

**Шугаєв А. В.**

*кандидат філологічних наук,*

*старший викладач кафедри англійської філології та перекладу  
Житомирського державного університету імені Івана Франка*

## **ПРИЧИНИ І НАСЛІДКИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН**

Візуальний вплив і маніпуляція є головними інструментами інформаційного протистояння. У новинних і PR текстах спостерігається поступове зміщення фокусу уваги на образи та смисли, а саме задіяння декількох модусів інформації, які обумовлюються мультимодальністю. Комбінування тексту як одиниці дискурсу та певного образу допомагає у досягненні конкретних цілей інформаційної війни. ЗМІ реалізують ці плани, формуючи в населення позитивне чи негативне ставлення до об'єктів/суб'єктів навколишньої дійсності, окремих держав і моральних цінностей тощо. Піддавання сумнівам національних інтересів, підміна понять – це те, до чого прагне сторона, яка виступає джерелом агресії. Досить часто використовується агресором технологія під назвою «вікно Овертона (вікно дискурсу)».

За допомогою цієї технології можна змінити ставлення цільової аудиторії до негативних фактів або понять. Варто лише інтегрувати це поняття в інформаційний простір суспільства. До прикладу розглянемо популяризацію одностатевих шлюбів. Спочатку населення відторгає таку думку. Однак згодом з'являються прибічники таких міжстатевих стосунків. Як наслідок, етична сторона цього питання поступово розмивається і більшість людей починає сприймати одностатеві шлюби як прийнятний факт. Відповідно до такого принципу подають й інші поняття в інтернет-дискурсі.

Коли суспільні погляди змінюються, спостерігається зсув вікна. Згідно з теорією Овертона, існують шість стадій розвитку нових ідей: неприйнятно, радикально, прийнятно, розумно, популярно, реально. Ідеї проходять всі ці стадії, аж поки не реалізуються на практиці.

Враховуючи мету та завдання сучасної форми протистояння, виокремлюємо наступні причини інформаційної війни:

– технологічні досягнення засобів збору, обробки і передачі інформації;

- розвиток нових каналів комунікації;
- прогрес маніпулятивних інструментів впливу на аудиторію;
- відбиття масової культури на щоденному житті людей;
- процеси глобалізації, інформатизації і політизації суспільства;
- прагнення країн зайняти лідируючі позиції на світовій арені;
- конкурентна боротьба за інформаційний простір опонента;

- підтримка «гарячого» конфлікту;
- необхідність створення і закріплення позитивного/негативного іміджу суб'єкта в масовій свідомості суспільства.

Поняття глобалізації займає одне з ключових позицій у розвитку концепцій інформаційної війни. Як правило, глобалізацію сприймають як незавершений процес, що постійно розгортається за умов існування суверенних держав і міграційних тенденцій. Економічна і політична сфери найбільш активно дебатують питання глобалізації. Міжнародний капітал набув такої ваги, що національні уряди вже не в змозі проконтролювати всі фінансові стимули [1]. У той самий час, не можна нехтувати культурними особливостями націй, коли на передній план виходять економічні та політичні виміри глобалізації. Культура – це комплексна зона продукування, передачі та тлумачення значень. У цьому контексті видається очевидним, що глобалізація впливає на швидкість розвитку культурних проявів. Притримуючись такого стану речей, у світовому масштабі помітною є глобалізація ЗМІ, особливо телебачення і мережі інтернет. Тож, медіа все частіше постають як носії культури. Глобалізація – першочергово західний проект [3]. Це пояснюється поширенням американських цінностей і трендів у світі, технологічною перевагою європейських країн. Такі глобалізаційні тенденції досягають периферійних частин земної кулі. Сплеск популярності медіа відбувся за останні десятиліття і призвів до появи великих масивів інформації. Цілодобово користувачам стали доступними новинні інтернет-портали та розважальні програми. Всі згадані аспекти створюють сприятливі умови для реалізації планів агресивного характеру.

Основною ціллю інформаційної війни є отримання інформаційної переваги над опозиційною стороною. Полем протистояння слугує інфопростір, який вбирає елементи, що пов'язані з продукуванням, збором, обробкою, зберіганням і передачею інформації. У деяких країнах, наприклад США, інформаційні технології знаходяться у центрі воєнної доктрини під час розробки стратегічних планів боротьби з можливим ворогом. У цих межах, інформаційні прийоми впливу мають, вочевидь, більшу вагу ніж зброя у прямому розумінні цього слова. Наукові дослідження у галузі захисту інформації, інформаційних систем виробили стратифікацію інформаційної війни на класи:

Клас 1. Персональна інформаційна війна. Передбачає напади на електронну конфіденційність індивіда.

Клас 2. Корпоративна інформаційна війна. Змагання між організаціями/корпораціями в світі.

Клас 3. Глобальна інформаційна війна. Описує особливості боротьби зі світовими економічними силами чи, власне, країнами [2, с. 14].

Інформаційна війна характеризується інтернальністю і екстернальністю. Інтернальність розглядаємо як інформаційне протистояння, що відбувається у межах одного лінгвокультурного простору. Прикладом слугує боротьба між політичними лідерами, партіями, громадськими організаціями політичного спрямування всередині певної країни або корпоративної інституції. Екстернальність, навпаки, тлумачимо як ціле-спрямований вектор інформаційної війни, направлений на протидію з міжнародним супротивником, який репрезентує відповідну організацію чи фізичний суб'єкт політичного процесу.

Розгортання інформаційної війни безпосередньо має відношення до її наслідків. Найчастіше результатами такої війни є руйнування (пошкодження) інформаційної інфраструктури опонента. Особливого впливу зазнає політична сфера, яка є вразливою до зовнішнього втручання. Спостерігається видозмінення фундаментальних принципів функціонування країни на яких тримаються структурно-ієрархічні підвалини влади. У цьому процесі не можна недооцінювати вплив інформаційного протистояння на ідеологічну базу національних партій. Представники одних політичних груп можуть відмовитися від своїх минулих переконань і прийняти ідеологію опозиційної політичної сили. Враховуючи комплексний характер інформаційної війни, в результаті впливу відбувається зміна світогляду цільової аудиторії на важливі суспільні питання. Ворожа сторона намагається змістити акценти таким чином, щоб адресат повірив і природно сприйняв нав'язану думку. Безпосередньо вразивши політичну «мішень», інформаційна війна призводить до економічних проблем держави. Це той випадок, коли фальшива інформація і пропаганда вводять в оману потенційних репрезентантів економічної галузі (інвесторів, експертів з економіки). У цілому важливо наголосити на тому, що цифрові мас-медіа і PR агенції перетворюються на потужну зброю у руках ініціаторів інформаційної війни, які використовують інноваційні технології для досягнення своїх цілей.

### **Список використаних джерел:**

1. Friedman Tom. *The Lexus and the Olive Tree*, London: HarperCollins, 2000. 480 p.
2. Jones A. *Information Security Technical Report*, Vol. 4, No. 3. *Information Warfare. What is it ?* 1999. P. 12–19.
3. Schiller, Herbert I. *Living in the Number One Country: Reflections from a Critic of American Empire*, New York: Seven Stories Press, 2000. 208 p.