби сил та засобів у заданому напрямку впродовж заданого періоду [7].

Інформаційні дії бувають наступальними та оборонними. Наступальними діями вважається інформаційна блокада, основним завданням якої є застосування сили так, аби до мінімуму звести можливості суперника отримати й скористатися інформацією, що потрібна для ведення дій. Одним із основних способів проведення інформаційної блокади є радіоелектронне блокування – узгоджена дія засобами радіоелектронного придушення й функціонального ураження технічних елементів систем розвідки й каналів передавання інформації противника [8]. Іншою наступальною дією є інформаційна акція, яка уражає окремі об'єкти системи управління противника або його інформаційних ресурсів загалом. Інформаційними акціями є, наприклад, маніпулювання засобами масової інформації, культури чи мистецтва, що допомагає насадити суспільству свою ідеологію.

Таким чином, слід відзначити, що для досягнення цілей інформаційних впливів, бойових атак і операцій буде застосовуватися вся сукупність способів інформаційної боротьби [9]. Сучасні держави, а особливо їх армії, настільки залежать від інформаційного забезпечення, що їх можна привести в небоєздатне становище радіоелектронними, інфрачервоними та іншими засобами придушення. Не знищуючи живу силу, така зброя може повністю паралізувати роботу інформаційних засобів.

Глобальна інформатизація суспільства в найближчому майбутньому може призвести до зміни наголосів щодо більш широкого застосування сучасної інформаційної боротьби, і ця обста-



вина може різко підвищити ефективність розв'язання завдань бойових дій загалом.

Міжнародний комунікативний досвід свідчить, що у веденні інформаційно-психологічного протидборства військові засоби масової комунікації мають надзвичайно важливе значення у суспільстві, їхніми головними завданнями є:

- формування іміджу силових структур;
- роз'яснення ідеології військової справи, актуалізація її значущості у суспільстві;
- створення парадигми «свої – чужі».

Політики та військові фахівці Заходу розглядають імідж збройних сил як складову частину їхньої стабільності, бойової могутності та рівня професійної майстерності, як важливу сторону підготовки та ведення військових операцій, досягнення перемоги у війні. На їхню думку, збройні сили створюють високий імідж на полях битв переможними діями, привабливим «людським обличчям», професіоналізмом особового складу, його стійкістю й мужністю, бездоганним виконанням функцій та завдань у мирний час – не так пропагандою, як справами, своїми реальними діями.

Діяльність ЗМК у період військово-політичного конфлікту контролюють військові. Давно вже не секрет, що найбільш впливові національні ЗМІ укладають особливий договір із владою, де визначають свою роль у висвітленні конфлікту.

Отже, протидборство починає розгортатися не тільки на полі воєнних дій, але й на глобальному рівні. Тому кожна держава створює цілий спектр структур, призначених для включення й використання оборонно-наступального комплексу інформаційного впливу.

Формування єдиного глобального інформаційного простору, що є природним результатом розвитку світової науково-технічної думки та вдосконалення комп'ютерних й інформаційних технологій, створює передумови для розроблення та застосування інформаційної зброї. Володіння ефективною інформаційною зброєю й засобами захисту від неї стає однією з головних умов забезпечення національної безпеки держав у ХХІ ст.

В Україні триває процес реформування військових ЗМК, він тісно пов'язаний з економічними та суспільно-політичними чинниками. Одним із перспективних напрямів реформування визначають розвиток електронних ЗМІ, а також ширше використання потенціалу цивільних медіа для інформування суспільства про життєдіяльність ЗСУ, що сприяє їх активному будівництву і функціонуванню.

Історія свідчить, що кожна держава намагається закріпити в свідомості населення країни та інших народів вигідні для себе уявлення про власні збройні сили. Під час бойових дій конфліктуючі сторони перебільшують силу своєї

армії, презентуючи її як непереможну, водночас зображуючи негативний образ протилежного війська як приреченого на поразку.

І у цьому питанні дуже велика роль відводиться саме засобам масової комунікації, які мають такі завдання:

- впливати на стан воєнно-політичної безпеки держави;
- відігравати важливу роль у створенні якісної контрактної армії;
- оптимізувати взаємовідносини між армією та цивільним населенням;
- впливати на масову свідомість, формуючи позитивну думку щодо Збройних сил своєї країни та забезпечуючи їх підтримку серед широких верств населення;
- коригувати настрої суспільства, зокрема, насаджуючи почуття захищеності і стабільності;
- впливати на створення зовнішнього іміджу держави під час виконання міжнародних миротворчих місій.

Зауважимо, що проблему формування інформаційного простору за участю спеціалізованих військових ЗМК у різні роки розглядали вітчизняні вчені [7; 8; 9]. Однак суспільні зміни й міжнародні виклики не зменшують актуальності дослідження цього сегмента інформаційної системи України.

Військові засоби масової інформації можуть бути охарактеризовані як багатофункціональні канали збирання, аналізу та передавання інформації, що пов'язані між собою в межах єдиної системи й розраховані на забезпечення читачів, радіослухачів і телеглядачів інформацією, на створення необхідних умов для її осмислення та необхідних практичних дій.

Функціональним призначенням системи ЗМК є інформаційне забезпечення процесу побудови Збройних сил, зміцнення обороноздатності держави. Цьому сприятиме ефективна воєнна політика, яка, своєю чергою, має бути постійною, науково обґрунтованою роботою, комплексом послідовних інформаційно-агітаційних заходів, у яких зацікавлене керівництво і держави, і Збройних сил. Ці заходи мають плануватись у масштабах держави, погоджуватись зі всіма її суб'єктами та учасниками.

Воєнно-іміджева політика – це комплекс державних і громадських заходів, спрямованих на формування в суспільній думці, в очах міжнародного співтовариства та свідомості військовослужбовців позитивного образу армії, в якому несуперечливо (адекватно) поєднані бажані та реальні аспекти функціонування армійського організму [4]. Тобто формування позитивного іміджу армії держави має бути однією з важливих складових частин політичного, ідеологічного, інформаційно-комунікативного, економічного, культурного та інших напрямів розвитку



країни. Цей імідж має відповідати реальному статусу армії в системі державних органів, інакше відбудеться озокамилування. Отже, для створення реального позитивного іміджу армії необхідним є високий рівень її розвитку, комплектації, технічного забезпечення та соціальної захищеності військовослужбовців.

Метою воєнно-іміджевої політики держави є формування в суспільстві розуміння необхідності та виправданості процесу утримання Збройних сил, а також роз'яснення воєнної політики, яка здійснюється державою (президентом, урядом, парламентом).

Воєнно-іміджева політика має бути цілеспрямованою та комплексною. Її ефективність залежить від проведення ефективного комплексу заходів на державному рівні, зокрема чіткого законодавчого визначення її статусу шляхом удосконалення нормативно-правової бази, що передбачає розроблення нових законодавчих актів, відомчих нормативних та програмних документів.

Якою б складною не була політична й економічна ситуація, керівництво держави має всіляко піклуватися про Збройні сили як надійного гаранта стабільності, захисника суверенітету та територіальної цілісності держави.

Україні потрібна ефективна армія, яка користується високою повагою, має значну довіру народу та авторитет на міжнародній арені. Необхідно докласти всіх зусиль для того, щоб військова служба стала престижною, а молодь охоче йшла до лав Збройних сил України та гідно служила українському народові.

Основними чинниками формування позитивного іміджу Збройних сил України у засобах масової комунікації є:

- участь вищого керівництва держави у важливих заходах Збройних сил України;
- забезпечення соціальних гарантій військовослужбовцям та членам їхніх родин;
- пропаганда переваг військової служби та перспектив службового зростання у подальшій військовій кар'єрі;
- висвітлення у ЗМІ повсякденного життя і побуту військовослужбовців;
- відображення позитивного образу сучасної української армії в теле- і радіопрограмах, в науковій, просвітницькій та художньо-публіцистичній літературі;
- виготовлення якісної реклами і засобів наочного інформування для пробудження інтересу до армії та військової служби.

Формування іміджу Збройних сил України є надзвичайно складною, різноплановою діяльністю, яка вимагає спільних узгоджених заходів держави, органів військового управління, суспільних інститутів, засобів масової комунікації, цілеспрямованого використання інформа-

ційних, фінансових та матеріально-технічних ресурсів. Лише за таких умов можливе створення у суспільстві позитивного, респектабельного іміджу Збройних сил України, набуття ними високого авторитету та завоювання поваги українського суспільства.

Слід зазначити, що у вирішенні цього складного завдання основна увага приділятиметься саме військовим засобам масової комунікації.

Основними функціями військових ЗМК силових структур традиційно вважаються:

- інформаційна;
- виховна;
- соціально-регулятивна (забезпечення узгодженості дій різних соціальних інститутів, груп, окремих громадян для вирішення соціально значущих завдань щодо зміцнення обороноздатності держави);
- формування суспільної думки;
- реалізація соціальної активності (використання військових засобів масової комунікації як засобу підвищення ефективності службової, культурно-побутової діяльності військовослужбовців).

На сучасному етапі основними напрямками формування позитивного іміджу Збройних сил України є:

- популяризація діяльності армії – відкритого і зрозумілого для суспільства інституту, який діє за своїм призначенням і згідно з порядком, встановленим Конституцією України та законами України;
- безпосереднє лобювання інтересів війська (бюджет, соціальне забезпечення, будівництво житла, медичне обслуговування тощо). У Верховній Раді України та місцевих органах місцевого самоврядування обов'язково мають бути особи, відповідальні за питання, пов'язані з розвитком Збройних сил України та лобюванням його інтересів;
- інтеграція військових засобів масової інформації в інформаційний простір України, забезпечення ефективної співпраці з цивільними ЗМІ;
- ефективне використання інтернету;
- створення потужної комплексної реклами військової служби;
- організація взаємодії армії з громадськістю, налагодження ефективних зв'язків з різними соціальними групами;
- розроблення іміджевої PR-стратегії та обґрунтування доцільності організації PR Збройних сил України на державному рівні;
- досягнення оптимізації та гармонізації цивільно-військових відносин;
- робота з призовниками, допризовниками і потенційними військовослужбовцями за контрактом;
- організація та проведення військово-патріотичної роботи з молоддю із залученням громадських організацій, насамперед ветеранських;
- підтримка ветеранів військової служби;



- створення та пропагування позитивного іміджу Міністерства оборони України, Генерального штабу Збройних сил України, видів та родів військ ЗСУ;

- формування позитивного загального іміджу військовослужбовця, а також позитивного образу воєначальника, офіцера, солдата;

- проведення моніторингу реалізації основних заходів формування позитивного іміджу Збройних сил України;

- формування іміджу війська на основі наукових досягнень, залучення до цієї справи військових фахівців, а також провідних вітчизняних спеціалістів;

- просвітницька робота, організація науково-практичних конференцій;

- організація, реалізація й удосконалення кадрової політики;

- належна підготовка військових журналістів, фахівців зі зв'язків із громадськістю.

Від іміджу сучасних Збройних сил України залежить рівень їхньої бойової та мобілізаційної готовності, оснащеності новітнім озброєнням та військовою технікою, дисциплінованості та підготовленості особового складу, його мотивації на сумлінне виконання військового обов'язку. Найважливішим критерієм цього іміджу є впевненість суспільства і Збройних сил у тому, що вони зможуть відбити зовнішню агресію. Формування іміджу української армії можливе завдяки гідному статусу військовослужбовця в суспільстві, привабливості військової служби, мотивації молоді до наслідування героїчних традицій своїх предків.

Професійно створений позитивний імідж армії стає формою відображення її у свідомості громадян, у концентрованому вигляді передає сутність Збройних сил та емоційно впливає на громадськість.

Лише при зваженому підході можна досягти успіху і сформувати в суспільстві безумовну підтримку армії, яка має базуватися на глибокому усвідомленні сутності та конституційного призначення Збройних сил України та на їхньому сильному позитивному іміджі.

Засоби масової інформації (як військові, так і цивільні) мають докладати зусиль для формування позитивного іміджу Збройних сил. Саме на них покладена дуже відповідальна місія щодо єднання війська та народу України, саме вони мають підвищити авторитет армії у суспільстві.

При конструктивному підході можливо досягти успіху та сформувати широку підтримку українського війська, яка засновуватиметься на розумінні суті армії, її політичної та соціальної ролі в суспільстві.

Позитивний імідж Збройних сил України є складовою частиною системи забезпечення воєної, а на її базі – національної безпеки держави.

Останнім часом противник намагається використовувати так звану гібридну війну, тобто війну із поєднанням принципово різних типів і способів ведення боротьби, які скоординовано застосовуються задля досягнення певних цілей. Типовими компонентами гібридної війни є використання:

- класичних прийомів ведення війни (із військовослужбовцями в уніформах, військовою технікою та ін.);

- нерегулярних збройних формувань (повстанців, терористів, партизан);

- таких типів війни і прийомів, як інформаційна і кібервійна.

Яскравим прикладом гібридної війни стало вторгнення російських військ на територію незалежної України та анексія Кримського півострова, а потім – вторгнення на територію Луганської та Донецької областей. І саме пропаганда ненависті до України, до її мешканців, яка велася за допомогою ЗМК впродовж багатьох років, саме нав'ювання, що так званий «руський мир» є месією, що прийшов врятувати світ, саме вм'яла та жорстка інформаційна війна призвели до таких трагічних наслідків. Приміром, більшість міфів російської пропаганди зосереджені навколо таких основних тем: Крим і «Новоросія» – споконвіку російські території; Україна – це штучне утворення, яке не має історії до 1991 р.; територія України – це подарунки або царів, або більшовицьких вождів; українці – народ-зрадник, який під час Другої світової війни був нацистськими колаборантами і не робив жодного внеску у перемогу над Гітлером.

Саме тому найважливішим завданням українських військових ЗМК є інформаційна протидія російській агресії та захист власного інформаційного простору.

Друковані військові ЗМК продовжують відігравати важливу роль в інформаційно-пропагандистському забезпеченні війська, особливо в процесі бойових дій. І перспективи їх реформування – це розвиток та оновлення технічної бази, осучаснення форми подання матеріалів та збагачення, поглиблення змісту видань, які б задовольняли різнобічні потреби військовослужбовців та сприяли виконанню покладених на них завдань.

Висновки. Сучасними ЗМК опрацьовані методи ведення інформаційно-психологічного протистояння. Всі вони побудовані на впровадженні недостовірної інформації, що має на меті відволікання уваги аудиторії від актуальних проблем на другорядні питання. Серед таких технік дослідники відзначають:

- приховування істотної інформації;
- комунікативний шум, або інформаційне сміття;
- зміщення понять;



- відволікання уваги;
- пріоритет на надання негативної інформації;
- інформаційне табу;
- безпосередня неправда.

Сучасна ідеологія інформаційних воєн базується на символічному сприйнятті світу, тому інформація дуже швидко з віртуальної субстанції перетворюється на матеріальну. Достатньо будь-яку подію, навіть вигадану (дезінформацію), змоделювати, передати в ЗМІ, й інформація, матеріалізуючись, починає справляти вплив, тобто діяти.

Інформаційні війни стали аксіомою сучасних міжнародних відносин і дають змогу дуже ефек-

тивно, із залученням малих фінансових та людських ресурсів досягати цілей: усе залежить від ступеня професіоналізму реалізаторів інформаційних операцій.

Таким чином, інформаційна війна зараз – це основна форма протиборства між державами, тому висновок напрашується сам собою: у ХХІ ст. високоефективні інформаційні війни будуть використовуватися як головний інструмент впливу на міжнародні відносини. Відстоювати свої позиції в інформаційному протиборстві буде набагато легше тим країнам, які матимуть гармонійно розвинуте й тому захищене інформаційне суспільство.

Джерела і література

1. Діка Ольга. Інформаційна війна [Електронний ресурс] // Сучасні тенденції веб-комунікації. – Режим доступу: <http://webstyletalk.net/node/97>.

2. Ільницька У. В. Проблема формування позитивного політичного іміджу Збройних сил України в процесі переходу до демократичного суспільства // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку : зб. наук, пр. – Львів : Ін-т народознавства НАН України, 2003. – Вип. 14. – С. 17–22.

3. Расторгуєв С. П. Інформаційна війна / С. П. Расторгуєв. – М. : Радіо і зв'язок, 2009. – 416 с.

4. Історія інформаційно-психологічного протиборства : підруч. / [Я. М. Жарков, Л. Ф. Компанцева, В. В. Остроухов, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Є. Д. Скулиш] ; за заг. ред. д. ю. н., проф., засл. юриста України Є. Д. Скулиша. – К. : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. – 212 с.

5. Szafranski R. «An Information Warfar» SIOP [Електронний ресурс] / R. Szafranski. – Режим доступу: http://call.army.mil/call/cte_bul/90-9/9092c 14.htm.

6. Солов'єв А. І. Политология: политическая теория, политические технологии / А. И. Солов'єв. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 559 с.

7. Прибутко П. С. Інформаційні впливи: роль у суспільстві та сучасних воєнних конфліктах / П. С. Прибутко. – К. : Паливода, 2007. – 252 с.

8. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефлбук, 2008. – 576 с.

9. Основні положення концепції формування позитивного іміджу Збройних сил України (проект).

10. Аleshchenko V. I. Імідж Збройних сил України: сутність, стан і напрями формування // Наука і оборона. – 2007. – № 3. – С. 35–44.

Reference list

1. Dika Olha. Informatsiina viina [Electronic resource] // Suchasni tendentsii veb-komunikatsii. – Reference: <http://webstyletalk.net/node/97>.

2. Ilynytska U. V. Problema formuvannia pozytyvnoho politychnoho imidzhu Zbroinykh syl Ukrainy v protsesi perekhodu do demokratychnoho suspilstva // Ukrainaska natsionalna ideia: realii ta perspektyvy rozvytku : zb. nauk, pr. – Lviv : In-t narodoznavstva NAN Ukrainy, 2003. – Vyp. 14. – S. 17–22.

3. Rastorhuiev S. P. Informatsiina viina / S. P. Rastorhuiev. – M. : Radio i zviyazok, 2009. – 416 s.

4. Istoriia informatsiino-psykholohichnoho protyborstva : pidruch. / [Ya. M. Zharkov, L. F. Kompantseva, V. V. Ostroukhov, V. M. Petryk, M. M. Prysiashniuk, Ie. D. Skulysh] ; za zah. red. d. iu. n., prof., zasl.yurysta Ukrainy Ie. D. Skulysha. – K. : Nauk.-vyd. viddil NA SB Ukrainy, 2012. – 212 s.

5. Szafranski R. «An Information Warfar» SIOP [Electronic resource] / R. Szafranski. – Reference: http://call.army.mil/call/cte_bul/90-9/9092c 14.htm.

6. Solov'ev A. I. Politologija: politicheskaja teorija, politicheskie tehnologii / A. I. Solov'ev. – M. : Aspekt Press, 2000. – 559 s.

7. Prybutko P. S. Informatsiini vplyvy: rol u suspilstvi ta suchasnykh voiennykh konfliktakh / P. S. Prybutko. – K. : Palyvoda, 2007. – 252 s.

8. Pochepcov G. G. Informacionnye vojny / G. G. Pochepcov. – M. : Reflbuk, 2008. – 576 s.

9. Osnovni polozhennia kontseptsii formuvannia pozytyvnoho imidzhu Zbroinykh syl Ukrainy (proekt).

10. Aleshchenko V. I. Imidzh Zbroinykh syl Ukrainy: sutnist, stan i napriamy formuvannia // Nauka i oborona. – 2007. – № 3. – S. 35–44.

Подано до редакції 10. 04. 2015 р.

Петрова А. Б.

Роль и место военных средств массовой информации в информационном противоборстве.

РЕФЕРАТ. В научной статье всесторонне исследована роль и место военных средств массовой коммуникации как многофакторного политико-психологического феномена в информационных войнах современности. Особое внимание уделено методам, с помощью которых можно достичь создания военными средствами массовой коммуникации эффективных средств противодействия информационным войнам. Проведено комплексное исследование процесса использования СМК (как гражданскими, так и военными) информационно-психологического противоборства.

Ключевые слова: информационное противоборство, информационная война, военные СМК Украины, Вооруженные силы Украины.