

УДК 327:355.01:323.266:007(477+470+571)

І. С. Бондаренко

## СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНІКИ ТА РЕСУРСИ У ВІЙНАХ НОВОГО ПОКОЛІННЯ

*У статті проаналізовано сутність, форми та стратегії війн нового покоління. Визначено основні дезінформаційні стратегії та тактики, схарактеризовано основні методи пропагандистського впливу. З'ясовано, що основою ведення гібридних воєн є інформаційно-психологічна складова, а об'єктом її впливу стає суспільна свідомість.*

**Ключові слова:** війна четвертого покоління, гібридна війна, дезінформування, інфологема, інформаційна війна, пропаганда, чутки.

### I. Вступ

Російсько-український конфлікт став справжнім викликом глобальній системі безпеки. Упродовж останніх років міжнародна спільнота активно переосмислює сутність військово-політичного насилля. Україна, на жаль, є "наочною" зоною впровадження нових мультимодальних військових стратегій, у яких традиційні бойові тактики супроводжуються потужними інформаційно-психологічними операціями, дипломатичними кампаніями та економічними санкціями конфліктуючих сторін.

### II. Постановка завдання

Російська збройна агресія проти України у вимірах військових експертів та журналістів номінується по-різному: "інформаційна війна", "війна четвертого покоління" (4GW), "асиметрична війна", "консцієнтальна війна", "гібридна війна". Усі ці терміни вказують на багатоаспектність та складність нового феномена протистояння, об'єктивно оцінити який фахівці зможуть лише із часом. Українці ж сприймають цю війну суб'єктивно або через інтерпретації політиків та журналістів. За таких умов важливо пояснити сутність, форми та стратегії війн нового покоління.

Проблема російсько-українського конфлікту – питання гостре та болюче не лише в контексті соціально-політичних реалій України, а й у вимірах наукового осмислення. Представники різних наукових галузей намагаються осягнути модель нової форми геополітичного протистояння, запропонувати шляхи вирішення ситуації. Зазначена проблематика стала предметом досліджень Н. Войтович, В. Кравченка, О. Литвиненка, В. Остроухова, В. Петрика, Г. Почепцова, В. Різуна, І. Руценка, Д. Саїдахметова, М. Требіна.

Під час дослідження для визначення системи інформаційно-психологічного впливу пропагандистських текстів на аудиторію реалізовано комбінацію системно-функціонального, функціонально-комунікативного та психолінгвістичного методів. На різних етапах роботи застосовано описовий і порівняль-

ний методи, метод кореляції соціальних та лінгвальних чинників (опис дезінформаційних текстів), методи трансформації, компонентного й концептуального аналізу.

### III. Результати

Соціальнокомунікаційні технології стали ефективними засобами ведення інформаційно-психологічних та консцієнтальних воєн. Названі форми політичного насилля спрямовані на трансформацію сприйняття дійсності та ураження свідомості аудиторії хибними смисловими вірусами. Ю. Громико зауважує: "Консцієнтальна війна передбачає, що світ перебуває на новому етапі боротьби – конкуренції форм організації свідомостей, де предметом влучання та знищення є певні типи свідомостей" [1].

А. Колодій серед численних особливостей консцієнтальної війни називає такі: латентність упродовж тривалого часу; різноманітність, гнучкість та непередбачуваність засобів впливу; застосування насильницьких методів викривлення інформаційно-комунікативного простору; стирання чіткого розмежування "друг-ворог"; руйнування духовних цінностей, уявлень про добро і зло, здатності людини до вільної самоідентифікації. На думку дослідниці, найбільш впливовими засобами ведення консцієнтальної війни є екранні технології – "поширення брехні, підкріпленої теле- або інтернет-картинками" [2].

Такої самої позиції дотримується й А. Боброва: "Основними засобами консцієнтальної війни є різні екранні технології, тобто телеекран, екран Інтернету, де на ідентичність людини можна сильно впливати, трансформувати її" [3, с. 17].

Констатуємо, консцієнтальна війна, розгорнута Росією проти України, тривала століттями (до речі, російська наукова школа дослідження цієї форми політичного насилля є найпотужнішою у світі). Сьогоднішня гібридна війна РФ акумулювала історичний досвід, комунікаційні ресурси та технологічні прийоми роботи з інформацією, безупинно руйнуючи ідентифікаційні структури нації.

Термін “гібридна війна” запозичено зі словника американських військових теоретиків. Так, у 2007 р. Ф. Хоффман у праці “Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars” наголошує на тому, що війни сучасної епохи є гібридним явищем, яке розгортається в межах летальності (невирішеності) певного міждержавного конфлікту та фанатизму партизанської війни. За таких умов держави, або підтримувані ними бойовики й терористи, застосовують надсучасне озброєння, використовують телекомунікаційні мережі, вдаються до кіберзлочинності, інформаційної пропаганди та масового психологічного насилля проти цивільних [4].

Зауважимо, гібридні війни є перманентними (затяжними та постійними). У Стратегії національної безпеки України (2015) зазначено, що агресія Росії проти України має “довгостроковий характер”. Зрозуміло, початок відліку цього часового терміну датований не лютом 2014 р. Російсько-українська війна між державами має перманентний характер і триває століттями. Постає логічне (навіть риторичне) запитання: коли вона завершиться? На думку політологів, війна – не випадкове, а закономірне явище суспільного буття, це природний стан цивілізації. Мир є лише фазою циклу війни. Перебіг війни підпорядковується дії певних законів, прояв яких змінюється залежно від зброї, соціальної природи суб’єктів конфлікту, їх політичної сили та інформаційних ресурсів.

Сьогодні науковці активно вивчають концепцію “гуманної”, “м’якої” зброї (soft weapons), дія якої ґрунтується на використанні сучасних інформаційних технологій і на спеціальній обробці інформації. Російські дослідники О. Хесін, М. Чекмарьов та В. Бірюков визначили чотири класи гуманної зброї, один з яких (III клас) орієнтований на глобальне вирішення геополітичних криз “без жодного пострілу”. Автори підкреслюють, що такий різновид гуманної зброї надає змогу проводити бойові дії анонімно, без оголошення війни. Її мішенню є інформаційна інфраструктура соціальних груп – інформаційні потоки, суспільна свідомість та психогенетика [5].

“Поле бою” гібридної війни переноситься на інформаційний та економічний простори. Ми наголошували на тому, що основою ведення гібридних війн є інформаційно-психологічна складова, а об’єктом її впливу стає, насамперед, суспільна свідомість. Інформаційна зброя здатна “точково” уражати в саме серце соціальної проблеми, тримати на прицілі увесь суспільний організм.

Інформаційне “кілерство” – явище не нове в історії людської цивілізації. У цьому контексті слушною є думка української дослідниці Л. Макаренко: “Використання інформації як зброї проти супротивника має тривалу історію, а в умовах сучасного інформаційного суспільства набирає нових обертів і набуває першорядного значення як

зброя, що здатне вплинути одночасно й на величезну аудиторію та здатне бити прицільно по тих, хто приймає ключові рішення. Більшість методів і форм інформаційного тиску старі як світ, а отже, і широко відомі, тим не менше, перед їх силою не здатне встояти жодне суспільство” [6].

На думку військових експертів, інформаційно-психологічний вплив на супротивника здійснюється засобами дезінформації, пропаганди, диверсифікації громадської думки, чутками.

Дезінформація – поширення викривленої, спотвореної, неправдивої інформації (брехня, обман, облуда) з метою психологічного впливу на свідомість людини/суспільства. Розробка дезінформаційних тактик – компетенція спеціальних розвідувальних служб, а не новинних редакторів або журналістів. ЗМІ – це лише канали поширення дезінформованих повідомлень.

Дезінформування здійснюється за єдиною ідеологічною стратегією, з ретельним узгодженням пропорцій правди та брехні (достовірна інформація використовується максимально). Така тактика спрямована передусім на приховування справжніх намірів, цілей та завдань однієї з конфліктуючих сторін.

Техніка спотворення картини світу за допомогою цілеспрямованого відбору повідомлень передбачає зміщення реальних оціночних акцентів: загострюється увага на незначущих фактах, натомість відтісняються факти дійсно важливі.

Науковці називають декілька технологічних прийомів тактики дезінформування: введення в оману впливової групи осіб шляхом поширення застарілої, неповної, спотвореної, викривленої інформації з метою вплинути на прийняття нею відповідного рішення. Міністерство закордонних справ РФ системно “інформує” світову спільноту про хід справ “на Україне”. Зрозуміло, що така інформація має всі ознаки прямого дезінформування. До речі, на офіційному сайті МЗС Росії станом на 1 березня 2016 р. окремими рубриками виокремлено позиції “Ситуація на Україне” (477 новин), “Ситуація вокруг Сири” (491 новина). Як зразок цього виду дезінформування візьмемо типову новину – виступ постійного представника РФ при ОБСЄ О. Лукашевича на засіданні Постійної ради ОБСЄ щодо ситуації в Україні 11 лютого 2016 р. (м. Відень). Інформацію подано так: «Фактически, Киев держит в заложниках выполнение “Комплекса мер”, который остается безальтернативной основой мирного процесса, какие бы чувства текст ни вызывал у украинских политиков. Сохранение напряженности в зоне конфликта дает Киеву повод все проблемы “списывать” на внешние факторы – от России до памятников советской эпохи. Интенсифицируются провокационные обстрелы городов Донбасса. Под огнем, в т.ч. минометным, находятся жители Донецка, Горловки, Коминтерново. Имеются

жертвы. У линии соприкосновения уже сосредоточено большое количество вооружений и войск. Из разных источников продолжают поступать тревожные сообщения о передвижениях значительного числа военной техники в тылу украинской армии, переброске в зону конфликта свежих резервов и новой техники» (<http://www.mid.ru/>).

Соціальнокомунікаційною технікою обробки інформації є модифікація інформаційного потоку – вибіркоче надання інформації через її неповноту, напівправду, дозованість, замовчування або тенденційне викладення фактів. Так, у березні 2016 р. центральне державне інформаційне агенство Росії (ТАСС) подало інформацію з красномовною назвою: «МИД РФ: в список запрещенных СМИ на Украине попал даже российский телеканал “Бобер”». Короткий виклад повідомлення: «В санкционный список Национального совета по телевидению и радиовещанию Украины в отношении российских СМИ попали не только “Россия сегодня” и Sputnik, но даже такой “безобидный” аполитичный телеканал, посвященный вопросам дизайна, интерьера и ремонта, как “Бобер”. На этот факт, в частности, обратила внимание официальный представитель МИД РФ Мария Захарова» (ТАСС, 18.02.2016).

Національна рада з питань телебачення і радіомовлення дійсно визнала контент 15 російських телеканалів невідповідним вимогам Європейської конвенції про транскордонне телебачення й заборонила їх ретрансляцію в українських кабельних мережах. Та в цьому списку телеканал “Бобер” відсутній.

“Білий шум” – технологія оточення правдивої інформації її неправдивими версіями та припущеннями. Численні політичні токшоу федеральних телеканалів “Структура момента”, “Політика”, “Время. Итоги”, “Большинство” (Первый канал), “Акценты недели”, “Поздняков” (НТВ), “Вести недели”, “Вечер с Владимиром Соловьевым”, “Поединок” (РТР) – своєрідні “кавер-версії” подій, що відбуваються в Україні та світі.

Соціальнокомунікаційною технікою є й термінологічне “мінування” – підміна, спотворення прямої семантики принципово важливих, базових термінів та понять. Неперевершеним “майстром” такого прийому дезінформування є В. Путін. Бесумнівно, володіючи неабиякими здібностями риторика (чого тільки варті багатогодинні пресконференції на Першому телеканалі!), він вправно пояснює росіянам сутність усіх зовнішньо- та внутрішньополітичних процесів. Зрозуміло, акценти в таких виступах – відповідні. Приміром: “Если действительно сегодняшний режим в Киеве начал применять армию против населения внутри страны, то это, без всяких сомнений, очень серьезное преступление против своего народа. Я напомним, что даже *легитимный президент* Украины В. Ф. Янукович не решился применить армию в конфликте в Киеве. <...> Если

сегодняшние власти в Киеве это сделали, то это, конечно, *хунта* уже, клика какая-то. У них нет *общенационального мандата*, они в лучшем случае имеют только некоторые *элементы легитимности*, в рамках парламента” (<http://russian.rt.com/article/29167#xzz3KBNiJxH0>).

У військових стратегічних та оперативнотактичних операціях основними напрямками дезінформування є такі:

1. Введення в оману супротивника щодо реального початку бойових дій та їх характеру. Згадаймо заперечення В. Путіна щодо присутності російських військ на території АР Крим.

2. Витік суттєво завищених або занижених даних щодо перекидання своїх військ на різні операційні напрямки. Цю тактику використовує Росія у “вирішенні сирийської проблеми” (саме таку назву має новинна рубрика офіційного сайту НТВ).

3. Значне перебільшення бойових можливостей військ і озброєння супротивника. За такою інформаційною тактикою вела боротьбу Росія проти Туреччини. Наведемо типові дезінформаційні зразки, системно поширювані російськими ЗМК: “Турция, нарушив Договор по небу, пыталась скрыть незаконную активность на границе. Ставя под сомнение договоренности по Сирии, достигнутые в ходе переговорного процесса, Турция ведет себя непорядочно и действует в угоду имперским амбициям отдельных представителей руководства этой страны” (ТАСС, 25.02.2016).

4. Поширення через ЗМІ та Інтернет інформації про місця дислокації й характер бойових дій своїх військ, їх професійний вишкіл та морально-психологічний настрій. Так, з метою ведення ефективного інформаційно-психологічного протидіювання у 2005 р. була створена телерадіокомпанія збройних сил Російської Федерації “Звезда”. Військово-патріотична продукція телерадіокомпанії активно пропагує звиягу російської армії не лише на території РФ. Щоденні новинні стрічки поповнюються такими зразками: “Морпехи Каспийской флотилии провели бой с десантом противника на учениях” (07.03.2016), “Снайперы ЮВО днем и ночью поражают “противника” в Северной Осетии” (05.03.2016), “Российские танкисты отстрелялись на крупнейшем в Европе полигоне Мулино” (05.03.2016), “Эксклюзивные кадры ночных стрельб в Нижегородской области” (04.03.2016), “Морпехи-зенитчики охотятся за самолетами-нарушителями на Камчатке” (04.03.2016) і т. ін.

5. Поширення неправдивої інформації про деморалізацію військових частин супротивника. Така дезінформаційна тактика становить основу інформаційно-психологічного впливу РФ на громадян своєї держави та мешканців частини східних областей України. Повідомлення будуються за принципом емоційної деталізації події, основна їх мета – враження аудиторії. Такі інформаційні формули не містять конкретних фактів. Приміром:

«Наверное, когда хунта стирала в пыль мирные кварталы донбасских городов, это она сдерживала “имперские амбиции Кремля”. Ведь никто не принёс столько горя и слез Донбассу, сколько оготтелая украинская военищина. Или, когда десятками гибли дети Донбасса, а их отцы, в отчаянии, хватались за оружие, это тоже были “имперские амбиции Кремля”? И когда штурмовики нацбатальонов насильовали женщин в Трехизбенке, Новоанновке, Лисичанске, это тоже было сделано назло “имперским амбициям Кремля”?» (<http://ruspravda.info/Basni-SBU-17796.html>).

Сьогодні пропаганду вважають найважливішим інформаційно-психологічним засобом ураження супротивника. Маємо справу з її особливим різновидом – воєнною пропагандою – особливою формою інформаційного впливу, що базується на дискредитації, безперервному звинуваченні супротивника, на підриві морально-бойового духу особового складу військ, на надиханні до перемоги власного народу, армії та союзників.

Пропаганда набула тотальної сили у веденні сучасних воєн завдяки бурхливому розвитку системи ЗМК. Країни, що мають потужну інформаційну інфраструктуру, контролюють світовий геополітичний порядок. Росія створила потужний сегмент державного телерадіомовлення, об'єднаний Федеральним державним унітарним підприємством “Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания”. До нього належать: “Первый канал” – найбільша державна телекомпанія, що охоплює аудиторію РФ з показником 99,8%. До того ж, це глобальна інформаційна система, до якої входить “Первый канал. Всемирная сеть”, “Первый канал Евразия” (Казахстан), “TV1” (Вірменія), “ОНТ” (Білорусь). “Первый” має споріднені телеканали “Карусель”, “Дом кино”, “Телекафе”, “Время” тощо. Охоплення загальноросійського телеканалу “НТВ Мир” розповсюджується на більшість пострадянських країн та країни Балтії, а також на Західну Європу, Близький Схід, США, Канаду, Ізраїль, Австралію, Нову Зеландію. “РТР-Планета” – російський міжнародний супутниковий телеканал, має сегменти: “Россия РТР” мовить для країн СНД та Балтії, “Planeta RTR” – для країн далекого зарубіжжя; має споріднені телеканали “Мама”, “Мульт”, “Моя планета”, “Сарафан”, “Страна”.

Конкурувати Україні з такою системою засобів масової інформації та пропаганди вкрай складно. Підкреслимо, дотепер ми не маємо жодного міжнародного телевізійного каналу; питання впровадження українського іномовлення в розробці. На жаль, ми ведемо інформаційно-психологічне протиборство лише локально й не можемо дати гідний глобальний інформаційний відсіч “русскому миру”.

Базовий принцип дії пропаганди – широта та масовість охоплення населення єдиним ідеологічним впливом. Особливістю пропаганди, порівняно з іншими інструментами фор-

мування суспільної свідомості, є чітке врахування аудиторного ресурсу: пропагандистські матеріали мають бути спрямовані на всі категорії населення – від дітей дошкільного віку до людей похилого віку. Саме тому російські федеральні канали мають таку розгорнуту спеціалізовану мережу. Приміром, дитячий телеканал “Карусель” демонструє велику кількість програм про історію та географію Росії. Зрозуміло, що подаються вони у відповідній ідеологічній патетиці. До цього часу “Карусель” мовить на території України через мережу кабельного телебачення.

Пропаганда є комунікаційною технологією політичного та соціального контролю, яка надає змогу регулювати відносини панування й покори за допомогою уніфікації особливостей соціальних груп, підтримки пасивності та конформізму в суспільстві. Пропаганда володіє набором методів і технологій переконання, реалізація яких призводить до зміни індивідуальних/групових моделей свідомості та поведінки.

По суті, пропагандистські матеріали в ЗМІ виявити достатньо легко. Вони створені за схемою: **факт – оцінка – заклик**. Останні два компоненти мають потужний експресивний заряд, який виражається за допомогою метафоричного мовлення, відеоряду, звукових ефектів, пауз. Власне вербальні прийоми становлять основу інформаційно-психологічного впливу. Використання політичних термінів, метафор, гіпербол, повторів, епітетів, алегорій, засобів іронії та сатири моделює в уяві аудиторії цілий спектр відповідних яскравих асоціацій.

Спеціалісти також називають власне медійні (журналістські) прийоми пропагандистського впливу: використання стереотипів та “навішування ярликів” (name calling): мовні кліше “нелегітимна влада”, “київська хунта”, “кровавий кролик” (А. Яценюк), “шоколадний заяць” (П. Порошенко), “Укропія” (Україна) здатні легко моделювати відповідне ставлення до подій в Україні. На жаль, стереотипізовані звороти стали частиною свідомості російської та, почасти, української аудиторії.

Спіндокторинг (верстка новин, подача новинного факту) як соціальнокомунікаційна технологія також здатна моделювати реакцію аудиторії. Так, інформація про події “на Україне” упродовж весни 2014 – листопада 2015 р. (до початку сирійського конфлікту) становила п'ятірку топ-новин на провідних телеканалах Росії. Формувалося враження, що в самій РФ за цей період нічого значущого не відбувалося. Простий запит “ситуація на Україне” в пошуку сайту НТВ подав нам вражаючу цифру – 49 298 повідомлень! Телеканал РТР під тегом “Вести.Ru: Ситуація на Україне” подає інфографічну статистику. Так, у лютому 2016 р. українській тематиці було присвячено 290 матеріалів.

Пропаганда “працює” тільки тоді, коли вона є масовою, ідеологічно вивіреною та повсякчас повторюваною. Усі ці принципи ефективного інформаційно-психологічного впливу за-

діяні в Росії: федеральні ЗМІ подають єдину ідеологічну концепцію світових подій → єдина ідеологічна стратегія постійно дублюється та повторюється → єдина ідеологія стає частиною свідомості величезної аудиторії.

#### IV. Висновки

Усі методи інформаційно-психологічного впливу спрямовані на формування вигідної супротивнику громадської думки та відповідної суспільної свідомості. Саме вони стають справжнім стратегічним капіталом у проведенні масштабних інформаційно-психологічних операцій. Крім традиційних технологічних прийомів маніпуляції (конструювання образу ворога, підтримка соціальних страхів, трансляція дезінформації, кореляція історичної пам'яті), використовують спеціальні техніки впливу: локальну блокаду інформаційного простору, масштабність інформаційної активності, сигнальність інформації. Вивчення системи сучасних соціальнокомунікаційних технологій у контексті базових форм політичного насилля є перспективним науковим напрямом, здатним прогнозувати сценарії та наслідки геополітичних конфліктів.

#### Список використаної літератури

1. Боброва А. Г. Основні форми сучасного політичного насилля : автореф. дис. ...

канд. політ. наук : 23.00.01 / А. Г. Боброва ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – Київ, 2005. – 19 с.

2. Громыко Ю. Оружие, поражающие сознание, – что это такое? [Электронный ресурс] / Ю. Громыко. – Режим доступа: <http://www.pereplet.ru/text/grom0.html>.
3. Колодій А. Про консцієнтальну війну і тверезий глузд у ставленні до влади [Електронний ресурс] / А. Колодій. – Режим доступу: <http://political-studies.com/?p=1311>.
4. Макаренко Л. П. Еволюція форм та методів ведення інформаційної війни [Електронний ресурс] / Л. П. Макаренко // Науковий огляд. – 2014. – Т. 4. – № 3. – Режим доступу: <http://naukajournal.org/index.php/naukajournal/>.
5. Хесин А. Классификация “гуманного” оружия будущего / А. Хесин, М. Чекмарев, М. Пименов, В. Бирюков // Национальная безопасность и геополитика России. – 2003. – № 9. – С. 26–28.
6. Hoffman F. G. Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars: Potomac Institute for Policy Studies / F. G. Hoffman. – Arlington, Virginia, 2007. – 67 p.

Стаття надійшла до редакції 08.06.2016.

#### **Бондаренко И. С. Социальнокоммуникационные техники и ресурсы в войнах нового поколения**

*В статье проанализированы сущность, формы и стратегии войн нового поколения. Определены основные дезинформационные стратегии и тактики, охарактеризованы основные методы пропагандистского воздействия. Установлено, что основой ведения гибридных войн является информационно-психологическая составляющая, а объектом ее воздействия становится прежде всего общественное сознание.*

**Ключевые слова:** война четвертого поколения, гибридная война, дезинформации, инфологема, информационная война, пропаганда, слухи.

#### **Bondarenko I. Social Communication Techniques and Resources of the new Generation Warfare**

*The articles explores the problems of Russia Ukraine conflict and the main forms and directions of Russian aggression against Ukraine. It also analyses the basic scientific approaches to the comprehension of the phenomenon of “hybrid war” along with specifics of information and psychological confrontation in the context of the Ukraine conflict. Besides, the attention is also given to the analysis of the main social and communication methods of Russian communication and psychological warfare against Ukraine.*

*Research methodology. During the study the combination of system and functional, functional and communicative along with psycholinguistic methods was realized to define the effect of informational and propaganda texts on audiences. The application of descriptive and comparative methods as well as methods of correlation of social and lingual factors (for analysis of disinformation texts), methods of transformation, component and concept analyses was stipulated by the stages of research.*

*Results. The essence, forms and strategies of hybrid/information/asymmetric wars have been analyzed. The main disinformation strategies and tactics have been defined in addition to the description of basic propaganda techniques.*

*Novelty. The interrelation between the main concepts defining the phenomenon of a new type confrontation has been analyzed for the first time. The description of the main communication tactics of diversification of public opinion has also been presented.*

*The practical significance. The results of the author’s research have been implemented in the realization of the project of South Ukrainian Media Literacy Centre, which is supported by Media Development Fund, US Embassy in Ukraine.*

**Key words:** fourth generation warfare, hybrid war, disinformation, psychic infection, information war, propaganda, buzz.