

**Коваль Зіновій Васильович**

старший викладач ОРІДУ НАДУ при Президентові України,  
к.держ.упр.

**МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОПАГАНДОЮ ТА  
КОНТРПРОПАГАНДОЮ В РАДЯНСЬКОМУ СОЮЗІ І ЗА КОРДОНОМ:  
АНАЛІЗ ТА УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ**

Публікація присвячена актуальній темі забезпечення державного управління інформаційно-психологічною безпекою України в умовах ведення проти неї деструктивного інформаційно-психологічного впливу. З досвіду управління радянською пропагандою та контрпропагандою, ведення інформаційної та ідеологічної боротьби між Радянським Союзом і Заходом та з позицій системного аналізу автор робить спробу в загальних рисах визначити уроки для України в справі забезпечення інформаційно-психологічної безпеки.

*Ключові слова:* пропаганда, контрпропаганда, інформаційна та ідеологічна боротьба, інформаційно-психологічна безпека, інформаційно-психологічний вплив, інформаційне управління, механізми інформаційно-психологічного ураження та протидії.

**Koval Zinoviyy Vasilievich**

**(MECHANISMS OF PUBLIC ADMINISTRATION OF PROPAGANDA  
& COUNTERPROPAGANDA IN SOVIET UNION AND FOREIGN:  
ANALYSIS & LESSONS FOR UKRAINE)**

This publication is devoted to actual theme of providing public administration of informational and psychological security of Ukraine in case of psychological-informational warfare against it. From an experience of administration of soviet propaganda and counterpropaganda, conducting informational and ideological war between USSR and other world wide and from position of system analysis, author

makes the attempt to describe lessons for Ukraine of providing informational and psychological security for itself.

**Key words:** propaganda, counterpropaganda, informative and ideological fight, informative-psychological safety, informative-psychological influence, informative management, mechanisms of informative-psychological defeat and counteraction.

**Коваль Зиновий Васильевич**

**МЕХАНИЗМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОПАГАНДОЙ  
И КОНТРПРОПАГАНДОЙ В СОВЕТСКОМ СОЮЗЕ И ЗА ГРАНИЦЕЙ:  
АНАЛИЗ И УРОКИ ДЛЯ УКРАИНЫ**

Публикация посвящена актуальной теме обеспечения государственного управления информационно психологической безопасностью Украины в условиях ведения против нее деструктивного информационно психологического влияния. Из опыта управления советской пропагандой и контрпропагандой, ведения информационной и идеологической борьбы, между Советским Союзом и Западом и из позиций системного анализа автор делает попытку в общих чертах определить уроки для Украины в деле обеспечения информационно психологической безопасности.

**Ключевые слова:** пропаганда, контрпропаганда, информационная и идеологическая борьба, информационно-психологическая безопасность, информационно-психологический влияние, информационное управление, механизмы информационно-психологического поражения и противодействия.

**Постановка проблеми.** Проблематика формування механізмів державного управління інформаційно-психологічною безпекою України визначається чинником ведення проти України відкритого деструктивного інформаційно-психологічного впливу на поетапне знищення української державності. Така ж проблема стояла, у свій час, і перед Радянським Союзом, який не зміг її вчасно вирішити та зазнав поразки і розпаду. Уроки поразки СРСР у справі державного управління пропагандою та контрпропагандою,

досвід Заходу – корисні для України з точки зору їх врахування у процесі організації комплексної інформаційно-психологічної безпеки держави та суспільства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дана проблематика обговорюється в друкованих виданнях та в мережі Інтернет. З даної проблематики в м. Києві проодився круглий стіл «Україна-2020: зовнішньополітичні виклики та можливості наступного десятиріччя» в Українському інституті публічної політики. Ця проблема аналізувалась російським фахівцем з інформаційно-психологічної безпеки професором І. Панаріним 06.06.11 та 12.01.12 на його інтернет-сайті, в Україні її розглядали: С. Дацюк, В. Набруско, В. Гільський. Автор також звертався до досліджень західних фахівців пропагандистської війни: П. Лайнбарджера, М. Чукаса, П. Холландера, Р. Мертонна, Ж. Еллюля, П. Лазарсфельда.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Підходи до формування механізмів забезпечення державного управління інформаційно-психологічною безпекою України в умовах ведення проти неї деструктивного інформаційно-психологічного впливу не розгорнуті, бачення їх фрагментарні та неузгодженні. Такий стан справ характерний для більшості пострадянських держав. Серед країн СНД попереду в розробці системних підходів до проблематики інформаційно-психологічного забезпечення безпеки стоїть Росія. Російська наукова думка з цієї проблематики, очолювана професором І. Панаріним, виступає за забезпечення системного підходу до проблематики інформаційно-психологічної безпеки держави, врахування світового досвіду.

**Мета.** Мета даної публікації – на досвіді інформаційної та ідеологічної боротьби між Радянським Союзом і Заходом, управління пропагандою та контрпропагандою, з позицій системного аналізу зробити спробу в загальних рисах визначити уроки для України у справі формування механізмів забезпечення інформаційно-психологічної безпеки.

**Викладення основного матеріалу.** Україна на міжнародній арені визнана державою з обмеженими можливостями. Внутрішні загрози, пов'язані зі

слабкістю політичних інститутів, неефективною державною політикою, структурними деформаціями в економіці та незавершеністю процесу національного будівництва переважають над зовнішніми викликами. Це знижує суб'єктність України як міжнародного політичного гравця та робить її заручницею власної внутрішньої політики. Значною є вразливість України та її громадян від зовнішніх, переважно російських, інформаційно-психологічних впливів. Але це не означає, що Україна не повинна ставити власні зовнішньополітичні цілі, докладати зусиль для здійснення вигідних для себе змін у регіоні. Майбутнє несе для України як нові загрози, так і нові можливості. Питання полягає в тому, наскільки активною та ефективною буде зовнішня політика України, її національна безпека, щоб скористатись новими можливостями та відреагувати на загрози.

Для завоювання «умів та сердець» сьогодні, в першу чергу, використовуються інформаційні форуми, блоги, соціальні мережі, але в діючому арсеналі залишаються й перевірені традиційні засоби: агітснаряди та бомби, завантажені листівками, радіо, ЗМІ, телебачення. Тому вивчення класичного досвіду минулих часів – ключ до оволодіння сучасними методами та засобами інформаційно-психологічного впливу, до формування механізмів управління інформаційно-психологічною безпекою.

Відомо, що улюбій війні перемагає той, у кого сильніша зброя і той, хто найбільш вміло використовує цю зброю. Значить, перш за все, треба знати тактико-технічні параметри зброї противника. Головна зброя наших сьогоднішніх противників та конкурентів – радіо, телебачення, преса, Інтернет та технології прихованого інформаційно-психологічного впливу. Їм вдалось взяти під контроль подавляючу більшість інформаційного ресурсу та простору України.

У сьогоднішньому інформаційному світі на зміну військовим операціям приходять інформаційні війни. Аналітики характеризують сучасні конфлікти наступним чином: на зміну конфліктам з протистоянням держав приходять змішані конфлікти (де сторонами виступають не окремі держави, а коаліції

держав, воєнно-політичні блоки тощо); «інформаційні війни» є першою, і часто визначальною, стадією конфлікту; змінюються приводи до війни (відсутність демократії, конфлікт населення з владою тощо); війни протікають як спецоперації – не проводиться загальна мобілізація, на перше місце виходить значення інформаційної зброї, військово-повітряних сил, розвідки та високоточної зброї; воєнним діям властиві динамічність та короткий термін; країни, які не мають підготовлених до ведення сучасних воєнних дій збройних сил, зокрема інформаційно-технічної та військово-повітряної складової, сучасних систем озброєння, ефективних механізмів інформаційно-психологічного ураження та протидії, втрачають свій суверенітет.

Також зростання важливості інформаційних ресурсів і значні можливості інформаційно-психологічного впливу та пропаганди на будь-які сфери життєдіяльності держави за допомогою інформації та інформаційних технологій провокують у світі «гонку інформаційних озброєнь», першість у якій посідають США. Водночас, все частіше учасниками «бойових дій» в інформаційних війнах стають не лише держави, а й інші суб'єкти – ТНК, окремі соціальні групи (включаючи злочинні угруповання, терористичні організації), громадські організації тощо.

Інформаційно-психологічний вплив, як дія на стан, думки, почуття іншої людини психологічними засобами, тісно пов'язаний з традиційним терміном «пропаганда», як поширення фактів, аргументів, чуток, відомостей для впливу на людину або громадську думку. В 1622 році термін «пропаганда» вперше був введений Папою Римським в зв'язку з тим, що в ході 30-річної війни між католиками та протестантами католики несли величезні втрати. Для того, щоб збудити у католиків бойовий дух, був створений спеціальний підрозділ – Конгрегація пропаганди віри. З 1622 року до Першої світової війни термін «пропаганда» використовувався як релігійний. Проте в ході даної війни вперше з'явилися спеціальні підрозділи сил та засобів для ведення пропаганди на війська та сили противника. В 1967 році А. Даллес – головний організатор інформаційної війни проти Радянського Союзу – вперше вводить термін

«інформаційна війна», розуміючи під ним особисті, розвідувальні та диверсійні дії з підризу тилу противника методами інформаційного впливу. В 1985 році термін «інформаційна війна» був озвучений в Китаї. В 1992 році у США з'являється спеціальний документ Комітету начальників штабів США, який називається «Інформаційні війни»; він був присвячений досвіду дій збройних сил і державних структур США в зоні Персидської затоки під операції «Буря в пустелі». В 1995 році термін «інформаційна війна» з'являється і в Росії. Інформаційна війна – це вплив на систему прийняття рішень керівництвом держави, громадської або релігійної організації, спроба формувати суспільну думку і суспільну свідомість. Можна виділити основні важелі впливу: книги, кінофільми, телебачення, інтернет, друковані ЗМІ [1].

В марксистсько-ленінській літературі поняття «пропаганда» в широкому значенні визначалось як особливий рід соціальної діяльності, основною функцією якого є розповсюдження знань, ідей, художніх цінностей та іншої інформації з метою формування визначених оглядів, уяв і емоційних станів, а через них здійснення впливу на поведінку людей. В вузькому смисловому значенні поняття «пропаганда» трактувалось у радянські часи як діяльність з розповсюдження в масах ідеології та політики визначених класів, партій та держав. Також вживалось таке поняття як «ідеологічна або політична пропаганда». Агітаційно-масова робота, лекційна пропаганда, культурно-просвітня робота, ЗМІ визначались як засоби пропаганди [2].

На відміну від науки, ідеології, мистецтва головним завданням пропаганди є не виробництво нових духовних цінностей, а їх розповсюдження та запровадження. Те, що відкрито в науці, художньому освоєнні світу, усвідомлено ідеологами, за допомогою пропаганди ніби заново відкривається конкретній людині. Пропаганда не зводиться до простої передачі духовних цінностей, а передбачає їх творчу переробку з урахуванням конкретної ситуації, особливостей аудиторії, умов, в яких вона ведеться. Найтіснішим чином пропаганда пов'язана з інформаційною діяльністю.

Інформаційно-психологічний вплив, як засіб пропаганди на широкі верстви населення в державному управлінні, вперше широко був застосований у фашистській Німеччині. Раніше вважалось, що цей креатив ХХ століття належить США. Але з розсекречених кілька років тому британських архівних документів випливає, що саме Гітлер мав своє потужне широкомасштабне державне телебачення. Його технічний рівень випередив світовий досвід щонайменше на 30–40 років. Це дозволило, зокрема, в 1936 році транслювати в ефір телевізійні репортажі про Берлінську олімпіаду. Більше того – німецьке телебачення широко використовувало відеоманіфони, які з'явилися на радянському телебаченні лише в середині 60-х років. З 1939 роки по 1944-й рік, до того дня, коли були розбомблені останні німецькі телецентри, глядачі не бачили на своїх домашніх телеекранах жодної передачі про війну, жодного репортажу з фронту, коментаря з приводу політичних подій. Весь телепродукт подавався під гаслом «В Берліні все спокійно, в Німеччині все гаразд». Головні цінності, що подавались телеглядачам – це німецька історія, німецька родина, німецька культура, німецький народ, а решта було в підтекстах, або в коротких, старанно препарованих і дозованих випусках кінохроніки, але не на телебаченні, а в кінотеатрах – перед фільмами. В такий спосіб створювалося потрібне владі враження, що справжнє життя – не за вікном і навіть не на фронті, а на екрані. Тобто, в фашистській Німеччині вже тоді діяв принцип сьогоденішнього телебачення: немає на екрані картинки війни – значить війни немає взагалі. Деякі зарубіжні експерти навіть стверджують, що психологічний опір німців був зламаний не після того, як армії союзників з боями перетнули кордони Рейху, а коли у квартирах і будинках обивателів згасли телеекрани [3].

До речі, однією з причин поразки білого руху в роки громадянської війни, за твердженням фахівців, була недооцінка ним потужності та можливостей пропаганди і контрпропаганди на відміну від продумано побудованої, наступальної, диференційованої, мобільної (масований випуск спец газет, агітпотяги, за листування території противника з аеропланів ) пропаганди більшовиків.

Перші дослідження зі створення психологічної зброї почалися у Радянському Союзі у 20-х роках минулого сторіччя. Цю роботу очолював видатний російський психолог, невропатолог і психіатр, академік В.М. Бехтерев. У 1925 році були проведені перші дослідження з колективного навіювання емоцій на відстані. Через 60 років, в 1989 році на телеекранах з'явилась людина, яка одразу стала відома всій країні – А. Кашпіровський. Вперше людина із неординарними здібностями отримала для своєї практики аудиторію розміром з цілу супердержаву. І це не випадково, адже ситуація в країні, що виходила з-під контролю вимагала кардинальних дій. ЗМІ стверджують, що колишній керівник «Білого братства» Кривоногов, також фахівець з зомбування, адже він брав участь у розробці радянської психотропної зброї [4].

Радянська пропаганда визначала «психологічну війну» як планомірне використання пропаганди та інших акцій з метою впливу на погляди, почуття, поведінку соціальних груп в країнах соціалізму. Мета психологічного ведення війни – підірвати волю до спротиву у ворожій армії та цивільного населення.

Термін «психологічна війна» вперше застосували колишні співпрацівники Управління воєнної інформації та Управління стратегічних служб США П. Лайнбарджер, М. Чукас [5].

Штабом психологічної війни проти СРСР тоді був комітет з питань інформації та культурних зв'язків, розквартирований у штаб-квартирі НАТО. Комітет розробляв методи психологічної роботи проти комунізму, аналізував інформацію про радянську політику в різних галузях і надавав рекомендації відповідним пропагандистським службам щодо здійснення контрпропаганди, слугував інформаційним та консультативним органам для держав – членів НАТО в їх контрпропагандистських заходах проти соціалістичних країн. Активну допомогу комітету в реалізації інформаційно-психологічних заходів проти СРСР та країн табору соціалізму надавали: центр Атлантичних досліджень, Атлантичний інститут, Гуверовський інститут війни, революції та миру, Російський інститут, Інститут з питань комунізму при Колумбійському університеті, Федеральний інститут з вивчення Сходу і міжнародних відносин в



Кельні, Національний центр наукових досліджень в Парижі, Інститут з вивчення СРСР у країнах Східної Європи при університеті в Глазго. Комітет мав спеціальний відділ кіно, радіо і телебачення та співпрацював з радіостанціями «Вільна Європа», «Німецька хвиля», Бі-Бі-Сі. Щорічно інформаційно-видавнича служба НАТО випускала десятки книг та брошур, які розсилались безкоштовно в бібліотеки, штаб-квартири політичних партій, організацій, редакцій країн-союзниць, учасникам різних зібрань, туристам [6].

В своїй інформаційно-психологічній війні проти СРСР Захід вдало використав «споживчу психологію», як одне із найбільш слабких місць радянської людини в умовах дефіциту товарів. Об'єктивне бажання радянської людини досягти більш високих споживчих стандартів Заходу успішно трактувалось західними пропагандистами як трансформація радянського ладу у бік прийняття ліберальних цінностей споживчого практицизму. Фахівці інформаційно-психологічної війни Заходу усвідомили, що об'єктивний процес росту споживчих потреб населення СРСР – це широкий шлях для впливу на свідомість радянської людини та успішного маніпулювання нею.

Радянський Союз, в силу своїх економічних обставин (обтяжлива у фінансовому та економічному відношенні гонка озброєнь) не мав змоги оперативно та успішно відреагувати на зростаючі споживчі потреби населення, що мало своїм наслідком радянський дефіцит, довгі черги, торгівлю з-під прилавка. Такий стан речей обеззброював радянських пропагандистів в їх роботі з широкими масами населення. Тому СРСР вів проти Заходу ідеологічну війну, вів боротьбу за мир через політику розрядки, а Захід широким фронтом, багаточисельними, щедро профінансовані контрпропагандистськими силами, вів успішну та в кінцевому результаті переможну інформаційно-психологічну війну. За оцінками експертів західна інформаційно-психологічна потуга проти ідеологічної війни СРСР велась у відношенні як дванадцять до одного на користь Заходу. Необхідно врахувати, що успішною була боротьба Заходу проти СРСР і у царині свободи слова та прав людини, демократії.

Американський політолог Пол Холландер ще в 1973 році у своїй книзі «Радянське і Американське суспільство. Порівняльний аналіз» передбачив, що, з точки зору психології, очікування люди на низькому рівні життя мають високу здатність до збереження лояльності. Але їх скромні очікування вийдуть із-під контролю, коли рівень життя підвищиться, і їх потреби почнуть вчиняти неприємності політичного або економічного характеру [7]. П. Холландер виявився правим: саме ріст благополуччя радянської людини, її підвищені споживчі потреби, за прикладом Заходу, стали однією із причин ерозії радянського політичного та економічного ладу.

Західними фахівцями інформаційно-психологічної війни (Роберт Мертон, Жак Еллюль, Пол Лазарсфельд) на початку 60-х років минулого століття було введено поняття «соціологічна пропаганда», в якій мова йде про «технологічну пропаганду» або «пропаганду фактів». Підкреслюючи більшу ефективність пропаганди фактів в порівнянні із закличками та прямими умовляннями, вони звертають увагу на таку її властивість, як здатність зберігати у слухача або глядача відчуття «автономії», добровільності прийнятого під її впливом рішення. Самим масштабним і всепроникним видом «соціологічної» пропаганди Еллюль вважав американську рекламу.

Пропаганда фактів, вважав Ж. Еллюль, не намагається багато розповідати людям про те, куди їм йти, але вона скоріш вказує шлях, який вони повинні вибрати. Пропаганда фактів діє не прямо, не за приписом. Сукупна система фактів несе, так би мовити, свою особисту інтерпретацію. Це, по суті, силогізм з очікуваним висновком – висновком, який повинен бути зроблений аудиторією, а не пропагандистом. В книзі «Пропаганда. Формування стосунків людей» Ж. Еллюль визначає «соціологічну пропаганду» як «до-пропаганду» або «під-пропаганду», яка створює сприятливий клімат для прямого навіювання, підготовлює для нього відповідні умови. «Соціологічну пропаганду» Еллюль порівнює з оранням поля, пряму пропаганду – з засіванням. Політичний та ідеологічний зміст «соціологічної пропаганди» багатьма не вловлюється: на людей діє соціальне оточення, світ речей,

духовних та моральних цінностей – та велика множина факторів, які в сукупності характеризують певний образ життя. Вплив «соціальної пропаганди» направлено в більшому ступені на весь стиль життя людини, ніж на думки або навіть на один особливий курс поведінки, це проникнення ідеології посередництвом її соціологічного контексту [8].

Пропаганда в традиційному розумінні розповсюджує ідеї, доктрини, світогляд, з тим, щоб скерувати аудиторію до певних дій, спонукати прийняти той чи інший політичний та економічний устрій суспільства. «Соціологічна пропаганда», навпаки, за допомогою вже існуючих соціальних, економічних і політичних факторів формує психологію, яка призвана адаптувати маси до «специфічного соціологічного контексту», до цінностей певного строю, до його ідеології проти цінностей і ідеології іншого порядку. «Соціологічна пропаганда» може проникнути у свідомість мас, що живуть в закордонній країні, тільки через міф. Вона не може оперувати простими аргументами «за» та «проти». Вона не може адресовуватись вже існуючим поглядам, але закликає створити образ, що буде діяти як рушійна сила. Цей образ повинен мати емоційний характер, завдяки чому людина вірить в реальність його змісту не замислюючись.

Для розуміння причин поразки СРСР в ідеологічній війні з Заходом необхідно проаналізувати механізми державного управління радянською системою зовнішньополітичної пропаганди.

Радянський механізм державного управління системою зовнішньополітичної пропаганди був досить потужним. В нього входили: ТАРС, яка щоденно готувала більше 300 повідомлень; ГРІДЗ (Головна редакція інформації для закордону) готувала матеріали на 115 країн світу (73% країн); АДН, як громадська інформаційна служба; структура центрального радіомовлення на зарубіжні країни (в системі Держтелерадіо) вела передачі на 75 мовах світу по 1800 годин на тиждень; радянські друковані видання розповсюджувались у 140 країнах світу; Союз заради спілок дружби та культурних зв'язків з зарубіжними країнами підтримував контакти з більше ніж

9000 організацій у 140 країнах світу (90% країн) та мав свої представництва майже в 70 країнах світу (45% країн) і вів широку інформаційну роботу з закордонною громадськістю.

Але Захід у своїй інформаційно-психологічній потузі проти СРСР задіяв всі зовнішньополітичні установи, широку мережу радіостанцій, інформаційних агентств, численні світові ЗМІ, науково-дослідні інститути, неурядові організації, політиків, науковців, дисидентів тощо. В апараті президента США з'явилась спеціальна посада – помічника з питань психологічної війни. Потужність інформаційно-психологічного впливу Заходу на СРСР була у відношенні 12:1, за дослідженнями академіка І. Панаріна.

В 1981 році в США був розроблений проект «Істина», який передбачав організацію пропаганди проти СРСР шляхом швидкого інформаційного реагування, а також пропаганди привабливості самих США. В 1983 році з'явився проект «Демократія», в рамках якого був створений штаб при Раді національної безпеки з психологічного впливу на СРСР через емігрантські центри, організацію прямого ТВ-мовлення зі США через супутники на посольства США в соціалістичних країнах, підтримку опозиційних партій, профспілок. Для вивчення індивідуальних особливостей політичної еліти СРСР та ефективного впливу на неї була створена ціла наука – кремлінологія. В США вивченням СРСР займалися 170 університетів та дослідних центрів. Економічний результат інформаційно-психологічної війни проти СРСР характеризують наступні показники 1985 та 1991 років: радянський золотий запас зменшився з 2500 тон до 240 тон; офіційний курс долара до відношенню до карбованця зріс від 0,64 крб до 90 крб; офіційні темпи росту радянської економіки упали від + 2,3% до -11%; зовнішній борг СРСР зріс з \$10,5 млрд до \$52 млрд [9].

Російський дослідник інформаційно-психологічного протиборства І. Панарін серед причин розпаду Радянського Союзу називає: недооцінка військово-політичним керівництвом СРСР ролі та значення інформаційних чинників в геополітичній боротьбі двох систем; невміння вести інформаційну

війну; звуження інформаційної війни тільки до ідеологічної боротьби без постановки завдань щодо розвалу країн-противників методами інформаційно-психологічної війни; незнання та невміння сформувати свій радянський інформаційно-аналітичний спецназ; відсутність радянського супутникового телебачення у відповідь на створення CNN у 1980 році; зацикленість на створенні та фінансуванні робітничих, народних, демократичних партій за кордоном замість використання такої демократичної переваги, як формування та фінансування неурядових організацій [10].

Таємницю успіху США в геополітичній боротьбі з СРСР аналітики вбачають в ефективності американської системи діагностики суспільної думки та відповідної реакції на неї як в США, так і в цілому світі. Це дозволяє США досягати успіху в глобальному інформаційно-психологічному протистоянні за домінування в інформаційній сфері, що розгорнулось між провідними країнами світу.

Щоб стати успішним гравцем у глобалізованому світі, країна повинна бачити себе частиною світових та регіональних трансформацій, прогнозувати їхні наслідки та робити кроки до моделювання найоптимальнішої для себе ситуації. Активна зовнішня політика дасть змогу Україні підвищити власну суб'єктивність у регіональному вимірі. Пасивне слідування у фарватері зпродукованих зовні ініціатив може мати тяжкі наслідки для України, аж до втрати реального суверенітету.

Для України боротьба на інформаційному фронті поки що не є успішною (з огляду на висвітлення у ЗМІ «газової війни» з російським «Газпромом», скандалів навколо продажу Україною зброї, втрату шельфу біля о. Зміїний тощо). Багато в чому це наслідок проблеми неефективності системи державного управління. Широка практика застосування інформаційної зброї породжує, з одного боку, кризу довіри до структур інформаційного суспільства, які покликані забезпечувати інформаційну безпеку, кризу довіри до джерел інформації (за таких умов зростає вага «брендованої» інформації та джерел, які ті чи інші суб'єкти суспільних відносин вважають достовірними), а з іншого боку – тенденцію до

зміцнення державами та іншими суб'єктами систем та механізмів захисту від інформаційних атак, «оборонної інформаційної зброї» [11].

Росія і в подальшому, залишаючись ключовим партнером України, матиме вплив на її зовнішню політику з огляду на залежність української економіки від імпорту російського газу; спільний українсько-російський інформаційний простір та інформаційний вплив Росії на Україну; активну присутність в Криму проросійських політичних сил та перебування Чорноморського флоту РФ; зацікавленість США в Росії, як в безпековому партнері. Чинник інформаційно-психологічного впливу Росії на Україну зростатиме з огляду на посилення ролі інформації у конкуренції між державами. Преса російською мовою в Україні видається річним тиражем близько 32 мільйонів екземплярів і становить дві третини української преси. Навіть ставиться пробне питання про те, що росіяни в Україні не є діаспорою, а одним з двох державо утворюючих народів України, і тому Україна є також державою росіян, як і українців [12].

Інформаційно-психологічна війна проти України має за мету захоплення енергетичних, сировинних і людських ресурсів з використанням психологічного впливу на свідомість людини, на релігію, історію, філософію, науку. Українському народові, як жертві цілеспрямованої інформаційно-психологічної агресії, навіюються хибні уявлення про те, що в дійсності робиться в суспільстві та в житті людей. Все це дозволяє інформаційному агресору маніпулювати Українським народом та його елітою, привласнювати його ресурси без збройного втручання, практично не зустрічаючи ніякого супротиву.

Треба пам'ятати, що країни, які програють інформаційно-психологічну війну, програють її майже «назавжди», оскільки усі їхні кроки щодо реваншу вимагатимуть колосальних матеріальних і інтелектуальних затрат та будуть контролюватись і нейтралізовуватись переможцем. Інформаційна безпека суспільства і держави характеризується рівнем їхньої захищеності, стійкістю основних сфер життєдіяльності (економіки, науки, техносфери, сфери

управління, військової справи, суспільної свідомості) стосовно небезпечних інформаційних впливів. Інформаційна безпека держави визначається спроможністю нейтралізувати такі деструктивні впливи.

Використовуючи інформаційний простір, можна досягнути будь-якої мети. Сьогодні можна не оголошувати війни, достатньо увімкнути сателіти, радіо, надрукувати газети і безплатно роздати людям. Тому Україна не зможе забезпечити свою національну безпеку, не усвідомивши і не оволодівши системою методів і засобів інформаційно-психологічного протиборства та інформаційно-психологічних війн, як основи війн сучасної інформаційної доби, і не створивши національної комплексної системи їх реалізації та системи державного управління ними.

Оскільки інформаційна безпека дорівнює національній безпеці, то час вимагає негайного створення потужних інформаційно-аналітичних і інформаційно-пропагандистських структур, призначених для реалізації інформаційних моделей управління суспільством.

На жаль, процеси інформаційно-психологічної та технічної деградації в Україні не зупиняються. Так, деградує дротове мовлення, залишившись без державної підтримки. Дротове мовлення, запроваджене в радянські часи, зіграло свою неоціненну роль у формуванні світогляду багатьох поколінь, інформуванні населення про політику держави. Воно психологічно об'єднувало мешканців далеких селищ, міст та хуторів в одну велику державу. За даними Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, кількість радіоточок в країні скоротилася з 19 млн (у 1991 році) до нинішніх 2,7 млн. Тим часом дротове радіо, особливо у сільській місцевості, наголошують люди, дуже потрібне. Адже, окрім просвітницької, інформативної ролі, воно завжди виконувало й роль мобілізуючу в разі якихось непередбачуваних обставин чи потреб. Розвиток радіомереж – справа перспективна. Радіомережі необхідно модернізувати, змінивши на ефірні, а згодом – і на цифрові [13].

Деградує й українське кіно. І в цьому, ігноруючи досвід Радянського Союзу, українська держава кинула на призволяще одне із найважливіших видів

мистецтв, що безпосередньо формує національний світогляд, сприяє посиленню психологічного імунітету до спотворених уявлень про добро і зло. Так, кіностудія Довженка, маючи статус Національної, не отримує належного державного фінансування і просто виживає. За 20 років незалежності на українське кіно з державних коштів була виділена сума, яка дорівнює 60 відсоткам бюджету одного із останніх фільмів М. Михалкова. Результатом такого державного управління є засилля іноземного кіно, відсутність молодого покоління режисерів, достатньої кількості сучасних кінотеатрів. Стратегічно для України необхідно вдосконалити нормативно-правову базу для створення сприятливого клімату фільмовиробництва, поширення фільмів. Потрібна чітка державна програма розвитку кіноіндустрії з акцентом саме на мало бюджетних фільмах, враховуючи державні можливості. Доречно створити інституцію на кшталт британського кіноінституту, що визначатиме національну політику у сфері кінематографа [14].

Не врахування законів пропаганди та її могутнього засобу – інформаційно-психологічного впливу в державному управлінні стало однією з причин зменшення до 62,8% числа тих, хто підтримує в Україні незалежність. Інститут соціології НАН України з'ясував, що 30% наших співвітчизників тужать за часами СРСР. Адже за законами психології забувається все погане, що було у ті часи, а згадується щось приємне: соціальна захищеність, впевненість у завтрашній день [15].

Суспільне життя приносить нові методи мовлення в інформаційному просторі. Так російське інформаційне агентство «Коммерсант» запустило власний цілодобовий інформаційний телеканал «КОММЕРСАНТЪ-ТВ», призначений для перегляду без звуку. На екран передаються новини в текстовому вигляді (іноді проілюстровані фотографіями), прогноз погоди, котирування валют і акцій, відеоряд про зарубіжні події з рядком коментарів. Робота телеканалу заснована на новому пропагандистському методі – паралельному медіа-споживанні. Новий метод враховує те, що сьогодні все більше людей при включеному телевізорі читають газету або щось роблять в



інтернеті. Глядачі все частіше дивляться телевізор без звуку – в аеропортах, на вокзалах, в кафе, в холах готелів і навіть часом вдома за сімейним сніданком. У цих випадках, як джерело інформації залишається тільки картинка і рядок, що біжить. В порівнянні із стандартним ТБ з вимкненим звуком інформаційна насиченість «КОММЕРСАНТЪ-ТВ» значно більша [16].

Пропагандистський метод – паралельного медіа-споживання також виступає запасним варіантом на випадок зникнення друкованих ЗМІ. Таку ситуацію в майбутньому передрікає ООН. Всесвітня організація інтелектуальної власності, що є одним з відділень ООН, вважає, що друковані газети до 2040 року будуть повністю замінені цифровими носіями. Даний процес є еволюційним, оскільки, наприклад, в містах США книги на цифрових носіях вже продаються краще паперових, а бібліотеку знайти все важче. Проведені дослідження свідчать, що в США зникнення друкованих газет відбудеться навіть раніше, ніж в Європі – до 2017 року [17].

Представники друкованих ЗМІ з цим не погоджуються. На сьогоднішній день 2,3 мільярда людей на планеті щоденно читають друковані ЗМІ. Такі дані наведено у жовтні 2011 року на 63-му Всесвітньому газетному конгресі в Австрії і 18-му Міжнародному форумі редакторів, тобто сьогодні газети випереджують Інтернет за обсягом світової аудиторії. Сьогодні газети запускають свої особисті телеканали, радіостанції, інформаційні портали, а інтернет-видання все частіше повертаються до джерел – друкованим газетам та журналам [18]. На привеликий жаль, в Українська держава недооцінює роль національних друкованих ЗМІ в інформуванні та вихованні населення.

Існує соціальний закон залежності стабільності політичної системи від швидкості і повноти отриманої інформації: наскільки швидко і повно політична еліта держави отримує достовірну інформацію і наскільки швидко на неї реагує, від того залежить стабільність політичної системи будь-якої держави. Забезпечується діяльність цього закону ефективними та своєчасними управлінськими рішеннями. На жаль, в Україні існують серйозні проблеми в інформаційно-психологічному просторі, що межують з загрозами втрати

інформаційного суверенітету як складової національної безпеки. РНБО України змушена була визнати, що національний інформаційний простір сьогодні не є українським і не відповідає національним державним інтересам та навіть реально становить їм загрозу [19].

Для прикладу, Молдова з метою збільшення швидкості та повноти отримання інформації свої бібліотеки з 2012 р. перетворить в інформаційні центри. Такий стратегічний крок є частиною проекту Міністерства культури, за фінансової підтримки США, яка надасть на реалізацію проекту близько 10 млн доларів США. Після реорганізації ці культурні центри зможуть продавати книги, надавати інформацію про наявність робочих місць, послуги з доступу до інтернету. В 2012 році планується оснастити необхідним устаткуванням 60 бібліотек. В 2014 році цей проект повинен охопити близько 1300 бібліотек по всій країні [20].

Проблема загрози втрати інформаційного суверенітету України є суто управлінською проблемою. Адже українська законодавча база у сфері мас-медіа занадто демократична та лібералізована, не передбачає чітких захисних функцій в життєво-важливих сферах (економічній, військовій, інформаційній). Ми конституційно відмовились від державної ідеології і нічого не запропонували взамін, не спромігшись навіть сформувати національну ідею. Темпи капіталізації інформаційного ресурсу під оманливі гасла демократичних перетворень, виявились згубними, а держава катастрофічними темпами втрачає важелі управління ними.

На світанку ери ЗМІ Наполеон говорив, що дозволити собі не займатись пресою – це значить заснути на краю прірви. На жаль, українська держава дозволила собі заснути на краю прірви. Держава втрачає інформаційний простір на користь сусідів. Дійшло до не зрозумілого та трагічного: центральні державні газети «Голос України» та «Урядовий кур'єр», що оприлюднюють закони, укази, постанови, – не продають в газетних кіосках. Українського художнього та документального кіно, вітчизняної телефільмопродукції майже не має. Національний інформаційно-культурний простір, загальнодержавну

мережу книгорозповсюдження – пошматовано. Суспільство стурбовано сумнівним змістом та якістю наповнення теле- та радіоефіру.

Проблематичним залишається і наукове забезпечення інформаційно-психологічної безпеки держави, розробка і затвердження понятійного апарату.

А в цей час в Європі інформаційні ресурси на 40% належать державі, 60% – приватним структурам (відповідно теорії сталості бінарних систем). В Україні ж лише 10% інформаційних ресурсів належить державі, а 90% – приватному сектору. В Україні відсутні потужні державні електронні ЗМІ. При такій несприятливій для держави пропорції виникає реальна загроза втрати державою інформаційного суверенітету. Бюджет Національної Радіокомпанії України у порівнянні з польським та румунським радіо становить 10–15%. Польща має 5 державних радіопрограм, 4 державні телепрограми, які охоплюють всю польську територію. У Франції картина аналогічна.[21]

Український філософ С. Дацюк, аналізуючи ризики та безпековий інформаційно-психологічний стан України, як колишньої радянської республіки, здійснив спробу сформулювати принципи для відносин України з Росією: цивілізована та цивілізаційна конкуренція; сильна Росія, сильна Україна; консенсус замість компромісу; симетрична залежність України від Росії та Росії від України; розподілене світове лідерство між Україною та Росією; інфраполітика як політика освоєння світу через розгалужені, інноваційно мобільні інфраструктури; багатомірність самовизначення (домінуючий розвиток соціальних, правових, управлінських теорій) України замість багатовекторності; побудова європейської цивілізації в Україні [22].

До речі, Росія здійснює реальні кроки щодо створення підґрунтя для посилення цивілізаційної конкуренції за історичну першість у формуванні європейської цивілізації. В основу відповідної широкої інформаційно-пропагандистської кампанії покладено дані археологічних досліджень, що проводяться в селі Костенки Вороніжської області, де сучасна людина проживала вже 45 тисяч років тому, раніше, ніж де-небудь на території Європи. Звідси, за твердженням російських археологів, підтриманих державною

пропагандистською машиною, почалось заселення континенту, було винайдено колесо та одомашнено коня. Відносно точки зору відомого російського видавця та політолога Геннадія Клімова, древні люди на цих теренах отримали деякі нові властивості свідомості: перейшли від способу мислення на основі аналізу до способу мислення на основі синтезу [23].

Визнаний російський фахівець з проблем контрпропаганди та інформаційної війни професор І. Панарін на власному сайті опублікував статтю «Идеология Победы России в информационной войне», в якій звинувачує спецслужби Британії та США в намаганні реалізувати сценарій розвалу Росії, як це було в 1917 році. На його думку, II світова інформаційна війна розпочалася в 2011 році та буде продовжуватися по 2020 рік і матиме 3 етапи. Перший етап – 2011 рік по 30 грудня 2012 року. Перемогою Росії на першому етапі у війні стане створення Євразійського союзу. Другий етап – 2013 рік по 30 грудня 2016 року. В цей період відбудеться революція в США та втрата долларом позицій світової валюти. Третій етап – 2017 рік по 9 травня 2020 року завершиться формуванням нової моделі світового духовно-цивілізаційного розвитку. Головне, на думку автора, для перемоги в інформаційній війні, РФ стратегічно необхідна державна інтеграційна ідеологія, разом із ідеологією інтелектуальної та духовної свободи, патріотизму і державності, соціального партнерства, євразійської інтеграції. Стратегічно для Росії (як для України – З.К.) знайти золоту середину між духовними цінностями і досягненнями інформаційної революції та створити свій інформаційний щит і інформаційний меч. Тільки духовно-моральна Русь, на думку І. Панаріна, може запропонувати світові нову модель розвитку – модель православно-католицьку, модель розвитку людського потенціалу, модель конструктивного діалогу, унікальних цивілізацій для формування моральної ноосфери [24].

**Висновки.** З ХХ сторіччя управління інформаційними потоками стає визначальним чинником завоювання, збереження та утримання влади. З досвіду ідеологічної та інформаційної боротьби між Радянським Союзом і Заходом випливає, що політична діяльність розглядається як інформаційно-психологічна

боротьба за управління психікою еліти і соціальних груп суспільства. З впровадженням цифрового мовлення ці загрози посилюються, і держава повинна прогнозувати виклики в системі комунікативної політики і передбачити дієву управлінську систему впливу та реагування, механізми захисту національних інтересів. Треба пам'ятати, що програш в інформаційно-психологічній війні веде до втрати незалежності та викривлення історії переможцем на свою користь та на довгий історичний період.

В Україні існує загрозна недооцінка значення інформаційно-психологічного аспекту в процесі розбудови життєздатної держави, консолідації суспільства, євроінтеграції та духовного відродження українського народу. Інформаційно-психологічний простір України не став засобом утвердження державницьких національно-культурних цінностей. Інформаційна політика держави не стала найбільш мобільним державним інструментом управління при подоланні внутрішніх та зовнішніх інформаційних та соціально-психологічних загроз.

Проти України методами інформаційного тероризму та інформаційно-психологічної війни здійснюється цілеспрямований негативний інформаційно-психологічний вплив з метою дестабілізації соціально-політичної та соціально-психологічної обстановки і прискорення дії механізмів деградації нації. Державу хочуть позбавити права на державні ЗМІ, права голосу, права впливати на своїх громадян шляхом передачі цього права у приватні руки.

Узагальнюючи досвід США з організації ефективної системи діагностики суспільної думки в країні та світі і відповідної реакції на неї, українській державі також слід продумати відповідну систему, яка здатна буде понизити ризики в інформаційно-психологічній сфері.

Україна повинна мати свою ефективну державну пропаганду та контрпропаганду, щоб протидіяти загрозам в інформаційно-психологічній сфері. Необхідно створити ефективну державну систему інформаційно-психологічного протиборства, посилити фінансування державних ЗМІ за принципом головного пріоритету, прискорити процес формування позитивного

іміджу України за кордоном, поширити радіо- та телемовлення за межі держави, особливо на країни, де сформувалась чисельна українська діаспора, та на інші країни на основних мовах світу.

Україні терміново необхідні: своя національна система аналізу соціально-політичної інформації (поточної і перспективної); надійна система безпеки (захисту) від негативних інформаційно-психологічних впливів геополітичних конкурентів та противників; інформаційна стратегія та програма її реалізації. Ці системи, стратегія та програма повинні визначати перспективи розвитку інформаційної сфери як ключового чинника зовнішньої та внутрішньої політики держави.

Україні, за прикладом Росії, для ефективного протистояння в інформаційній війні, стратегічно необхідна державна інтеграційна ідеологія, де регіон чітко сприймається та виступає як невід'ємна частина України, разом із ідеологією інтелектуальної, духовної свободи, широкого патріотизму та соціального партнерства. Стратегічно для України, знайти свою золоту середину між духовними цінностями та досягненнями інформаційної революції і терміново приступити до створення свого інформаційного щита та інформаційного меча та механізмів управління ними .

### **Література.**

1. Информационная безопасность российской уммы: [Электронный ресурс] // сайт Игоря Панарина – 06.06.11. – Режим доступа: <http://www.panarin.com/comment/16146>.

2. Основы коммунистической пропаганды: Учеб. пособия для ун-тов марксизма-ленинизма, школ и семинаров парт. актива / Под общ. ред. В.Г. Байковой, М.Ф. Ненашева, В.Ф. Правоторова. – М.: Политиздат, 1978. – С. 5–6.

3. Гільський В.Н. Хто породив монстра? // «Всеукраїнський загальнополітичний тижневик Міжрегіональної Академії управління персоналом». – 12-18 08.2009. – С. 12.

4. Осипов С. Психотропное оружие. // Аргументы и факты. 1994. – С. 13.
5. Linebarger P. Psychological Warfare. Washington, 1954; M. Choukas. Propaganda Comes of Age. Washington, 1965.
6. Вопросы теории и методов идеологической работы. Вып. 5. Мирное сосуществование государств с различным социальным строем и соврем. идеол. борьба. Ред. коллегия: Курочкин П.К. (гл. ред.) и др. – М., «Мысль». – 1976. – С. 79-84.
7. Hollander P. Soviet and American Society. A Comparison. New York, 1973, p. 39.
8. Ellul J. Propaganda. The formations of Men's Attitudes. New York. 1966. – P. 61–64.
9. Панарин И.Н. Информационная война и геополитика. – М.: Издательство «Поколение». – 2006. – 560 с, 199–202 с.
10. Панарин И.Н. Первая мировая информационная война. Развал СССР. – СПб.: Питер. 2010. – 256 с, С. 164–172.
11. Колектив авторів. Україна-2020: зовнішньополітичні виклики та можливості наступного десятиріччя // Дайджест Українського інституту публічної політики. – Київ. – 2011. – С. 3–4.
12. В Алуште на конференції одессити пропонували вважати Україну державою росіян: [Електронний ресурс] // г. Релігія в Україні. – 11.06.11. – [http://www.religion.in.ua/news/ukrainian\\_news/10397-v-alushte-na-konferencii-odessity-predlozhili-schitat-ukrainu-gosudartvom-russkix.html](http://www.religion.in.ua/news/ukrainian_news/10397-v-alushte-na-konferencii-odessity-predlozhili-schitat-ukrainu-gosudartvom-russkix.html).
13. Кирей В. На радіоточках поставлять крапку? // г. Урядовий кур'єр. – 19.08.2011. – С. 3.
14. Тримбач С. Прикро, що на телеекранах – засилля зарубіжного кіно. // г. Голос України. – 26.08.2011. – С. 21.
15. Бекешина І. У ювілей незалежної держави...ностальгія за СРСР? // г. Високий замок. – 25-31.08.2011. – С. 4.
16. «ТВ-фастфуд»: [Електронний ресурс] // російськомовний медіахолдінг «Експерт». – 05.11.2011. – Режим доступу: <http://expert.ru/2011/10/4/tv-fastfud>.

17. «Newspapers to disappear by 2040: UN agency chief»: [Електронний ресурс] // Real News Reporter. – 03.10.11. – Режим доступу: <http://www.realnewsreporter.com/?p=8218>.

18. Александров М. Пресса «обставляет» Интернет // Жизнь в Одессе. – 27.10-6.11.2011. – С. 7.

19. Доповідь секретаря РНБО України Р.Богатирьової «Щодо питання забезпечення національної безпеки в інформаційній сфері»: [Електронний ресурс] // офіційний сайт РНБО України. – 22.03.2008. – Режим доступу: <http://www.rainbow.com.ua/?p=8218>.

20. «10 млн долларов на преобразование библиотек в информ.центры»: [Електронний ресурс] // телеканал «ТВ7». – 28.12.11. – Режим доступу: <http://tv7.md/ru/news/10-mln-dollarov-na-preobrazovanie-bibliotek-v-inform-centry-7923.html>.

21. Набруско В. Чи стане Україна господарем у власному інформаційному просторі? // г. Дзеркало тижня. – 13.09.2008. – С. 19.

22. Дацюк С. Між сциллою та харибдою // г. Персонал плюс. – №23. – 08-14.06.2011. – С. 6.

23. Петров Е. Кто первым найдет сокровища Араты? // г. Интересная газета. – 2011. – №22. – С. 8–9.

24. «Идеология Победы России в информационной войне»: [Електронний ресурс] // Сайт Игоря Панарина. – 12.01.12. – Режим доступу: <http://www.panarin.com/comment/16271>.