

УДК 351.746.1

ШЛАПАЧЕНКО Володимир Миколайович

## ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ЯК СПОСІБ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ

**Постановка проблеми.** В умовах інформаційного суспільства дезінформація традиційно є одним із найбільш ефективних способів (методів, прийомів) досягнення переваг у політичній, військовій, економічній, науково-технічній, інформаційній та інших сферах діяльності людини, суспільства й держави.

Висока ефективність при певній простоті та відносній фінансовій доступності сприяє поширенню застосування дезінформування в діяльності політичних та військових структур, спецслужб, злочинних організацій, ЗМІ.

Разом із тим, розуміння дезінформування як інформаційного явища в сучасному суспільстві є неоднозначним, через що різні поняття дезінформації по-різному визначають її в інструментарії інформаційно-психологічного впливу та серед загроз інформаційній безпеці. Отже, подальші дослідження щодо визначення поняття та сутності дезінформації, а також її місця й ролі у системі інформаційних впливів убачаються актуальними.

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Деякі аспекти дезінформування (дезінформації) в контексті спеціальних інформаційних операцій (СІО) розглядали у своїх роботах В.М.Петрик, В.В.Остроухов, О.А.Штоквиш, Г.Г.Почепцов та інші автори; роль дезінформації в інформаційно-психологічних операціях вивчали М.Присяжнюк та О.Параніч. Водночас, не-

зважаючи на незаперечну цінність цих досліджень, у них не приділено достатньої уваги розкриттю сутності дезінформації в сучасних умовах, дослідженню її основних характеристик; бракує системності в розгляді цього явища, що і є підставою звернення до цієї теми.

**Мета статті** полягає у визначенні поняття дезінформації в умовах сучасного інформаційного суспільства, з'ясуванні її сутності та напрямів використання як способу інформаційно-психологічного впливу.

**Виклад основного матеріалу.** У довідковій літературі дезінформацію визначають переважно як розповсюдження (у пресі, по радіо й т. д.) свідомо неправдивої інформації (свідчень) із метою увести кого-небудь (окремих людей або суспільства в цілому) в оману; ще – неправда, брехня, обман, облуда [1–5].

Аналіз наукових публікацій [6–13] та повідомлень засобів масової інформації дає змогу стверджувати, що у сучасному суспільстві розуміння дезінформації як поняття не є однозначним і цей термін уживається в різних тлумаченнях.

Зокрема, в широкому (побутовому) розумінні дезінформація розуміється як викривлена, спотворена, неправдива інформація (брехня, обман, облуда), можливо, спотворена умисно (наклеп, плітки).

У вузькому (фаховому, професійному) розумінні дезінформацію розглядають як спосіб (різновид) психологічного впливу на

свідомість людини (суспільства), засобом якого є інформація, тобто інформаційно-психологічний вплив, що здійснюється шляхом унесення змін до інформації, яка надходить до об'єкта впливу, для формування в нього хибного уявлення про певні події, факти, явища та, завдяки цьому, спонукання його до прийняття певних рішень (учинення певних дій або бездіяльності), вигідних суб'єкту впливу.

Крім того, сам термін “дезінформація” вживається у розумінні як перекрученої, неправдивої, умисно модифікованої інформації, так і процесу інформаційно-психологічного впливу, хоча, на нашу думку, тут доцільніше застосовувати термін “дезінформування”.

Науковці залежно від того, під яким кутом зору розглядається це явище, відносять дезінформацію (дезінформування) до основних методів спеціальних інформаційних операцій [6, с. 175; 8, с. 17; 13], інструментарію інформаційної боротьби [14] чи інформаційної війни [11] або ж до елементів оперативного чи стратегічного маскування [12].

Зауважимо, що кінцевою метою (запланованим результатом) дезінформування (у професійному розумінні) є досягнення певних переваг унаслідок сприятливої поведінки (дії чи бездіяльності) об'єкта інформаційно-психологічного впливу. Зокрема, таким результатом може бути перегруповання військ противника у напрямі уявного удару, чи поразка політика на виборах через компрометацію шляхом дезінформації, або дестабілізація ситуації (фінансової, етноконфесійної) в країні через масштабну дезінформацію у ЗМІ тощо.

Водночас, дезінформація в її побутовому розумінні взагалі може не мати подібної мети й бути результатом банальної некомпетентності суб'єкта, неповної обізнаності в питанні, непомірної фантазії тощо. Або ж ця мета (як уявний результат) зводиться до підризу авторитету (іміджу, ділової репутації) фізичних чи юридичних осіб, що, втім, не приводить до отримання вигоди (певних переваг) суб'єктом такої дезінформації (хіба що моральних). Наприклад, неправдиве висвітлення у ЗМІ “скандальних” фактів із

життя зірок естради (причому “зірка” в результаті цього може підвищити свій рейтинг, ЗМІ, натомість, – отримати судовий позов та відповідні фінансові стягнення) або поширення недостовірної інформації про рівень корупції високопосадовця тощо.

У цій статті, зі зрозумілих причин, зосередимося на розгляді дезінформації у її вузькому (професійному) розумінні.

Найпоширенішою та найвідомішою сферою застосування дезінформування ще донедавна була військово-політична. Своєчасне й переконливе уведення в оману противника надавало значну тактичну перевагу, а за певних умов і забезпечувало стратегічну перемогу.

Неперевершено образно, вичерпно філософську сутність застосування дезінформування сформулював у IV ст. до н.е. китайський генерал Сунь-Цзи у своєму трактаті “Мистецтво війни”: “Війна – це шлях обману. Тому, якщо ти і можеш щось, показуй противнику ніби не можеш; якщо ти і користуєшся чим-небудь, показуй противнику, ніби ти цим не користуєшся; хоч би ти і був близько, показуй, ніби ти далеко; хоч би ти й був далеко, показуй, ніби ти близько; заманюй його вигодою; приведи його в розпач і знищ його...” [15].

Із розвитком інформаційного суспільства, де інформація визнається стратегічним ресурсом, а ціна похибки у прийнятих рішеннях зростає на кілька порядків, дезінформування остаточно перетворилось на популярний і потужний інструмент інформаційно-психологічного впливу, здатний забезпечити реалізацію інтересів суб'єктів просування чи не у всіх сферах суспільного життя. У той же час, попри те, що “центр тяжіння” дезінформування поступово зміщується у сферу економіки та науки, аналіз проведення СІО у сучасних локальних конфліктах свідчить, що застосування дезінформації у військово-політичній сфері й досі залишається найбільш очевидним, чи не найефективнішим та найкраще теоретично розробленим.

Суб'єктами дезінформування найчастіше є держави (спеціальні служби, дипломатичні установи) чи потужні недержавні

компанії (що мають власну економічну розвідку), які, з урахуванням фахового рівня виконавців, значних фінансових та ресурсних можливостей, є “найвідомішими гравцями” у цій сфері. Проте унаслідок поширення застосування дезінформації як форми СІО на сьогодні такими суб’єктами можуть виступати (щоправда, не завжди так само успішно) політичні й громадські організації, різноманітні бізнес-структури тощо.

*Об’єктами дезінформування* (оскільки це інформаційно-психологічний вплив, спрямований на свідомість людини) є особи (групи осіб), уповноважені приймати рішення (далі – ОУПР) на рівні своєї компетенції та передбачених повноважень, – президент держави, парламент, прем’єр-міністр, міністр, уряд, командувач військами, генеральний штаб, рада директорів, особа (громадянин) як споживач або виборець тощо. Утім, зважаючи на рівень повноважень безпосередніх об’єктів впливу (та, відповідно, рівень їх рішень), кінцевими об’єктами СІО можуть виступати держави (щодо їх політики у різних сферах), корпорації, значні групи населення тощо, а операції з дезінформування за рівнем впливу можуть набувати тактичного або стратегічного характеру.

Історичний досвід свідчить, що протягом тисячоліть людство напрацювало різні види, форми й методи проведення заходів із дезінформування, кожен із яких має власні недоліки та переваги. Конкретний вибір методу безпосередньо залежить від особливостей оперативної обстановки та завдань СІО з дезінформації, а також реальних оперативних і фінансових можливостей суб’єкта.

Спираючись на попередні напрацювання науковців [7–11; 13; 16–18], пропонуємо виділити такі *види дезінформації*:

1. *Уведення в оману конкретної ОУПР* (групи осіб) шляхом надання завідомо хибної інформації (застарілої, неповної, спотвореної, перекрученої) як підстави для прийняття відповідного рішення.

Основним способом при цьому виступає введення об’єкта в оману щодо потенціалу суб’єкта (або третьої сторони) та його (її) намірів. Залежно від частки достовірних відомостей, використаних при підготовці

інформаційного забезпечення СІО, розрізняють “сіре” (передбачає використання синтезу правдивої та неправдивої інформації) та “чорне” (переважає неправдива інформація) дезінформування.

2. *Модифікація інформаційного потоку*. Полягає у вибіркового поданні інформації (неповнота, напівправда, дозованість, замовчування певної частини інформації) або в тенденційному викладенні чи упередженому висвітленні фактів чи іншої інформації щодо подій за допомогою спеціально підібраних правдивих даних. Як правило, спеціально сформована інформація доводиться об’єкту дозовано, для підтримання постійно зростаючого напруження, передбачає систематичне “підкидання” нових порцій відповідно обмежених і дозованих даних у середовище інформаційного дефіциту.

3. *“Білий шум”* – технологія оточення правдивої інформації її неправдивими версіями, що так само підтверджені певними доказами, фактами, свідками. Такі версії дивесифікують справжню версію, розчиняють її в загальному потоці, який у сприйнятті людини зливається в один “білий шум”, і вона швидко втрачає до нього інтерес. Цей спосіб застосовується переважно в комплексі заходів локалізації витoku інформації.

4. *Дезінформування “від зворотного”* відбувається шляхом надання правдивих відомостей у перекрученому вигляді чи в такій ситуації, коли вони сприймаються об’єктом спрямувань як неправдиві. Внаслідок застосування подібних заходів виникає ситуація, коли об’єкт знає правдиву інформацію про наміри чи конкретні дії протилежної сторони, але сприймає її неадекватно й не готовий протистояти негативному впливу.

5. *Термінологічне “мінування”* полягає у викривленні (підміні, спотворенні) первинної істинної суті принципово важливих, базових термінів, понять і тлумачень загальноносітоглядного та оперативного-прикладного характеру.

Деякі дослідники [17] відносять до видів дезінформування також *маніпулювання* діями особи (групи осіб), спрямоване на зміну напрямів її діяльності чи ступеня зусиль (активності) у цій діяльності, яке передбачає:

– посилення наявних у свідомості людей вигідних маніпулятору цінностей (ідей, установок);

– часткову зміну поглядів на певну подію (обставину);

– кардинальну зміну життєвих (світоглядних) установок.

При визначенні маніпулювання як виду психологічного впливу на особу (групу осіб) у науковій літературі [7; 18] вказується, що воно спрямоване на зміну (модифікацію) поведінки об'єкта (ставлення до чогось, життєвих установок, психічного стану) в інтересах суб'єкта маніпулювання; а здійснюється приховано, неявно й очікувані зміни поведінки особи (рішення, дії) могли б не відбутися, якби об'єкт у достатньому обсязі та достовірно був поінформований про ситуацію, зокрема про те, які способи застосовувались щодо нього і з якою метою.

Зауважимо, що вплив при маніпулюванні не обмежується використанням лише неправдивої інформації, а передбачає різні психологічні техніки та форми психологічного тиску тощо. Виходячи з цього, маніпулювання особистістю (групою осіб) як поняття є більш широким, тому дезінформацію слід розглядати, найімовірніше, як прийом маніпулювання ОУПР за допомогою умисно модифікованої інформації.

На думку М.Присяжнюка та О.Параніч, дезінформація може здійснюватися двома основними способами: *дисимуляцією* і *симуляцією*<sup>1</sup>. Принцип дисимуляції полягає у тому, що суб'єкт намагається приховати явище або подію від об'єкта. Значення симуляції прямо протилежне і передбачає намагання суб'єкта змусити об'єкт дезінформування повірити в істинність наданої йому інформації.

Використовуючи та доповнюючи запропонований цими дослідниками підхід, дисимуляцію і симуляцію поділяємо на три категорії відповідно: *дисимуляція – маскування, камуфлювання (легендування), заті-*

*нення обстановкою; симуляція – конструювання, імітація, обманні (удавані) дії.*

*Маскування* є найбільш простою формою дисимуляції й полягає в максимальному приховуванні об'єктом явища (інформації, подій, предметів), яке він не хоче розголошувати. Як приклад, маскування в мирний час можна навести факт озброєння нацистської Німеччини в міжвоєнний період, коли було успішно приховано створення німцями наступального потенціалу й розгортання виробництва важкого озброєння, хоча Німеччина формально контролювалася країнами-переможницями в Першій світовій війні з метою дотримання нею Версальського договору [13].

*Камуфлювання (легендування)* застосовується тоді, коли приховуване явище не можна зробити зовсім непомітним, тому здійснюється часткове маскування, що спотворює сприйняття цього явища (предмета, зразка озброєння, інформації, події) об'єктом дезінформування, внаслідок чого його важко правильно ідентифікувати. Наприклад, із метою перешкодити ідентифікації військового корабля на ньому можуть бути зведені хибні надбудови (димарі тощо). Ця ж категорія дисимуляції може використовуватися для того, щоб приховати справжнє призначення установи (підприємства, бази, конспіративної квартири), мету політичних заходів тощо. До речі, конспіративна діяльність також базується на застосуванні цього методу.

Особливість двох зазначених вище методів уведення в оману полягає в тому, що у процесі їхньої реалізації заходи вживаються безпосередньо щодо того явища, яке має бути прихованим.

Третій метод – *затінення обстановкою* – має зовсім інший характер. У цьому випадку заходи, що вживаються, торкаються обстановки навколо приховуваного явища, тобто якщо потрібно потай надіслати сигнал, кругом нього створюється такий шум, що всі, крім тих, кому він призначений, сприймають його як частину цього шуму.

---

<sup>1</sup> *Симуляція* (від лат. *simulatio*) – удавання чогось, створення хибної уяви про будь-що з метою увести в оману. *Дисимуляція* (від лат. *dissimulatio*) – поведінка, протилежна симуляції: пов'язана з установкою на приховування, затушовування чогось, наприклад, симптомів хвороби або її проявів.

Метод затінення обстановкою використовувався в 1944 році в операції “Фортитюд”, метою якої було перешкодити концентрації німецьких військ у районі висадження в Нормандії (операція “Оверлорд”). Союзники поширили масу хибних повідомлень про нібито майбутні воєнні операції на різних стратегічних напрямках у Європі від Скандинавії до Середземномор’я. Весь цей потік інформації створив значні перешкоди німецькій розвідці при аналізі ситуації, завдяки чому їй не вдалося розкрити підготовку союзників до проведення операції [13].

Основні категорії симуляції – *конструювання, імітація й обманні (удавані) дії* – поєднує те, що вони мають на меті створення видимості, демонстрацію події або явища, якого насправді немає.

*Конструювання* полягає у тому, що суб’єкт створює нове, але хибне явище і прагне, щоб об’єкт дезінформації сприйняв його як дійсне. Для наочності можна навести факт розроблення США програми “Зоряні війни”, коли їм удалося переконати Радянський Союз у тому, що США мають зовсім новий тип зброї, яка значно знижує ефективність усього радянського ракетно-ядерного потенціалу.

*Імітація* використовується постійно, здебільшого під час ведення бойових дій. Так, в операції “Буря в пустелі” іракська сторона широко й успішно використовувала хибні аеродроми, моделі танків, і американці здійснювали по них масовані авіаційні й артилерійські удари.

*Обманні (удавані) дії.* Сутність цього методу полягає у проведенні відволікаючого маневру, в наслідок якого об’єкт сприймає одне явище за інше (яке приховується), тобто неадекватно або хибно оцінює його зміст. Удавані дії мають подібність із методами дисимуляції, але відрізняються від них тим, що становлять реальні дії для відволікання уваги об’єкта від інших запланованих заходів (більш важливих) або з іншою метою. Типовим прикладом використання цього методу при веденні бойових дій є розвідка боєм (удаваний наступ), яка проводиться перед початком справжнього наступу для розкриття системи оборони противника [13].

Зауважимо, що заходи дисимуляції спрямовані на уведення в оману об’єкта (противника, спостерігача, розвідника тощо) шляхом поширення в навколишньому інформаційному середовищі умисно спотвореної інформації, яка в разі її правдивого сприйняття приводить до вигідних суб’єкту помилкових рішень (дій), що, власне, і є метою цих заходів. Отже, основна їх відмінність від заходів симуляції полягає в тому, що ця дезінформація спеціально не доводиться до об’єкта, а він сам потрапляє в інформаційний “капкан” на одному з напрямів своєї розвідувальної діяльності, прорахованому суб’єктом. Фактично ці способи можна визначити як “активну” й “пасивну” дезінформацію.

При підготовці дезінформування варто враховувати різнопланові чинники, що можуть суттєво вплинути на процес його просування та сприйняття. Такими можуть виступати:

- актуальність ситуації дезінформаційного впливу відповідно до пошукової активності спецслужб об’єкта впливу щодо формування пропозицій ОУПР;

- достатність рівня актуальності, важливості та достовірності (правдоподібності) інформації, що просувається, з огляду на попередню поінформованість об’єкта, відсутність суперечностей, здатність витримати перевірку та дістати підтвердження з інших джерел, психологічна готовність об’єкта сприйняти саме таку інформацію;

- етнічно-релігійні, комунікативні та особистісні особливості ОУПР;

- особливості порядку (алгоритму) прийняття рішення ОУПР;

- можливість незапланованого (стороннього, паралельного чи протилежного) впливу (просування дезінформації інших суб’єктів, які мають свою мету, несподівані зміни ситуації тощо) на ОУПР щодо прийняття рішення з тих само питань;

- ризики часткового (повного) розшифрування заходів СІО або зацікавленості суб’єктів дезінформування щодо певного рішення (дій) ОУПР.

Ключовим моментом у процесі підготовки СІО з дезінформування є співвідношення “ризик-вигода”, яке необхідно оцінювати

на кожному етапі проведення СІО з відповідним висновком про доцільність подальшого проведення (припинення) операції.

Отже, основними принципами дезінформування визначаємо такі:

*Чітка спрямованість.* Розробник дезінформації має чітко уявляти, кого і з якою метою він повинен увести в оману, яка прогнозована поведінка якого об'єкта дезінформації є кінцевою метою запланованих заходів. З огляду на це розвідувальні служби противника, як правило, не є самостійним об'єктом стратегічної дезінформації<sup>1</sup>, а становлять лише канал для передавання необхідної (модифікованої) інформації ОУПР (групі осіб), оскільки саме вони є кінцевою метою впливу для досягнення мети дезінформування;

*Своєчасність.* Дезінформування як спеціальна інформаційна операція вимагає ретельного розрахунку часу. Має бути передбачено час на виконання усіх її етапів (з урахуванням підготовчих заходів, часу на реалізацію заходів кожного з етапів, моделі діяльності спецслужб щодо отримання, аналізу, перевірки даних та інформування ОУПР, алгоритму й часу прийняття рішень ОУПР тощо).

*Правдоподібність інформації, що просувається.* Досягається особливістю її модифікації, з урахуванням уявлень та конкретних знань об'єкта у цій сфері, має корелювати з його внутрішніми переконаннями й забезпечувати можливість підтвердження при перевірці інших джерел. Передбачає використання значної частини правдивої інформації (як відомої, так і невідомої об'єкту), яка має надати достовірність усьому масиву інформації, що просувається, а також певну креативність у способах доведення дезінформації. Полягає в досягненні достовірного сприйняття дезінформації об'єктом.

*Узгодженість* комплексних заходів із дезінформування із загальною концепцією просування дезінформації (єдиним задумом СІО) та її метою.

*Секретність* планування та проведення передбачає:

– уникнення витоку інформації про цілі дезінформації, факт проведення заходів дезінформування, зміст модифікованої інформації, заходи її впровадження тощо;

– диференційовану обізнаність виконавців щодо плану проведення заходів (лише в частині, що стосується);

– завчасне розроблення легенди прикриття та відповідних заходів “димової завіси” в разі часткового розшифрування заходів із дезінформування або інших заходів комплексного впливу на ОУПР.

*Доцільність.* Вигода (політична, економічна воєнна тощо) від проведення дезінформаційної СІО має переважати ризики (економічні, політичні, воєнні тощо) у разі часткового розшифрування, зриву чи провалу операції.

Вибір способів, засобів та каналів доведення дезінформації до об'єкта завжди зумовлений конкретною ситуацією. Як правило, до уваги беруть ступінь протистояння сторін, мету та терміни проведення СІО, особливості об'єкта впливу, можливості протидії контррозвідки об'єкта тощо. Відповідно, і сам процес може проходити відкрито або приховано. Наприклад, може створюватись ситуація “випадкового” (правдоподібного) потрапляння інформації або відбуватись цілеспрямоване доведення інформації через особу, якій вона відома (агент, перебіжчик, нейтральна особа), організуватись “витік” секретних відомостей у ЗМІ, чи “несподіваний результат” журналістських розслідувань, “розсекречення” архівів спецслужб або ж інсценування “успішності” операції розвідки об'єкта впливу із здобуття бажаної інформації.

Для більш ефективного впровадження дезінформація може поширюватись одночасно кількома каналами. Як правило, план проведення СІО передбачає кілька взаємодоповнюючих пріоритетних каналів доведення дезінформації до об'єкта, натомість

---

<sup>1</sup> Зауважимо, що розвідувальні служби противника, як і особи з оточення ОУПР, які задіяні в розробленні варіантів рішень, можуть бути об'єктом тактичної дезінформації, спрямованої на створення впливових позицій просування дезінформації стратегічної.

інші задіяні канали є допоміжними і створюють необхідну інформаційну підтримку – те тло, на якому дезінформація виглядатиме ще більш достовірно й переконливо. Традиційно найбільш поширеними каналами упровадження дезінформації є розвідувальні служби (об'єкта чи його партнерів), дипломатичні або торгові представництва тощо.

Особливу роль у поширенні дезінформації на сьогодні відіграють ЗМІ (друковані та електронні видання, телебачення, радіомовлення, інтернет). Посилення світової конкурентної боротьби держав в умовах інформаційного суспільства перетворило сучасні ЗМІ на потужний інструмент досягнення переваг у політичній, економічній, військовій, соціальній, духовній та інших сферах діяльності суспільства, що за ефективністю застосування не поступається військовим діям, економічним санкціям, політичній ізоляції тощо.

Виходячи з того, що для громадян глобалізованого світу ЗМІ стали не лише домінуючим, але й, часто, єдиним джерелом отримання інформації, проведення заходів дезінформування із залученням ЗМІ за таких умов відкриває сприятливі можливості щодо збільшення не лише масштабів та тривалості впливу, але і його потужності й глибини сприйняття, оскільки дозволяє використовувати нові мультимедійні, маніпуляційні та психологічні техніки. Подовжена тривалість такого впливу послаблює аналітичні фільтри свідомості, сприяє зростанню маніпуляційної уразливості людини, зокрема ОУПР, та, зрештою, полегшує досягнення мети дезінформування.

Наприклад, для нагнітання антиіракських настроїв у США та забезпечення підтримки курсу адміністрації на конфронтацію з Іраком, зокрема європейськими союзниками по НАТО та Ізраїлем, США успішно застосовували комплексні заходи дезінформації в політичній, військовій, економічній галузях, з активним використанням ЗМІ, шляхом організації регулярних “витоків” змісту таємних документів, поширення “особистих думок” високопоставлених представників адміністрації президента, військового та політичного керівництва, “реалістичних” репортажів із місця подій.

На сьогодні використовують усе більш витончені методи поширення спотвореної інформації через ЗМІ. Зокрема, відчутна тенденція упровадження елементів завідомо неправдивих повідомлень у нейтральний інформаційний потік, де вони важко помітні. Це сприяє укоріненню їх у свідомості об'єктів впливу та підсвідомому використанню при прийнятті рішень.

У своїй книзі “Мистецтво розвідки” Ален Даллес зауважує, що в демократичних країнах значні заходи зі стратегічного дезінформування через ЗМІ здійснювати важко, оскільки вони потребують тісної співпраці всіх органів державного апарату і забезпечення повної секретності. Така ситуація спрощується лише в період воєнного часу, коли запроваджуються особливі заходи контролю. Тоді, як у тоталітарних країнах, в умовах жорсткої централізації влади і повного контролю над ЗМІ, дезінформаційні операції проводити значно простіше [19].

*Критерієм ефективності* проведення дезінформаційних заходів є оцінка того, наскільки вдалося вплинути на об'єкта дезінформації, спонукати його до прогнозованих дій (у визначених суб'єктом межах) щодо прийняття відповідного рішення на підставі доведених дезінформаційних матеріалів.

Утім, небезпечність дезінформації полягає не лише в можливості отримання якоїсь конкретної переваги, на яку вона, власне, і була спрямована, а ще й у тому, що навіть одна успішна СІО з дезінформування має продовжуваний дезорієнтаційний вплив, оскільки негативно впливає на здатність об'єкта об'єктивно оцінювати інші (наступні) здобуті відомості (щодо спецслужб – розвідувальні), ставлячи під сумнів їх достовірність. А це відкриває нові можливості застосування дезінформування “від зворотного”.

**Висновки.** В умовах інформаційного суспільства дезінформацію (дезінформування) слід розглядати як спосіб інформаційно-психологічного впливу на особу (групу осіб), уповноважену приймати рішення, засобом якого є спеціально модифікована інформація, з метою формування у неї (них) хибного уявлення про певні події, факти, явища, та завдяки цьому спонукання її (їх)

до прийняття певних рішень (учинення певних дій або бездіяльності), вигідних суб'єкту впливу (тобто, фактично, маніпулювання).

Із закінченням “холодної війни” ідеологічний аспект дезінформації практично втратив свою актуальність. На сьогодні пріоритетними напрямками політики держав виступає забезпечення національних інтересів, зокрема шляхом дезінформації конкурентів (опонентів, військових противників), що є ефективним способом досягнення переваг. При цьому усе більш важливу роль СІО з дезінформування починають відігравати в економічній та науково-технічній

сферах, а пріоритетним каналом поширення дезінформації все частіше виступають ЗМІ.

У сучасному інформаційному суспільстві дезінформація як явище, постійно змінюючись, продовжує удосконалюватися. Використовуються усе більш витончені методи поширення спотвореної інформації. Усе це вимагає подальших ґрунтовних досліджень форм і методів дезінформування, удосконалення заходів протидії дезінформаційним СІО, насамперед у галузі нормативно-правового регулювання інформаційної діяльності та забезпечення інформаційної безпеки.

### Список використаних джерел

1. Большой словарь иностранных слов / [сост. А.Ю.Москвин.] – М. : ЗАО Центрполиграф, 2006. – 816 с.
2. Новий словник іншомовних слів: близько 40 тис. слів і словосполучень / [Л.І.Шевченко, О.І.Ніка, О.І.Хом'як, Н.А.Дем'янюк] ; за ред. Л.І.Шевченко. – К. : АРІЙ, 2008. – 627 с.
3. Ожегов С.И. Словарь русского языка : ок. 57 тыс. слов / [под ред. чл.-корр. АН СССР Н.Ю.Шведовой]. – 18-е изд., стереотип. – М. : Рус. яз., 1986. – 797 с.
4. Тлумачний словник укр. мови: понад 12500 статей (близько 40 тис. слів) / [за ред. д-ра філологічних наук, проф. В.С.Калашника]. – Х. : Прапор, 2002. – 992 с.
5. Новий тлумачний словник укр. мови: 200 тис. слів : у 3 т. / [укл.: В.Яременко, О.Сліпущко]. – 2-ге вид. – К. : АКОНІТ, 2008. – Т. 1.
6. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти) : підруч. / [В.М.Петрик, В.В.Остроухов, М.М.Присяжнюк та ін.]. – К. : КНТ, 2010. – 771 с.
7. Петрик В.М. Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации : учеб. пособ. / [В.М.Петрик, В.В.Остроухов, А.А.Штоквиш и др.] ; под ред. В.В.Остроухова. – К., 2008. – 544 с.
8. Петрик В.М. Соціально-правові основи інформаційної безпеки : навч. посіб. / [В.М.Петрик, А.М.Кузьменко, В.В.Остроухов та ін.] ; за ред. В.В.Остроухова. – К. : Росава, 2007. – 496 с.
9. Почепцов Г.Г. Информация & дезинформация / Г.Г.Почепцов. – К. : Ника-Центр, Эльга, 2001. – 256 с.
10. Почепцов Г.Г. Психологические войны / Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2002. – 528 с.
11. Серов Л. Дезинформируй и нападай. Дезинформация как оправдание войн [Электронный ресурс] / Л.Серов. – Режим доступа : <http://aktiv.com.ua/archives/6210>.
12. Быстров В. Некоторые особенности военной дезинформации за рубежом [Электронный ресурс] / В.Быстров, М.Крысанов // Зарубежное военное обозрение. – 2001. – № 7. – Режим доступа : <http://ww-4.narod.ru/warfare/page0002.htm>.
13. Присяжнюк М.М. Дезінформація та її роль у інформаційно-психологічних операціях [Електронний ресурс] / М.М.Присяжнюк, О.П.Параніч. – Режим доступа : <http://defpol.org.ua/site/index.php/en/arhiv/kolonkaavtorga/106-2009-09-09-18-06-14>.
14. Гуріна Н. Інформаційне протиборство – один з головних напрямків політики сучасних міжнародних відносин [Електронний ресурс] / Н.Гуріна. – Режим доступа : [http://referatcentral.org.ua/international\\_relations\\_load.php?id=518&startext=1](http://referatcentral.org.ua/international_relations_load.php?id=518&startext=1).
15. Сунь-Цзы Искусство войны. Основы китайской военной стратегии / Сунь-Цзы ; пер. с англ. – СПб. : Изд-во “ДИЛЯ”, 2006. – 96 с.
16. Доронин А.И. Бизнес-разведка [Электронный ресурс] / А.И.Доронин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Изд-во “Ось-89”, 2003. – 384 с. –



Режим доступу :  
[http://www.gramotey.com/?open\\_file=409doronin\\_alekandr\\_biznesrazvedka#ТОС\\_id1589492](http://www.gramotey.com/?open_file=409doronin_alekandr_biznesrazvedka#ТОС_id1589492).

17. Серов А. О роли дезинформации в современных конфликтах и войнах [Электронный ресурс] / А.Серов // Зарубежное военное обозрение. – 2011. – № 7 (772). – С. 15–21. – Режим доступа : [http://pentagonus.ru/publ/o\\_rol\\_i\\_dezinformacii\\_v\\_sovremennykh\\_konfliktakh\\_i\\_vojnakh\\_/102-1-0-1855](http://pentagonus.ru/publ/o_rol_i_dezinformacii_v_sovremennykh_konfliktakh_i_vojnakh_/102-1-0-1855).

18. Юдін О.К. Інформаційна безпека держави : навч. посібник / О.К.Юдін, В.М.Богуш. – Х. : Консум, 2005. – 576 с.

19. Даллес Ален. Искусство разведки [Электронный ресурс] / А.Даллес. – Режим доступа : [http://bookz.ru/authors/allen-dalles/iskusstv\\_258/1-iskusstv\\_258.html](http://bookz.ru/authors/allen-dalles/iskusstv_258/1-iskusstv_258.html).



**Аннотация:** В статье дается определение дезинформации в современном информационном обществе, рассматриваются направления ее использования как способа информационно-психологического влияния.

**Ключевые слова:** дезинформация, информационно-психологическое влияние.

**Abstract:** This article gives a definition of the disinformation in the modern informational world, considers the directions of their using as a method of information psychological influence.

**Key words:** disinformation, information psychological influence.