

УДК 316.6

Маслов Д. П.¹ Бондаревич І. М.²

¹ студент гр. Е-417а

² канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ВІЙНИ

Зміни у глобальній світовій економічній та політичній сфері призвели до зміни технологій світового протистояння і ведення війн. Все частіше використовуються інформаційно-психологічні технології впливу на супротивника. Вони базуються на комунікативних процесах з використанням

досягнень сучасних досліджень. Сучасні війни є гібридними, а інформаційно-психологічний вплив є змістовною їх складовою.

З незапам'ятних часів людству відомі різноманітні прийоми, засоби задля відстоювання особистих інтересів, збереження власних або здобуття додаткових ресурсів у протистоянні з протилежною стороною. Психологічний тиск експлуатувався у показових страхах, підбавляючих закликах і войовничих вигуках перед битвою, тощо. Сьогодні психологічна війна реалізується на рівні навчання, підготовки військовослужбовців у всіх країнах. Наприклад в Югославії, у Перській затоці. Такі підрозділи є в складі збройних сил усіх країн світу, зокрема й України.

Вплив на масову свідомість є досить інтенсивним за своїм характером. Його призначення - мотивувати новий тип поведінки, за рахунок наявних у свідомості стереотипів. Фактично використовується ресурсний потенціал того, на кого спрямовується вплив. В американських стандартах існує термін «точки уразливості», саме через ці «точки» відбувається вплив на людину. Комунікація спрямовується туди, де можливо досягти максимального результату.

Від випадкових подій спрямовану інформаційно-психологічну кампанію відрізняє ряд чинників. По-перше, це активне тримання уваги масової свідомості на одній події. При цьому на другий план відійдуть і невиплати зарплат і пенсій, і злидарське положення вчених, вчителів і медиків, і підвищення цін на енергоносії. Все це швидко зникає. Вся інформація що надходить подається тільки з одного погляду.

По-друге, це боротьба з іншими джерелами інформації, з іншою інтерпретацією. За допомогою провідних за впливовістю ЗМІ можливе посилення своєї точки зору, «окупаційне» просування її до «адресату».

По-третє, це чітке визначення цільової аудиторії, що першою підлягатиме впливу, а через неї інформація та вплив поширюється далі.

По-четверте, це гра на контрходи. Вона є одним з варіантів спецтехнологій. У виборних технологіях є такі варіанти роботи, коли опонент спонукають до активної дії, що потім використовується на свою користь: супротивник розкриває твої негативні сторони. Фактична активація чужого ресурсу на свою користь.

По-п'яте, це створення напруження, якого можна позбутися лише після виконання умов нав'язаних ініціаторами кампанії. Експлуатація страху без укажівки на шлях, яким його можна уникнути є неефективним варіантом впливу, оскільки немає реалізації нового типу поведінки. Безперечно спрямована інформаційно-психологічна кампанія повинна бути багатоканальною. Зокрема діяльність провідних ЗМІ, наявність листівок, написів на огорожах, демонстрацій, тощо. Усі ці події покликані різко розширити залучення оточуючих: перейти від вузького «ядра», задіяного в

цих процесах до всього населення. Активних людей завжди меншість, тому лише певним обсягом додаткових зусиль можливо емоції однієї групи поширити на інших.

Сьогодні, майже як і завжди, Україна знаходиться в центрі світових політичних подій. Оцінюючи зміст задіяних мотивів, помітимо, що вони не збігаються. Для населення вони одні, а для правлячої верхівки – зовсім інші. Елементарно проста річ у вигляді заробітної платні, що дуже значима для населення і абсолютно не першозначна для верхівки, що живе користуючись іншими фінансовими потоками. Саме тому так важко знайти спільну мову, між тими хто, рахує кожную копійку і тими, для кого денна норма витрат це чиясь місячна заробітна платня. На сьогоднішній день усе це створює дивне сполучення задіяних мотивів і засобів. Є пріоритети західного суспільства, є пріоритети українського істеблішменту, і є пріоритети українського населення. Ці «набори нагальних проблем» абсолютно не збігаються, оскільки їх власники живуть в різних реальностях.

Україна потрапила в ситуацію коли активні потоки негативної інформації йдуть і ззовні і з середини. Розгортання подібної інформаційної кампанії не може йти само собою. У військових є такий термін «спеціальні інформаційні війська», під яким розуміють інформаційні дії, наслідки яких є значущими для проблем національної безпеки країни. Мета психологічної війни – зміна свідомості людей, зміна мислення, і виходячи з цього - зміна поведінки. За такими діями ми, власне, маємо можливість спостерігати і сьогодні.