

DOI: [10.18372/2225-5036.22.11104](https://doi.org/10.18372/2225-5036.22.11104)

ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА. ЗМІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА СУСПІЛЬСТВО. ЧАСТИНА 1

Володимир Хорошко, Юлія Хохлачова

Національний авіаційний університет, Україна



ХОРОШКО Володимир Олексійович, д.т.н.

Рік та місце народження: 1945 рік, м. Харків, Україна.

Освіта: Київський інститут інженерів цивільної авіації, 1968 рік.

Посада: професор кафедри безпеки інформаційних технологій.

Наукові інтереси: інформаційна безпека, технічні системи захисту інформації, аналіз функціонування складних систем.

Публікації: понад 500 наукових публікацій, серед яких наукові статті, монографії, підручники та навчально-методичні посібники.

E-mail: professor_va@ukr.net



ХОХЛАЧОВА Юлія Євгенівна, к.т.н.

Рік та місце народження: 1981 рік, м. Київ, Україна.

Освіта: Національний авіаційний університет, 2004 рік.

Посада: доцент кафедри безпеки інформаційних технологій.

Наукові інтереси: інформаційна безпека, оптимізація інформаційних систем, оцінювання уразливостей.

Публікації: більше 80 наукових публікацій, серед яких наукові статті, монографії, підручники та навчально-методичні посібники.

E-mail: hohlachova@gmail.com

Анотація. Розробка концепції інформаційного впливу ЗМІ на людину і суспільство впливає з аналізу цих впливів. Аналіз інформаційної війни, її принципів і методів дозволяє зрозуміти суть цих впливів. Це дуже важливо на сучасному етапі, коли Росія веде гібридну війну проти України. Так як існує безліч визначень інформаційної війни, то в статті це визначення сформульовано на підставі роботи М. Лібікі. Крім того, розглянуті п'ять основних правил, які використовуються під час інформаційних компаній: спостереження, перебільшення і перекручування, оркестрування або замовчування, переливання і зараження. Розглянуто «Алгоритм, який завжди перемагає» і процес реалізації зомбування суспільства. Ці алгоритм і процес були застосовані в Росії 1990-2015 рр. і використовуються зараз проти України. Також в статті наведені та проаналізовані моделі впливу ЗМІ на суспільство, що найбільш часто застосовуються. Крім того, наведені та проаналізовані матеріали Дж. Брайса, в яких описується механізм впливу ЗМІ на громадську думку. Інформаційні впливи бувають як позитивні, так і негативні. Причому позитивна інформація виконує виховну функцію в суспільстві. Метою ж негативною інформації (пропаганди) є розпалювання соціальних конфліктів, загострення розбіжності в суспільстві. Проблеми інформаційної війни слід вирішувати за рахунок протидії маніпулятивним технологіям противника і удосконалення методів протидії.

Ключові слова: інформаційна війна, інформаційний вплив, інформаційна зброя, протидія.

Вступ

Досвід останніх збройних конфліктів показує, що одними з найважливіших механізмів війни стають не тільки зміни у військовій справі, але й інформаційна революція, яка зараз переживає стадію формування. Перший досвід ведення інформаційної боротьби в оперативному масштабі, як однією із складних військових протистоянь, був започаткований у війні в зоні Перської затоки у 1991 році. Успіх застосування інформаційної зброї не тільки окрили США в розумінні ролі інформаційної боротьби, але

надав приклад іншим державам, як його застосовувати та вести. Прикладом його масштабного використання є інформаційна війна, яка ведеться Росією проти України.

На сьогодні є безліч визначень інформаційної війни. Визначення інформаційної війни є у роботах М. Лібікі, зокрема у [1], у якій автор визначив сім різновидів інформаційної війни: командно-управлінська, хакерська, економічна, психологічна, розвідувальна, електронна та кібервійна.

Найбільш важливими, на наш погляд, є електронна та психологічна війни. Електронна війна об'єктом свого впливу має засоби електронних комунікацій – радіозв'язку, телевізійних і комп'ютерних мереж.

Психологічна війна – здійснюється шляхом пропаганди, «промивання мозку» та іншими методами інформаційної обробки населення.

Мартін Лібікі виділяє чотири складові психологічної війни: підрив громадського духу, деморалізація збройних сил, війна культур, дезорієнтація командування.

Безліч визначень інформаційної війни пов'язано, мабуть, із складністю і багатогранністю такого явища, труднощами побудови аналогій з традиційними війнами. Якщо спробувати трансформувати визначення в поняття «інформаційна війна», то навряд чи щось конструктивне вийде. Це пов'язано з рядом особливостей інформаційної війни [2].

Для інформаційної війни зазвичай чітко визначена оборона, поняття початку і закінчення можна застосувати лише для окремих операцій інформаційної війни, лінія фронту не визначена, а наступ описується різними моделями. Успіх проведених інформаційних операцій не має прямого зв'язку із співвідношенням військових потенціалів сторін. Забезпечення інформаційної безпеки в сфері державного та муніципального управління ґрунтується на детальному аналізі структури та змісту управління, а також інформаційних процесів і використання при управлінні відповідних технологій.

При цьому визначальними чинниками при розробці засобів інформаційної зброї [3] стають саме індивідуальні особливості людини та соціуму. Для того, щоб змоделувати поведінку людини (суспільства), необхідно знати саме її (його) індивідуальні особливості та переваги.

Варто зазначити, що інформаційна боротьба стає тим чинником, що вплине на саму війну, її початок, хід і результат. Це підтверджується агресією Росії проти України. Тому, розробка концепції захисту системи інформаційно-аналітичного забезпечення завдань інформаційної боротьби є актуальною проблемою безпеки України.

Аналіз джерел

Тема інформаційної зброї, інформаційного впливу на суспільство та формування ідеологічних особистостей у різних сферах його життя не є новою, адже чимало дослідників розкрили основні механізми інформаційних впливів. Проте вони постійно удосконалюються в різних напрямках, і завдяки цьому з'являється безліч нових і неврахованих аспектів, дослідження яких має на меті їх виявлення, подальший розвиток, структурування і поширення у суспільстві.

Інформаційний вплив – це поширення певних ідей, поглядів чи ідеологій, є засобом певної політики, головним інструментом його є засоби масової інформації (ЗМІ) та різні комунікації.

Інформаційний вплив або пропаганду визначають, як цілеспрямовані, систематичні спроби формувати сприйняття, маніпулювати свідомістю та

спрямовувати поведінку суспільства у певному напрямку [3].

Хоча вплив започаткував свою історію з початком історії суспільства, першою науковою школою, що спеціально досліджувала проблему інформаційного впливу, стала американська школа вивчення ЗМІ. Ця школа вивчала його передусім на матеріалі Першої світової війни.

Ця школа, зокрема, виокремлювала три основні типи інформаційних впливів [4]:

1. «Білий» вплив. Його основною характеристикою є те, що журналіст відкрито називає себе і дозволяє пов'язати тексти зі справжнім джерелом. Яскравим прикладом подібної інформації є заяви президента, уряду, офіційного інформаційного агентства.

2. «Сірий» вплив. Журналіст використовує для поширення матеріалів спеціально створені джерела чи забезпечує просування матеріалів у певних незалежних засобах масової інформації. Прикладом подібного «сірого» інформаційного впливу може бути інформація, що поширюється через неурядові ЗМІ, неурядової організації тощо.

3. «Чорний» вплив. Журналіст поширює матеріали від імені третьої особи, наприклад, підпільної організації [4].

За твердженням французького дослідника другої половини ХХ ст. Ж. Доменака, під час здійснення інформаційної компанії зазвичай застосовуються п'ять основних правил [4]:

1. Правило спрощення. Виходячи з орієнтації матеріалу на найменш досвідченого члена суспільства та її апелювання до емоцій, важливою вимогою є максимальне спрощення об'єкта впливу. Багатозначність, наявність напівтонів принципово не податні для інформаційного впливу.

2. Правило перебільшення та перекручення. Створення позитивного та негативного іміджу викликає необхідність гіперболізації певних рис об'єкта, акцентування на подіях, не обов'язково значних, але таких, що працюють на ідею, а за умови недостатньої чіткості матеріалу його перекручення.

3. Правило оркестрування або замовчування. Як визначив Й. Геббельс, «важливо не те, про що пишуть в газетах, важливо те, про що в них не пишуть». За матеріалами Р. Герценштейна, одним із основних прийомів такої пропаганди було саме замовчування. Подібні підходи широко використовують і сьогодні, особливо це стосується російських ЗМІ.

4. Правило переливання. Одне з важливих, проте дуже дискусійних правил Ж. Доменака полягає у відповідності інформаційного впливу настановам і стереотипам суспільства [4].

5. Правило спільності та зараження. Це правило є повним аналогом деривації В. Парето (звернення до загальноживаного) [4].

Постановка завдання

Метою роботи є аналіз загальнотеоретичної суті інформаційних впливів.

Основна частина

Розробка концепції протидії інформаційним впливам для інформаційно-аналітичного забезпечення (ІАЗ) впливає безпосередньо з аналізу цих впливів для протидії зброї. Під інформаційним впливом розуміються цілеспрямовані заходи інформаційного характеру, які спрямовані на зміну поведінки або реакції людини, суспільства чи інформаційно-обчислювальних (інформаційно-керуючих) систем (ІОС) в інтересах супротивника. Розглянемо тільки ті види інформаційного впливу, які безпосередньо впливають на процеси прийняття рішень. Об'єктами впливу в процесі інформаційно-аналітичної діяльності (ІАД) можуть виступати: людина, суспільство, держава або ІОС. Вплив на ІОС є предметом протидії з боку технічного захисту інформації. Підходи до розв'язання проблеми захисту людини або суспільства в процесі ІАД на сьогодні відсутні навіть у постановочному плані.

Запропоновані концепції захисту ІАЗ відбивають технічні аспекти захисту саме людини або суспільства в процесі аналітичного опрацювання нею інформаційного матеріалу. В табл. 1 в узагальненому вигляді викладені фактори впливу на ІАД та можливі заходи щодо захисту від інформаційних впливів.

Узагальнені моделі інформаційних загроз Таблиця 1

№	Джерела, канали реалізації загроз	Характер прояву загроз	Заходи із захисту від загроз
1	Інформаційні технології	Занепад власних технологій обробки інформації Імпортування запозичених інформаційних технологій	Розробка власної інформаційної технології
2	Інформаційні ресурси	Перевантаження інформацією	Розробка методів стиснення інформації
		Дезінформування	Розробка методів виявлення дезінформації
		Приховування інформації Тенденціозне подання інформації	Оцінка інформації на повноту
3	Свідомість людини	Суб'єктивність оцінки інформації	Автоматизація ІАД

Часовий інтервал, на якому система намагається здобути перемогу в інформаційній війні (в даному випадку порівняємо з часом життя елементів людини, суспільства або ІАД) незначний з точки зору часу на зміну поколінь. Тому порівнювати час життя елементів з тимчасовим інтервалом активного ведення інформаційної війни може бути і не завжди коректно.

У першу чергу доцільно відзначити наступне: інтенсивність модифікації навколишнього світу часом не залишає інформаційній системі або суспільству можливості вийти з запропонованих їй сценаріїв поведінки.

В умовах, коли час інформаційної протидії між системами (системою, яка підлягає нападу та

системою-супротивником, що володіє базовими модельованими елементами) малий, можна запропонувати алгоритм інформаційного впливу під назвою «алгоритм, який завжди перемагає» [2, 5]:

- визначення базових елементів інформаційного простору систем-супротивників;
- вивчення індивідуальних особливостей і потенційних можливостей базових елементів;
- моделювання різних варіантів поведінки базових елементів при різних вхідних впливах;
- вибір найбільш переважного сценарію поведінки базових елементів;
- підготовка середовища, в якому функціонують базові елементи (громадська думка) та їх самих;
- реалізація алгоритму.

Відомо, що алгоритм цілеспрямованого інформаційного впливу в зародковому прообразі сьогоденної інформаційної війни був викладений майже сто років тому [2, 4]. Не вдаючись у суперечки про причини і джерела [4], варто відзначити, що авторів зазначених положень, безперечно, слід назвати серйозними теоретиками в області побудови типових тактик і стратегій ведення інформаційних війн, хоча ці положення носять методичний характер. Вони складені так, що їх може використовувати будь-хто, розуміючий значимість таємної війни, і зовсім не обов'язково обмежувати їх застосування тільки мудрецьми і тільки тим далеким часом, з точки зору значимості для теорії інформаційної війни. Протоколи в чомусь аналогічні першим пробним дослідженням з теорії ядерної зброї.

Коротко та точно в [2, 4] з посиланням на Протоколи Сіонських мудреців сказано практично про всі аспекти інформаційної війни:

- система управління, тобто контроль владних структур;
- кошти на перепрограмування населення (засоби масової інформації);
- тероризм;
- економічна війна, засоби економічного управління;
- фінансова програма;
- загальне голосування тощо.

Що собою представляє конкретний алгоритм інформаційної війни з конкретним супротивником?

Змінилося багато методів і прийомів, які отримали наукове обґрунтування. Виникли цілі наукові напрямки: про те, як управляти поведінкою людини, колективом і суспільством. Виробництво та розповсюдження інформації вже поставлено на конвеєр. Всього цього ще не було навіть у минулому столітті - не було достатньо ефективних методів та засобів масової інформації, не було науково обґрунтованих алгоритмів управління соціумом, а виникнути ці алгоритми могли лише з появою теорії програмування для сьогоденних засобів обчислювальної техніки. Здійснити інформаційну атаку - це значить так підібрати вхідні дані для системи, щоб активізувати в ній певні алгоритми, а в разі їх відсутності - активізувати алгоритми генерації потрібних алгоритмів.

Наявна на сьогоднішній день теорія алгоритмів цілком дозволяє пояснити, яким чином може здійснюватися автоматичне створення програм для певних предметних областей.

Процес реалізації зомбованого ефекту на окреме суспільство міг би, напевно, виглядати наступним чином [2, 5]:

1. Розслабити суспільство – вселяти через засоби масової інформації, що ворогів немає, при цьому обговорювати окремі історичні періоди і інтереси окремих народностей (мета – суспільство як ціле має зникнути як об'єкт свідомості суспільства).

2. Змусити суспільство слухати тільки противника, не звертаючи уваги на якість іншої думки або відчуття. Наприклад, акцентувати засоби масової інформації на певній парадигмі суспільного розвитку (наприклад, російський), виключивши будь-який інший досвід: наприклад, України, Польщі (мета – процес навантажування свідомості і дії формуючих сил послаблюються).

3. Змусити суспільство не розмірковувати над тим, що говорить супротивник, і для цього виключити із засобів масової інформації результати досліджень серйозних аналітичних проблем (мета – сприяти гальмуванню безперервного потоку думок).

4. Зосередити увагу суспільства на якомусь предметі, окрім вхідного інформаційного потоку, наприклад, внутрішні катаклізми, війни, терористичні атаки (мета – підсистема захисту, відповідальна за обробку вхідної інформації, виявляється не в змозі виконувати свою функцію і як би розбудовується).

5. Постійно навіювати, що саме суспільство стає краще і краще, що всі навколишні ставляться до нього краще й краще (мета – подібне навіювання послаблює історичну пам'ять і почуття самоотожнення, якими характеризується нормальний стан суспільства).

6. ЗМІ одночасно повинні переконувати суспільство, що викликало такий стан – це не зовсім те, що повинно бути (мета – створення пасивного стану свідомості, в якому зберігається можливість залежності від інформаційного впливу супротивника).

Наведений алгоритм в загальних рисах відображає роботу ЗМІ в Росії часів 1990-а2015 років та в Україні до та під час агресії Росії.

Для дослідження впливу ЗМІ на суспільство застосовуються окремі моделі [6, 7, 8].

Базовою моделлю впливів ЗМІ на суспільну думку є модель «S-R» («стимул-реакція») [6]. На її основі будуються інші моделі, до яких відносяться:

1. Модель «O-S-O-R» [5, 6];

2. Модель двоступеневого потоку інформації [7, 8];

3. Модель двоциклического потоку інформації [6, 8].

Крім того, існують та використовуються наступні моделі:

- важливості інформації;
- поінформованості;
- використання та задоволення;
- інтегрована модель задоволення;
- модель Г. Лассуелла [9], яка є композицією моделей, що були наведені раніш.

Ці моделі дуже докладно розглянуті та описані в літературі, тому не має сенсу зосереджуватися на їх розгляді.

Слід тільки зазначити, що отримані показники моделі «S-R» та моделі поінформованості дуже добре відображають міру впливу засобів ЗМІ на суспільство. На їх основі можна проаналізувати взаємозв'язок ЗМІ та громадської думки, прогнозувати розвиток ситуації. Однак ці моделі не дозволяють проаналізувати дії у розрізі всіх суб'єктів подій довкола прийняття рішення під впливом ЗМІ [6].

При цьому слід враховувати, що ЗМІ виконують наступні функції:

- інформаційна;
- пропагандистка;
- освітня;
- соціальна;
- критики та контролю;
- мобілізаційна;
- інноваційна;
- оперативна;
- формування суспільної думки.

ЗМІ завжди самі визначають, що необхідно, а що не потрібно виносити на суд суспільства.

Окрім того, ЗМІ використовують наступні принципи залучення уваги суспільства:

- пріоритетність і привабливість теми для суспільства;
- неординарність фактів (схильність ЗМІ до негативної і сенсаційної інформації);
- новизна фактів.

Дослідник в області ЗМІ Дж. Брайс випустив книгу, в якій розкрив механізми впливу на громадську думку.

Спочатку конструюється «множинність думки» за допомогою «фактів або оповідань», щоб порушити в людській душі почуття, яке само собою вилитається з уст, створюючи враження, що про обраного факт говорять всі.

На другому етапі газети (ранкові та вечірні) висловлюють більш певну думку про події, забезпечуючи його «очікуваними результатами» і, тим самим, «думки пересічних громадян починають згущуватися в тверду масу».

На третьому етапі – в дебатах і дискусіях – відкидаються непотрібні аргументи на користь одного певного і незмінного рішення.

Четвертий етап – впровадження факту або оцінки події, які видаються за «переконання, що склалося» у вигляді «схильності людей до «однотайності»» в інтересах пересічних громадян.

Весь процес обробки громадської думки порівнювався з дією катка по дорозі, коли «незграбності придавлюються, і дорога стає гладкою і навіть набуває одноманітний вигляд».

Політика цілеспрямованого впливу на громадську думку передбачає знання настроїв широких народних мас, значення реального стану речей. Звідси, з одного боку, інформаційно-психологічний вплив по всіх можливих каналах, а з іншого – ретельне вивчення громадської думки.

Якщо розглянути сам процес формування громадської думки, на наш погляд, його можна представити таким чином.

Коли десь відбувається будь-яка подія, явище, то індивід або соціальна група можуть висловити до нього відношення тільки після отримання інформаційного повідомлення про цю подію, явище. Як правило, інформаційне повідомлення надходить за допомогою ЗМІ.

Дуже важливий для вироблення певної оцінки і коментар, який буде дано до цього інформаційного повідомлення. Таким чином, будь-яка людина отримує разом з інформаційним повідомленням ще й коментар.

Засоби маніпулювання громадською думкою спираються, перш за все, на ЗМІ, що дозволяють коригувати, регламентувати і проектувати масову свідомість і психіку людей. При цьому акцент робиться на використання законів психології, некритичне сприйняття, політичну недосвідченість. Серед ЗМІ найбільшими маніпулятивними можливостями володіє телебачення.

У кінці ХХ – початку ХХІ століть широкого поширення набули психотехнології, засновані на новітніх досягненнях психолінгвістики і Еріксоніанського гіпнозу. Всі вони відрізняються високою ефективністю інформаційного впливу на підсвідомість людини.

1. Фрагментація інформаційного потоку полягає в подачі величезної кількості інформації єдиним потоком, так що будь-яку тенденцію вловити досить складно, а масовому споживачеві практично неможливо.

2. Метод семантичного маніпулювання. Суть його полягає в ретельному відборі слів, що викликають або позитивні, або негативні асоціації і, таким чином, впливають на сприйняття інформації.

Висновки

Аналіз факторів інформаційних впливів та протидії інформаційній зброї дозволяє зазначити наступне:

1. Інформація буває позитивною і негативною. Позитивна (конструктивна) інформація прагне довести до особистості (людини) певні переконання у доступній формі. Вона повинна сприяти соціальній гармонії, злагоді, виховання людей у відповідності до загальноприйнятих цінностей. Позитивна інформація виконує виховну та інформаційну функції в суспільстві. Вона здійснюється в інтересах тих, кому адресована, а не обмеженого кола зацікавлених осіб. Позитивна інформація не переслідує маніпулятивних цілей.

Метою негативної пропаганди інформаційних впливів є розпалювання соціальної ворожнечі, ескалація соціальних конфліктів, загострення суперечок у суспільстві. Це дозволяє роз'єднати людей, зробити їх слухняними волі нападника.

2. Проблеми інформаційної війни (впливів) з боку Росії проти України – питання надзвичайно гостре. На нашу думку, для того, щоб протидіяти російській інформаційній ескалації в Україні слід: перешкоджати маніпулятивним технологіям супротивника, які застосовують для впливу на суспільну свідомість та вдосконалювати методи протидії інформаційним впливам.

Література

[1] Libicki M. Conquest in cyberspace. National security and information warfare. – Cambridge, 2007. – 207 p.

[2] Іванченко І. С. Забезпечення інформаційної безпеки держави / І.С. Іванченко, В.О. Хорошко, Ю.Є. Хохлачова, Д.В. Чирков. – К.: ПВП «Задруга», 2013. – 170 с.

[3] Хорошко В.О. Особливості застосування сучасної інформаційної зброї / В.О. Хорошко, Т.І. Козел, О.О. Ярошенко // Правове, нормативне та метрологічне забезпечення систем захисту інформації в Україні. Вип 1(29), 2015. – С. 9-15.

[4] Хорошко В.О. Концепція застосування інформаційних впливів та протидії інформаційній зброї / В.О. Хорошко, Ю.Є. Хохлачова, М.І. Прокоф'єв // Правове, нормативне та метрологічне забезпечення систем захисту інформації в Україні. – Вип. 1(31), 2016. – С. 9-24.

[5] Расторгуев С.П. Философия информационной войны / С.П. Расторгуев. – М.: МПСИ, 2003 – 496 с.

[6] Штрамайер Г. Политика і мас-медіа / Г. Штрамайер: пер. з нім. А. Орган – К.: Вид. дім «Киево-Могилянська академія», 2008. – 303 с.

[7] Балабін В. В. Концептуальні засади захисту системи інформаційно-аналітичного забезпечення завдань інформаційної боротьби як складової воєнної безпеки / В.В. Балабін, І.В. Замаруєва, І.В. Пампуха // Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. Військово-спеціальні науки, №22, 2009. – С. 30-33.

[8] Рось А. О. Концептуальні засади моделювання інформаційної боротьби / А.О. Рось, І.В. Замаруєва, В.Л. Петров // Наука і оборона, 2000, №2. – С. 47-53.

[9] H. Lasswell, A. Kaplan, Power and Society: A Framework for Political Inquiry – New Haven, 1950. – 75 p.

УДК 355.405.1 (045)

Хорошко В.А. Хохлачова Ю.Е. Информационная война. СМИ как инструмент информационного воздействия на общество. Часть 1

Аннотація. Разработка концепции информационного воздействия СМИ на человека и общество следует из анализа этих воздействий. Анализ информационной войны, ее принципов и методов позволяет понять суть этих воздействий. Это очень важно на современном этапе, когда Россия ведет гибридную войну против Украины. Так как существует множество определений информационной войны, то в статье сформулировано оно на основании работы М. Либики. Кроме того, рас-

смотрены пять основных правил, которые используются во время информационных компаний: наблюдения, преувеличения и перекручивания, оркестрирования или замалчивания, переливания и заражения. Рассмотрены «Алгоритм, который всегда побеждает» и процесс реализации зомбирования общества. Эти алгоритм и процесс были применены в России 1990-2015 гг. и используются сейчас против Украины. Также в статье приведены и проанализированы наиболее часто применяемые модели влияния СМИ на общество. Кроме того, приведены и проанализированы материалы Дж. Брайса, в которых описывается механизм воздействия СМИ на общественное мнение. Информационные воздействия бывают как положительными, так и отрицательными. Причем положительная информация выполняет воспитательную функцию в обществе. Целью же отрицательной (негативной) информации (пропаганды) является разжигание социальных конфликтов, обострение разногласия в обществе. Проблемы информационной войны следует решать за счет противодействия манипуляционным технологиям противника и усовершенствования методов противодействия.

Ключевые слова: информационная война, информационное воздействие, информационное оружие, противодействие.

Khoroshko V., Khokhlachova Yu. Information war. Mass media as an instrument of information influence on society. Part 1

Abstract. Development the concept of mass media impact on human and society follows from the analysis of these impacts. Analysis of the information warfare, its principles and methods allows to understand the nature of these effects. This is so important at the present time, when Russian leads hybrid warfare from Ukraine. Since there are many definitions of information warfare, the article formulated based on the work of M Libiki. In addition, consider the five basic rules, which used during information campaigns: observation, exaggeration and twisting, silence, transfusion and infection. Considered «Algorithm, which always wins» and the process of the zombie society implementation. These algorithm and process used in Russia 1990-2015's and now being used against Ukraine. Also in the article presented and analyzed the most commonly use mass media influence model on society. In addition, listed and analyzed materials J. Bryce, which describes the mechanism of mass media influence on public opinion. Information effects are both positive and negative. Moreover, positive information serves an educational function in society. The aim of negative information (propaganda) is an incitement to social conflicts, aggravation of differences in society. Problems of information warfare should be solved at the expense of enemy counter manipulation technology and advanced methods of counteraction.

Key words: information warfare, information exposure, information weapons, counteraction.

Отримано 17 жовтня 2016 року, затверджено редколегією 3 листопада 2016 року
