

УДК 351:323.2:316.77

В. Гурковський

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В КОНТЕКСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТРАДИЦІЙНИХ І КОНВЕРГЕНТНИХ МЕДІА

Розкрито сутність і особливості функціонування традиційних ЗМІ й конвергентних медіа. Установлено їх роль у формуванні інформаційного середовища. Визначено заходи протидії інформаційній агресії щодо України.

Ключові слова: конвергентні медіа, інформаційна війна, інформаційно-психологічні операції, інформаційна агресія, соціальні мережі, блоги, електронні ЗМІ, інформаційний простір, пропаганда, Фейсбук, Твітер.

У світі за останній період часу дедалі активніше для загострення конкуренції навколо перерозподілу сфер впливу, створення нових моделей міжрегіонального протиборства активно використовують інформаційно-комунікаційні технології, що впливають на різні сфери соціального буття, особливо на сферу національної безпеки.

На сьогодні сучасні медіа, які передусім повинні виконувати функції забезпечення прав громадян на отримання інформації, стали для іноземних держав інструментом встановлення своєї політичної, економічної та культурної гегемонії. Інформаційні війни різної інтенсивності стали нормою наших часів, даючи можливості тим, хто вмів їх застосовувати. Перед суспільством нового часу відкривається сильно діючий метод впливу, який не має меж.

Нинішні інформаційні технології дають змогу державам реалізувати власні інтереси, послабити або завдати значної шкоди безпеці конкурентної держави, яка не має дієвої системи захисту від негативних інформаційних впливів. Тому інформаційна складова як елемент забезпечення національної безпеки набуває дедалі більшої ваги, а інформаційний простір став основною ареною зіткнень і боротьби різновекторних національних інтересів, геополітичної конкуренції та інформаційно-психологічних воєн.

Тотальна інформатизація суспільства, зростання глобальних інформаційних потоків сприяють проведенню інформаційно-психологічних операцій (нав'язування різноманітних ідей, поглядів, ідеологій, цінностей, доктрин, готових установок сприйняття), формуючи “правильну” громадську думку, до якої потім можна апелювати. Основна мета цих операцій полягає у тому, щоб атакувати центри прийняття рішень іншої країни і, змінюючи чи перекручуючи факти й інформацію, спонукати противника прийняти вигідні для агресора рішення.

За допомогою медіа деякі країни підтримують свою агресивну політику, отримують фактично карт-бланш і розпочинають військові кампанії.

Для суб'єктів забезпечення національної безпеки у нинішніх умовах надзвичайно актуально випрацювати надійний механізм протидії негативним інформаційним впливам і визначити методологічні засади такої протидії.

Останнім часом проблематику зовнішніх впливів, зокрема інформаційних, на Україну досліджували такі вітчизняні науковці, як О. Юрченко [1], О. Поляруш [2], Я. Жарков, В. Петрик [3], М. Присяжнюк, М. Шайнога [4]. Проблеми управлінської безпеки

у системі державного управління присвячені праці Н. Нижник та С. Мосова [5] та інших. Зміни медіа-простору та розвиток медіа вивчали Д. Тупчієнко, Л. Мудрак [6]. Проблеми протидії спеціальним інформаційним операціям присвячені праці Г. Почепцова, С. Гуньковського, О. Литвиненка, В. Остроухова та інших.

В Україні бракує системних досліджень особливостей використання сучасних медіа, технологій інформаційної агресії в Україні, тому в умовах сьогодення наукові розвідки в цьому напрямі є надзвичайно актуальними та своєчасними.

Мета статті – розкрити сутність і особливості функціонування традиційних ЗМІ й нових (конвергентних) медіа та з'ясувати їх роль у формуванні інформаційного середовища на сучасному етапі.

Для досягнення мети потрібно вирішити такі завдання:

- охарактеризувати стан складових інформаційно-комунікаційної інфраструктури України, виявити причини недосконалості державної інформаційної політики та чинники, що сприяють вразливості інформаційної безпеки;

- розкрити механізм маніпулятивного впливу, який чинять традиційні ЗМІ й нові медіа;

- класифікувати і проаналізувати характерні особливості, функціональні можливості, способи використання конвергентних медіа та з'ясувати їхню роль у зовнішньополітичному протистоянні;

- сформулювати заходи протидії інформаційній агресії щодо України.

Зростання загроз національній безпеці, збільшення кількості та інтенсивності заходів, спрямованих на порушення територіальної цілісності, посилення інформаційних атак ЗМІ та конвергентних медіа на населення України висувують принципово нові вимоги до організації системної роботи суб'єктів національної безпеки у сфері інформаційної безпеки щодо протидії інформаційно-психологічним впливам.

Причинами зниження довіри до держави з боку інших учасників міжнародних відносин є:

- недостатньо чітка побудова національної стратегії забезпечення інформаційно-психологічної безпеки;

- застарілі підходи до реалізації державної інформаційної політики та недостатня оцінка можливостей нових медіа в інтересах національної безпеки;

- відсутність у державному секторі фахівців, які здатні працювати в новій візуальній системі, ефективно й оперативно протидіяти зовнішнім інформаційним атакам у мережі.

Військова окупація АРК та м. Севастополя, а також діяльність сепаратистів на Сході України засвідчили, що пропаганда як засіб інформаційного тиску стала могутнім інструментом інформаційно-психологічного впливу, що визначає появу, перебіг і кінцевий результат проблем миру й війни.

Як справедливо зазначив український дослідник у сфері національної безпеки Г. Ситник, якщо не розробити і не впровадити цілеспрямованої системної державної політики захисту національних інтересів та належних механізмів її реалізації, через накопичений потенціал загроз національній безпеці може постати питання про існування України як цілісної і суверенної держави [7]. Цілком погоджуючись з ученим, зауважимо, що на сучасному етапі важливим завданням для суб'єктів забезпечення національної безпеки є подолання зовнішніх загроз українській державності, що передбачає не лише боротьбу з гіпотетичними викликами та ризиками, а й протидію реальним інформаційним операціям з боку конкретних країн.

Військово-політична агресія Російської Федерації на територію Криму з лютого 2014 р. довела, що інформаційний вплив у міждержавних відносинах можна використовувати не лише для досягнення прагматичних цілей зовнішньої політики, а й безпосередньо для підготовки сприятливих умов для проведення військових операцій.

Іноземні держави використовують свої ЗМІ як ефективний інструмент розвідувальної діяльності та маніпулювання суспільною свідомістю, проведення спеціальних інформаційних операцій, доведення цілеспрямованих відомостей для впливу на внутрішню й зовнішню політику та підризу національного суверенітету інших держав.

Характеризуючи сучасний стан інформаційно-комунікаційної інфраструктури України, зауважимо, що вона зазнає інформаційної агресії іноземних медіа, які безперешкодно встановлюють монополію на інформацію, чинять повільну інформаційну експансію, створюючи необхідні умови для просування ідей, рішень керівництва зарубіжних країн.

На початку 90-х рр. XX ст. відбулася активна експансія України зарубіжними ЗМІ, які заповнили інформаційний простір та суттєво збільшили кореспондентський корпус. Це дало змогу маніпулювати суспільною свідомістю та вигідно впливати на прийняття державно-управлінських рішень.

На жаль, Україна поки що не належить до тих країн, які навчилися на національному рівні опановувати стратегії протидії інформаційній агресії та ефективно їх реалізовувати.

Держави, для того, щоб позиціонувати себе серед інших зовнішньополітичних “акторів” у сприятливому образі, а також впливати на політичну поведінку інших країн, за допомогою конвергентних медіа як ефективних кіберзасобів активно впроваджують агресивні пропагандистські технології та “інформаційні спеціальні операції”.

Дослідження засвідчують, що для дієвішого проведення інформаційних операцій використовують одночасно традиційні інформаційні канали ЗМІ (наприклад, “Вести недели” Д. Кисельова) і наступальні кіберзасоби, за допомогою яких споживачам поширюють спеціальні пропагандистські продукти.

Мета цих засобів полягає у досягненні стратегічної інформаційної переваги через маніпулятивне нав’язування населенню “країни-жертви” бажаних цінностей, поведінкових моделей і рішень, вигідних “країни-агресору”. Такими кіберзасобами передусім є *конвергентні медіа*, які дають змогу ефективніше передавати повідомлення та обмінюватися ними, оперативніше встановлювати, підтримувати комунікативні зв’язки, формувати та символізувати образи об’єктів, доносити до цільових груп сюжети, які впливають на розум і свідомість. Мережа таких інструментів впливу функціонує чітко й злагоджено, продукуючи “правильне” розуміння та скеровуючи населення і міжнародну спільноту у вигідному напрямі, тобто *конвергентні медіа є одночасно засобом впливу та інструментом маніпуляції й реалізації сценаріїв інформаційної агресії*.

Проникаючи у свідомість, використовуючи схильність до узагальнення, спираючись на людську конформність, медіа навіюють та втілюють у масову свідомість певну псевдореальність, задають хронологію дійсності, впроваджують у масову свідомість світоглядні оцінки явищ і фактів, диктують прочитання реальності. Створені ЗМІ віртуальні символи конститууються, починають існувати самі по собі, набувають предметності. Все це робить ЗМІ потужним інструментом ведення інформаційно-психологічних війн.

Термін “конвергентні медіа” почали активно використовувати у XXI ст., коли з’явилися інтерактивні електронні видання, нові форми комунікації виробників контенту.

Конвергентні медіа – це насамперед нові технології, поширення та злиття старих традиційних форм медіа з Інтернетом, зміна принципів споживання інформації та зміна ставлення людей до медіа. Вони створюють новий медійний ландшафт і трансформують традиційні медійні бізнесові моделі [8].

Словник WEBopedia трактує конвергентні медіа як “загальний термін для багатьох різних форм електронної комунікації, заснованої на використанні комп’ютерних технологій” [9]. Якщо до традиційних медіа належать друковані газети і журнали, то до нових медіа зараховують різноманітні засоби масової комунікації, поширювані переважно через Інтернет:

- веб-сайти, електронні ЗМІ;
- інтернетові плеєри теле- і радіоканалів;
- CatchUpTV – інтернет-сервіси, що дають змогу переглядати записані телепрограми – Virgin Media, WorldTVpc, LiveInternet TV;
- відеосервіси – Hulu, YouTube;
- мережі міні-блогів, наприклад Твітер;
- соціальні мережі MySpace, Фейсбук, Linked;
- блоги;
- портали громадської журналістики – Digg;
- інтернетові радіосервіси – Pandora;
- фотосервіси – Flickr, Picasa;
- мобільні комунікації тощо.

У нових медіа повідомлення можна швидше коригувати залежно від певної ситуації і настроїв обраної аудиторії. На відміну від монологічних каналів отримання відкритої інформації (ЗМІ), аудиторії яких були лише пасивними споживачами повідомлень, засоби електронної комунікації створили широкі можливості для розвитку діалогічного зв’язку між особами, зацікавленими в надсиланні повідомлення, і цільовою аудиторією, якій адресоване це повідомлення. Традиційні ЗМІ навіть в електронній формі значно поступаються міжнародним мережевим майданчикам, знижуючи ступінь довіри до джерела інформації з боку цільової аудиторії, на яку він намагається вплинути.

Нові медіа стали ефективнішим типом комунікацій, здатним передавати повідомлення цільовим аудиторіям для розширення ефективної комунікаційної стратегії. Визначаючи способи поведінки в просторі інформаційних потоків та обмінів, вони можуть просувати державні інтереси за кордоном і формувати ціннісну й цільову структуру глобального інформаційного простору.

Уже зараз не можна ігнорувати активність лідерів міжнародних інституцій у Фейсбуці, Твітері та на аналогічних ресурсах, адже ці мережі досягли дуже важливого результату: створили стандарт для інформаційного обміну й ведення зовнішньополітичного діалогу майбутнього та стали ефективним засобом маніпулятивного впливу.

Визначимо основні характеристики конвергентних медіа та спробуємо оцінити їхню роль в інформаційній агресії. Конвергентні медіа, зокрема:

- сприяють залученню постійних користувачів мережі через бажання підтримувати дискусію;
- формують в учасників стійкий інтерес до спільноти та забезпечують збільшення кількості її членів залежно від активності учасників та дотримання ними норм поведінки;

– гарантують анонімність повідомлення: віртуальний суб'єкт спілкування в інтернетовому середовищі може без остраху викладати різні матеріали, реалізовувати наміри, які в звичайному “статусному” житті він не зміг би втілити через соціальні причини.

З'ясуємо сутність функціонування основних електронних каналів комунікації (обміну, споживання та отримання інформації), які можна класифікувати як *електронні ЗМІ* (журнали, газети, інформаційні агенції), *соціальні мережі* (найпопулярнішими є Фейсбук, Твітер, ВК), *блоги, мобільний зв'язок*.

Електронні ЗМІ мають суттєві переваги над традиційними ЗМІ. Насамперед, це низька вартість інформаційного продукту; обсяг, що не фіксується та не обмежується газетними смугами або ефірним часом; екстериторіальність, тобто матеріал доступний там, де є Інтернет; мультимедійність, що передбачає використання практично всіх видів передавання інформації (текст, фото, звук, відео, графіка) [10].

Багато традиційних ЗМІ, які мають свої версії в електронному форматі, застосовують таку блогіву функцію, як коментарі, що дає змогу комунікаторові відстежити ефект свого повідомлення серед цільової аудиторії.

Використовуючи потенціал електронних ЗМІ, цільова аудиторія може швидко отримувати неправдиву інформацію (фейк), чутки, “достовірні” компрометувальні фото- і відеоматеріали. В електронних ЗМІ неправдиву інформацію можна також викласти на “чорному” сайті, на який потім можна покликатися, а інформацію з нього – транслувати іншим споживачам. Після цього інформаційну хвилю підхоплюють інші електронні ЗМІ, які можуть передавати цю інформацію в мережі як цілісно, так і частково. Крім того, в електронних ЗМІ можна виривати повідомлення з контексту, транслувати лише неважливі фрагменти, перекручувати зміст, замовчувати невігідну інформацію, викладати дезінформацію та напівправду, покликаючись на авторитетні джерела. Особливістю розповсюдження інформації через електронні ЗМІ є те, що через них можна поширити неперевірену інформацію, яку миттєво підхоплять численні сайти, а про спростування цієї інформації проінформують лише одиниці.

Класичним прикладом російської дезінформації під час висвітлення подій в Україні у 2014 р. є повідомлення в електронних ЗМІ про велику кількість “біженців” з території України до Росії, яке було засвідчено сюжетом із контрольно-пропускного пункту Шегіні на польському кордоні. Запам'яталася і жінка, що по черзі зіграла ролі солдатської матері, харків'янки, одеситки, а потім втікачки від “бандерівців-наркоманів, які ненавидять російськомовних, росіян і Росію”.

Пригадаємо, як у березні 2014 р. в російських електронних ЗМІ з'явилася інформація, що керівник “Правого сектора” Д. Ярош закликав чеченських терористів воювати проти росіян. Як з'ясувалося згодом, це повідомлення насправді розмістили на зламаній сторінці організації в російській соціальній мережі “Вконтакті” і його майже відразу спростував сам Д. Ярош.

Останнім часом російські електронні ЗМІ є інструментом реалізації інформаційної агресії, спрямованої на приниження української нації та розколу нашої держави, розповідають про “величье русского Духа”, про “славу русского оружия” і про те, що “русские спасли мир от коричневой чумы”. А українців російські електронні ЗМІ позиціонують як недорозвинених росіян, тупих та патологічно жорстоких приспівників фашистів чи дешевих “вимивачів європейських туалетів” [11]. Ці висловлювання демонструють неприховану зневагу державної інформаційної політики РФ.

Підтвердженням “правдивості” поширюваної інформації через електронні ЗМІ стають промови вищих посадових осіб держави. Так, президент РФ В. Пугін у своїй риторичі постійно протягом останніх 6 років підкидав “яблука розбрату”, стверджуючи, що “Україна – це навіть не держава” [12] у 2008 р., “Росія могла б перемогти в Другій світовій війні і без України” [13] у 2010 р., а під час виступу на Федеральних зборах 18 березня 2014 р. заявив, що “в Україні взагалі немає з ким говорити”, а дії російських військ на території суверенної України назвав “захистом” мешканців Криму, які “звернулися за допомогою до Росії”, “Крим ніколи не буде бандерівським” [14].

Соціальні мережі, що стали Інтернетом в Інтернеті, є найбільшими платформами для обміну та поширення інформації, зокрема й деструктивного змісту.

Інтерактивні суспільні мережі стають виявом людської діяльності, ґрунтуючись на інфраструктурі зв’язку. Унаслідок поширення суспільних комунікацій за допомогою Інтернету люди створюють групи підтримки в онлайн-режимі. Нові соціальні норми останнього десятиліття ХХ ст. виростили з наданої мережею можливості встановлювати суспільні зв’язки багатьох із багатьма.

Українські науковці вивчали становлення мережі Інтернет, появу інтернетових ЗМІ, а також розвиток блогосфери, проте майже немає досліджень про соціальні мережі та їхній вплив на користувачів. Основною перевагою соціальних мереж, на відміну від електронних ЗМІ, є їхня загальнодоступність. Якщо електронне видання має свою цільову аудиторію, то соціальні мережі об’єднують усіх завдяки міжнародному статусу. Саме тому вони почали впливати не лише на міжнародну цільову аудиторію, а й на самих комунікаторів. Провідні періодичні видання світу змушені використовувати спеціальну функцію, що дає змогу оцінити їхні публікації в найбільших соціальних мережах світу – Фейсбукі і Твіттері. Це робить їх певною мірою залежними від соціальних мереж, які стають ще популярнішими за рахунок інформаційного обміну новинами з міжнародними виданнями. Соціальні мережі надають користувачам інтегровані інформаційні можливості друкованих ЗМІ, радіо й телебачення, рекламних агенцій, довірчого корпоративного, сімейного спілкування. Фейсбук і Твітер стали інструментом політичних лідерів у їхніх публічних дискусіях з міжнародною аудиторією. Так, Твітер створив найпопулярніший на сьогодні в США інтернетовий майданчик, де користувачі можуть висловлювати своє невдоволення і їх почують.

За даними, наведеними в статті видання “watcher.com.ua”, рівень добової активності в соціальній мережі становить приблизно 526 млн осіб, аудиторія мобільних користувачів – майже 500 млн осіб щомісячно. У жовтні 2012 р. генеральний виконавчий директор компанії М. Цукерберг заявив, що у Фейсбукі зареєструвався мільярдний користувач.

Instagram розрахований для пошуку зображень відомих людей, Pinterest – переважно для пошуку креативних зображень. За допомогою соціальної мережі Foursquare деякі медійні практики слідкують за тим, де перебувають відомі особи. Соціальні мережі дають змогу відстежувати, що пишуть і які теми обговорюють різні люди. Крім того, якщо додати політиків, громадських діячів до друзів або підписатися на їхні акаунти, можна просто і швидко дізнаватися останні новини та коментувати їх.

За допомогою сервісу мікроблогів Твітер координували дії протестувальників у Єгипті: людей закликали збиратися в певних місцях у певний час, радили, як дістатися до цих місць, оминати блокпости тощо. Протестні акції в Туреччині в травні – червні 2013 р., які у світових ЗМІ отримали назву “турецька весна”, активно використовували

можливості соціальних мереж, передусім Фейсбуку і Твіттеру, для закликів про допомогу і призначення місць зборів.

Блогосфера (сукупність усіх інтернетових блогів як спільнота) стала потужним конкурентом традиційних ЗМІ і, відповідно, значним важелем впливу на громадську думку.

Моніторинг соціальних мереж дає змогу комунікаторам спрямовувати дискусії блогерів у потрібне річище і мобілізувати групи з певною метою.

Перевага блогів над традиційними ЗМІ є незаперечним фактом. Завдяки високій конкурентоспроможності блогів у їхньому середовищі “природний відбір” відбувається набагато швидше, ніж серед традиційних ЗМІ. Випуск нової газети або робота нової радіостанції вимагає значних витрат коштів і часу. Створення блогу потребує незначних витрат коштів і часу. Невдалі газети, теле- та радіокомпанії, яким легше залучити банківські кредити й інвестиції, “живуть” набагато довше, ніж неуспішні блоги. В умовах високої конкуренції блогери працюють набагато оперативніше за традиційних журналістів, оскільки вони, на відміну від традиційних сайтів, не звертають особливої уваги на грамотність, правильність побудови фраз, технічне оформлення тексту. Крім того, блогери розташовують на своїх сторінках безліч лінків на сторонні сайти й блоги, допомагаючи відвідувачам шукати інформацію і швидше реагувати на події. Також блогосферу активно використовують у мережевих війнах.

Ще одним ефективним електронним каналом комунікації є *мобільний зв'язок*. Розсилання повідомлень на мобільні телефони цільової аудиторії дає змогу дістатися до тієї частини аудиторії, яка не має доступу до Інтернету, а також збільшити швидкість передавання певного послання. Причому були приклади, коли терористи, використовуючи відому соціальну мережу Твітер і повідомлень на мобільні телефони, ввели в оману багатьох журналістів, які не маючи часу перевірити факти, дезінформували населення країни.

Інформаційні операції проти України стосувалися різних сфер: історії, політики, економіки. Найвідоміші з них були пов'язані з українськими радарними системами “Кольчуга” та Євро-2012. Крім того, треба нагадати про торгові й газові війни, які Росія проводила одночасно з інформаційною війною, доки Україна не прийняла вигідного для РФ рішення (ідеться про укладення контракту на постачання російського газу).

Ці операції проводили за допомогою найефективнішого засобу маніпуляції - телебачення, яке позбавляє людину можливості мислити аналітично, унаслідок чого вона легко потрапляє під вплив і вірить тому, що бачить, адже побачена правда завжди є достовірнішою від правди почутої.

Маніпуляції з інформацією, видавання російської відкритої агресії за захист, інформаційно-психологічні атаки сіють ворожнечу і стають причиною кривавих конфліктів, зокрема на сході України. За результатами опитування Фонду “Демократичні ініціативи”, 35 – 40% мешканців півдня й сходу України дізнаються новини саме з російського телебачення і вірять цій дезінформації [15].

Інформаційно-психологічний вплив РФ через ЗМІ та Інтернет про події в Україні є безпрецедентним за весь пострадянський час. Основою для швидкого поширення потрібних сюжетів телеглядачам та користувачам Інтернету стають назви сюжетів чи такі емоційно-патріотичні тези, як “США і Захід хочуть підірвати могутність Росії і розташувати бази НАТО ближче до її кордонів. Вони проти братерства слов'янських народів і намагаються відірвати Україну від Росії”. Відповідно споживачів інформації

намагаються позбавити можливості по-іншому оцінити події в Україні. Суб'єкти національної інформаційної безпеки виявилися неготовими до такої масштабної інформаційної агресії Росії, зокрема під час анексії Криму та дестабілізації ситуації України в східних областях.

Як зазначає Н. Цветкова у своїй статті “Програми Web 2.0 в публічній дипломатії США”, постійне збільшення чисельності громадян, які слухають радіо, дивляться телевізійні програми через Інтернет, користуються певними ресурсами і обговорюють найважливіші суспільні та політичні проблеми в соціальних мережах, змінило суть сучасної громадської дипломатії. Уряди різних країн переносять її програми в кіберпростір, а основною цільовою аудиторією стають мільйони громадян - учасники соціальних мереж [16].

В Україні прийнято чимало важливих, але значною мірою декларативних актів законодавства у сфері національної безпеки (законів, концепцій, доктрин, програм). Водночас впроваджувалися формальні суто “технократичні” підходи до забезпечення інформаційної безпеки (посилення захисту інформації в державних інформаційно-телекомунікаційних мережах та охорони державної таємниці), а питанням протидії негативним інформаційним впливам керівництво нашої держави не приділяло належної уваги ще від проголошення незалежності. Відповідно до міжнародних норм, які дають змогу обмежувати інформаційний вплив в інтересах національної безпеки (ст. 10 Європейської конвенції з прав людини), у РНБО України нині виступають за заборону на законодавчому рівні інформаційно-пропагандистських впливів країни-агресора.

Однак, доки Україна забезпечує “правотворчість”, сусідні країни навчилися ефективно використовувати на практиці спеціальні пропагандистські технології та проводити через ЗМІ та конвергентні медіа інформаційні атаки, які мають на меті зашкодити інтересам інших держав. На відміну від “толерантної” української моделі побудови державної інформаційно-комунікаційної інфраструктури, у Російській Федерації функціонують потужні медіа холдинги, які, відповідно до указів Президента РФ, було внесено до списку стратегічних підприємств держави. Ці підприємства “виробляють продукцію (роботи, послуги), які мають стратегічне значення для забезпечення обороноздатності й безпеки держави, захисту моральності, здоров'я, прав та законних інтересів громадян Російської Федерації”. Стратегічно важливим, окрім “Россия сегодня”, є медіахолдинг ВГТРК, до якого входять федеральні канали “Россия-1”, “Россия-2”, “Россия Культура”, а також понад 80 регіональних телерадіокомпаній. Мережа державного телебачення охоплює більше ніж 98% населення Росії. На відміну від українського “Першого національного”, ці телеканали мають реальних і активних глядачів. Наприклад, потенційна аудиторія каналу “Россия-1” (флагмана ВГТРК) перевищує 117 млн (це понад 80% населення РФ) [17].

Крім того, нині в Україні більшістю ЗМІ володіють олігархічні кола, що не дає змоги адекватно реагувати на неправдиві випадки ЗМІ сусідніх країн, контролювати власну інформаційну політику.

Отже, узагальнимо проблеми, які гальмують роботу з протидії інформаційним атакам, що відбуваються через конвергентні медіа:

- недостатній рівень використання потенціалу конвергентних медіа;
- комерціалізація українських ЗМІ;
- збільшення сегмента іноземних ЗМІ серед суб'єктів інформаційних відносин в Україні та їх використання іноземними державами;

– відсутність дієвого контролю з боку держави, яка не здатна нейтралізувати іноземний шкідливий інформаційний вплив.

Інструментами протидії спеціальним інформаційним операціям може стати створення в державі власних соціальних мереж, блогів, залучення висококваліфікованих фахівців для їхнього супроводу, які б могли завдяки новітнім розробкам не лише відстежувати інформацію, що шкодить національним інтересам, а й проводити відповідні заходи протидії.

На думку колишнього заступника секретаря РНБО України В. Сюмар, у ситуації, коли інші держави чинять тиск кількістю інформації, грошей, куплених експертів і лобістів, важливо правильно формувати правильну ідеологію нав'язаного конфлікту і постійно доводити логіку своїх дій.

Висновки

До основних напрямів реалізації державної інформаційної політики у сфері захисту національних інтересів України від інформаційного впливу зарубіжних ЗМІ, зокрема електронних, які можуть створювати загрози національній безпеці в інформаційній сфері, належать:

– відпрацювання заходів протидії поширенню у світовому інформаційному просторі викривленої, недостовірної та упередженої інформації, що завдає шкоди національним інтересам;

– перешкоджання зовнішнім негативним інформаційним впливам на суспільну свідомість через засоби масової інформації, а також мережу Інтернет;

– запобігання негативним інформаційним впливам, спрямованим на підрив конституційного ладу, суверенітету, територіальної цілісності.

Література

1. Плэтт В. Информационная работа стратегической разведки [Текст] / В. Плэтт. — М. : Изд-во ИЛ, 1958. — 342 с.

2. Поляруш А. А. Украина: эволюция “революций” [Текст] / А. А. Поляруш, А. М. Юрченко. — К. : Саммит-Книга, 2013. — 219 с.

3. Жарков Я. М. Інформаційно-психологічне протистояння (еволюція і сучасність) [Текст] : [монографія] / Я. М. Жарков, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк [та ін.]. — К. : ПАТ “Віпол”, 2013. — 248 с.

4. Присяжнюк М. М. Глобальне інформаційне протистояння та його революційний шлях [Електронний ресурс] / М. М. Присяжнюк, М. А. Шайного // Вісник Київського національного університету ім. Т. Г. Шевченка [Текст]. — 2011. — № 26. — Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Natural/VKNU_vsn/2011_26/Visnik_26_19.pdf.

5. Нижник Н. Р. Теоретичні аспекти державного управління [Текст] : [монографія] / Н. Р. Нижник, С. П. Мосов. — Чернівці : Технодрук, 2011. — 248 с.

6. Мудрак Л. В. Конвергентні медіа як наукова категорія та суб'єкт інформаційного простору / Л. В. Мудрак // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України [Текст]. — 2013. — № 2. — 32 с.

7. Ситник Г. П. Державне управління у сфері національної безпеки (концептуальні та організаційні засади) [Текст] : підручник / Г. П. Ситник. — К. : НАДУ, 2012. — 544 с.

8. Мудрак Л. В. Конвергентні медіа як наукова категорія та суб'єкт інформаційного простору... — 32 с.

9. Wikipedia /new media [Electronic resource]. — Access mode : http://www.wikipedia.com/TERM/new_media.html.
10. Ушанов П. В. Медіа рилейшнз. Основні аспекти взаємодії ЗМІ та зв'язків з громадськістю [Текст] / П. В. Ушанов. — М. : [б. в.], 2009. — 71 с.
11. Називай агресію “захистом”: принципи інформаційної війни проти України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.radiosvoboda.org/content/article/25293307.html>.
12. Лавров подтверждает слова Путина “Украина – это даже не государство” [Электронный ресурс]. — Режим доступа : www.unian.net/news/245484.html.
13. Россия, Путин и победа в Великой Отечественной [Электронный ресурс]. — Режим доступа : www.golos-ameriki.ru/content/putin-victory-in-world-war2-2-10-12-112084454.html.
14. Путин в выступлении 18 марта 2014 озвучил позицию России по Крыму [Электронный ресурс]. — Режим доступа : www.topnews.ru/news_id_66287.html.
15. Чи можна назвати відключення російського ТБ в Україні цензурою? [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.pravda.com.ua/articles/2014/03/24/7020070>.
16. Цветкова Н. А. Программи Web 2.0 в публічній дипломатії США / Н. А. Цветкова // США і Канада : економіка, політика, культура [Текст]. — 2011. — № 3. — С. 109.
17. Інформаційний обоз Російської війни [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.osvita.mediasapiens.ua/material/28604.

V. Hurkovskyi

ORGANIZATIONAL AND LEGAL BASIS FOR ENSURING INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL SECURITY IN THE CONTEXT OF RESEARCH OF FUNCTIONING OF TRADITIONAL AND CONVERGENT MEDIA

The essence and peculiarities of functioning of traditional and convergent media are revealed. Their role in forming informational environment is determined. The measures for counteraction to informational aggression against Ukraine are defined.

Key words: convergent media, informational war, informational and psychological operations, informational aggression, social networks, blogs, electronic media, informational space, propaganda, Facebook, Twitter.