



Олександра КУЛИНИЧ
кандидат історичних наук,
доцент кафедри журналістики,
реклами і зв'язків з громадськістю
Національного авіаційного університету
(м. Київ)

УДК 316.485.26:044.77]:070(045)

ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ І ЖУРНАЛІСТСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

У статті розглядаються процеси впливу інформаційних війн на журналістську діяльність, вплив «гібридної війни» на масову свідомість. Подається опис різних способів маніпулятивних впливів на громадську думку через подачу інформації та засобів протидії пропаганді, що є необхідними для професійної журналістської діяльності. Аналізуються деякі публікації провідних вітчизняних та зарубіжних науковців з проблем маніпуляцій за допомогою інформації в ЗМІ. Інформаційна війна розглядається як технологія використання спотвореної інформації, яка використовується суб'єктами соціального або міжнародного конфлікту з метою перемоги над опонентом. Особливого значення інформаційні війни набувають за умов «гібридних війн», тобто використання інформації як зброї проти конкурентів і опонентів.

Ключові слова: інформаційна війна, журналістика, стандарти журналістської діяльності, пропаганда, маніпуляція, фейк.

Актуальність теми статті визначається впливом стану «гібридної війни» на масову свідомість. В інформаційному суспільстві індивідуальна і масова свідомість стають усе більш вразливими для різноманітних маніпуляційних впливів з метою дезорієнтації опонента або конкурента та здобуття над ним перемоги не силою зброї, а силою пропаганди. Інформаційна ситуація ускладнюється внаслідок домінування настроїв постмодерну у культурі та інформаційному просторі. Характеризуючи такий стан, відомий вітчизняний фахівець з питань інформаційних війн Г. Почепцов слушно пише, що «зі світу пішли великі наративи, тепер у ньому панують наративи маленькі. А наратив неможливий без власної боротьби за правду, тому тисячі маленьких наративів обросли тисячами своїх правд. Індивідуальні фейки відображають тлумачення світу, яке склалося в голові конкретної людини. Суспільні фейки покликані схилити людей до варіанта правди на свій бік» [9, с. 11]. Постмодернізм відмовляє моралі у праві бути джерелом легітимності та визнає будь-які соціальні практики, якщо ті є ефективними.

Отже, особливо небезпечними ці процеси стають внаслідок стану «гібридної війни». Термін «гібридна війна» з'явився ще у 2005 р. у Лівані і став застосовуватися для опису стратегії Хезболли у ській війні 2006 р. З того часу термін домінує при обговоренні сучасних і майбутніх воєнних дій. Особливою рисою «гібридних воєн» є те, що, на відміну від інших типів воєн, нарівні з суто військовими методами, активно застосовуються комплексні політичні, економічні, інформаційні та інші невоєнні

заходи. В сучасних глобальних інформаційних війнах популярним стало жаргонне слово «фейк», що означає використання в масовій комунікації підроблених фактів із метою введення в оману суспільної думки.

Соціальний феномен політики визначається специфічністю групових інтересів, які формуються навколо конкурентного перерозподілу нерівного доступу до різних ресурсів, що обумовлює потребу публічного регулювання цих інтересів у сфері політики. При цьому політика розглядається як організація публічної діяльності з метою досягнення певних соціальних цілей. Політика як соціальний інститут покликана регулювати публічними методами соціальну взаємодію в інтересах конкретних соціальних груп. Інститут політики оперує організаційними, економічними, правовими, символічними, культурними, інформаційними та психологічними ресурсами.

Показово, що Європейський Союз після 2014 р. у рамках кампанії проти прокремлівської дезінформації створив спеціальний портал, який працює англійською, німецькою і російською мовами, метою якого є розкриття смислу російських інформаційних фейків. Зокрема, пропонується перевірену і неправдиву інформацію кодувати різними кольорами: від зеленого – це перевірена правдива інформація до фейку, позначеного червоним кольором [5]. У будь-якій соціальній комунікації важливу роль відіграє вплив. Особливістю журналістської професії є варіативна інтерпретація дійсності. Будь-яку подію можна презентувати різними способами, спрямувавши суспільну увагу у бажаному напрямі.

Предметом статті є опис способів маніпулювання інформацією заради пропаганди та контрзасобів, необхідних для професійної журналістської діяльності.

Розглянемо деякі публікації за темою нашої статті. У навчальному посібнику О. Бойка «Політичне маніпулювання» мова йде про цей потужний інструмент прихованого впливу на психіку людини і поведінку мас, який активно використовується у боротьбі за владу й намаганнях утримати її. У цій книзі подано знання про соціопсихологічну сутність, природу і механізми, базові принципи використання політичного маніпулювання, зміст й ефективність конкретних технологій, а головне про способи захисту від маніпулятивних впливів [1, с. 41]. Отже, інформаційні війни відбуваються у просторі політичної комунікації, що визначається як «перманентний соціально значимий процес обміну смислами на основі зворотного зв'язку між суб'єктами політичної системи, здатними впливати на стан суспільства» [3, с. 397].

На думку доктора філософських наук В. Єрмоленка, ключову роль у політичному процесі відіграють ідеології як форма пред'явлення громадськості «абсолютних істин» [4, с. 16]. Інформаційні війни у макросоціальному середовищі відбуваються навколо інтерпретацій ідеологій, оскільки останні «є набором ідей для розв'язання суспільних проблем, але часто надто вірять у себе і прагнуть стати новими релігіями» [4, с. 19]. Відомий фахівець з питань інформаційних війн Г. Почепцов дослідив принципи таких війн, показав, як працюють моделі дезінформаційної кампанії та модель кампанії з нейтралізації дезінформаційних впливів [8, с. 573].

У монографії О. Литвиненка «Інформаційні впливи та операції» проаналізовано феномен інформаційних операцій з позицій функціонування ідейно-політичної гегемонії, досліджено системи здійснення інформаційних операцій у провідних країнах світу, висвітлено структуру пострадянського суспільства з точки зору інформаційних впливів [7].

Журналістська діяльність може розглядатися як різновид соціокультурної комунікації, тобто як «взаємодія між окремими членами суспільства і соціальними групами, яка спрямована на передачу інформації» [8, с. 44]. Зазначимо, що під терміном «комунікація» у широкому сенсі мається будь-яка дія, що має смисл. Обов'язкова умова соціокультурної комунікації – наявність спільної мови. Тому такими важливими в українській журналістиці є стандарти літературної української мови. Саме мова дає можливість передати соціально важливу та актуальну інформацію. Типові моделі взаємодії поширюються і на мовну поведінку.

Інформаційні війни здійснюються заради зміни домінуючої ідентичності певного суспільства, адже у випадку зміни ідентичності змінюються й джерела формування суспільних смислів. Інформаційна війна визначається як «форма конфлікту, в якій відбуваються прямі атаки на інформаційні системи як засіб впливу на знання або припущення противника» [2, с. 29].

Однією із принципово важливих рис будь-якої інформаційної війни є її перманентність, тобто «періодів миру» у цій війні фактично немає. Підрив ідейно-політичної гегемонії є оптимальним способом здобуття перемоги над супротивником без використання конвенційних видів зброї. Під гегемонією мається на увазі система уявлень, «за допомогою якої панівний клас забезпечує моральну, політичну та інтелектуальну перевагу і через це лідерство у суспільстві» [7, с. 95].

С. Кара-Мурза у книзі «Маніпуляція свідомістю» дав, на нашу думку, дуже влучне визначення цього типу соціально-маніпулятивних технологій як застосування влади з метою впливу на поведінку інших задля отримання бажаної поведінки без розкриття мети, заради якої це робиться [6, с. 19]. Аналогічні завдання вирішують іміджмейкери «spin doctors», покликані маніпулювати фактами заради покращення іміджу певного суб'єкта. У цьому контексті все більш популярними стають технології соціальної маніпуляції, пов'язані з прихованими впливами на масову свідомість і поведінку людей з метою примусити їх діяти (або бездіяти) в інтересах певних соціальних сил, отже, і проти власних інтересів. Зокрема, за допомогою «спіралі замовчування» альтернативних поглядів, посилянь на сфабриковані опитування прагнуть запевнити громадян у підтримці більшістю суспільства потрібної маніпуляторам суспільної позиції [10, с. 296].

Вразливість відповідних технологій полягає у тому, що вони, як у казці про голого короля, втрачають ефективність у разі розкриття таємниці фокусу. Тому передумовою їх реалізації є посилений контроль за інформаційним полем суспільства, яке є об'єктом реалізації відповідного соціально-інженерного маніпуляційного проекту. Модель дезінформаційної кампанії Г. Поцешцов показав через «вибір негативної дії, гіперболізація негативної дії, імплантація результату в реальність, акцент на введеному повідомленні, породження наслідків» [8, с. 451]. Звичайно, існують різні технології нейтралізації негативної інформації. Це «мовчання як тип відповіді, введення нової події, яка відволікає суспільну увагу, відповідь-спростування» [8, с. 456-457].

В умовах «холодної війни» у США досліджували проблематику інформаційних війн і способів переконання громадян. З точки зору представників Єльської школи комунікації, «джерело має пріоритетне значення при визначенні потенційної можливості переконання; зміст повідомлення розкриває і виділяє первинні зміни повідомлення; порядок мотивацій впливає на можливість зміни початкового переконання» [3, с. 387].

Загальновідомо, що завдання пропаганди полягає не в тому, аби дати знання, а у формуванні світогляду соціальних груп. Політична пропаганда є цілеспрямованим розповсюдженням у суспільній свідомості певних ідей, поглядів, інтерпретацій, норм і цінностей.

Як правило, виділяють декілька видів політичної пропаганди: декларативну, роз'яснювальну, імперативну. Зокрема, декларативна пропаганда працює на пред'явлення позиції або точки зору. Але декларувати не те ж саме, що схилити на свій бік. Для цього потрібна роз'яснювальна пропаганда. Імперативна працює внаслідок встановлення соціального контролю за поширенням альтернативної до головної точки зору. Тип політичного режиму визначається панівним типом політичної комунікації, яка домінує у певному суспільстві.

«Умовою початку успішного контакту є демонстрування комунікатором, – пише О. Бойко, – своєї єдності з аудиторією, тобто застосування принципу «присядання за» [1, с. 199]. Це створює умови для некритичного сприйняття інформації, свідомої відмови від перевірки істинності наведених фактів. Встановлюється контроль над часом людини, особливо над часом на роздуми, що дає можливість обмежити поінфор-

мованість, провокує нездатність до критичного усвідомлення того, що відбувається. Той, хто контролює мову людини, той контролює її мислення.

Політичне маніпулювання вдається завдяки наявності у масовій свідомості певних стереотипів, тобто системи стійких ознак і особливостей поведінки певної соціальної групи, що залежить від ціннісно-нормативної системи, яка в ній функціонує. Маніпулювання здійснюється через атаки на політичний імідж, тобто «віртуальний, емоційно забарвлений образ людини, групи, організації, події, процесу чи явища, що сформувався у масовій свідомості і має характер стереотипу» [1, с. 223].

Маніпулюванню сприяє політична міфологія, яка штучно поєднує реальність із вигадками. Причому до політичної міфології переважно звертаються у кризові епохи історичного розвитку. Політичні міфи впливають на зміни політичних ритуалів – «сукупності традиційних дій, що здійснюються у визначеному порядку, тобто певні норми і форми символічної поведінки» [1, с. 228]. Спровокований тотальною пропагандою масовий страх того, що смисл може бути нав'язаний, провокує зневагу до ідеальних цінностей. Нові ритуали мають властивість формувати систему цінностей і наділяти смислом життя тих, хто бере в них участь. Ритуал тлумачить соціальну реальність, наділяє минуле значенням, формує уявлення про спільне минуле як специфічну форму колективної автобіографії. Втім формальне засвоєння європейських принципів організації соціально-політичного та економічного життя не забезпечує виникнення передумов для остаточної імплементації сучасних європейських цінностей в українську практику.

Ще одним засобом маніпуляції є чутки, тобто «спосіб інтерпретації інформації, обумовлений її дефіцитом, невизначеністю ситуації, поширенням тривожних настроїв у суспільстві» [1, с. 230]. Розтиражована неправда, яка регулярно повторюється, може кардинально змінити суспільну думку.

На думку Т. Ван Дейка, «узагальнення» використовується, аби показати, що компрометуюча інформація не просто «випадкова», а має системний характер. З цією метою застосовуються узагальнені речення, а не конкретні факти. Метод трюїзмів працює на поширення загальновідомих істин, щоб викликати у читача або співрозмовника бажання погодитись із подальшими думками комунікатора [2, с. 45].

Метод слів-команд полягає у спекуляції на гонорі опонента, його намагання постійно демонструвати свою професійність і компетентність. Основними словами-командами є «знаєте», «ви розумієте» і т. д.; прийом використання у потрібний момент крилатих висловів або застосування метафор як мовного звороту, якому притаманне вживання образного виразу чи слова у переносному значенні для описування якогось предмета або явища, схожого з ним за окремими ознаками.

Прийом штучного обмеження вибору – «або біле», «або чорне» – є особливо ефективним за умов нав'язування спрощеної картини світу, коли при кризових явищах, конфліктах існує потреба стати на бік однієї зі сторін протистояння.

Цікавим є прийом «потрійної спіралі М. Еріксона», тобто послідовне переповідання трьох історій, які зацікавлюють аудиторію. Але аудиторія добре запам'ятовує та аналізує лише першу і другу історії, а третю сприймає на віру [1, с. 335]. Поширеним маніпуляційним прийомом є встановлення фальшивих причинно-наслідкових зв'язків та умовних концептуальних припущень.

Не менш ефективний – це метод замовчування суттєвих характеристик ситуації, про яку йде мова. Або навпаки, з метою відволікання уваги можна акцентувати увагу на несуттєвих фактах за рахунок суттєвих. Часто факт видається за гіпотезу, а гіпотеза презентується як беззаперечний факт. «Психічний вірус – це інформація, що існує у свідомості людини, може суттєво впливати на перебіг певних подій і має тенденцію до самовідтворення, посилення і самопоширення. До найпростіших «психічних вірусів» належать чутки, мрії, політичні міфи, анекдоти» [1, с. 331].

Метод «наведення прикладу» має доводити, що суспільна думка ґрунтується на конкретних фактах, соціальному досвіді. «Посилення аргументу» працює на

привернення уваги реципієнта. «Поступка» спрямована на позитивну самопрезентацію джерела інформації. Гра на контрастах у процесі порівняння фактів своєї і чужої інформації дає можливість знаходити додаткові аргументи для підтвердження позиції комунікатора.

Використання несподіваної для реципієнтів інформації (увага до сенсацій) також є дієвим засобом маніпулювання. Апеляція до авторитету має підтвердити правдивість інформації посиленням на авторитет науки або культури. Технологія маніпуляції «чорний опонент» полягає в тому, що опоненту ставлять кілька питань, на які він не знає відповідей, причому запитань має бути не більше трьох, аби не виявити упереджене ставлення до опонента.

Великий обсяг інформації, як правило, не допомагає краще зрозуміти факти або причинно-наслідкові зв'язки між ними, а більше дезорієнтує, перешкоджає правильному аналізу та прийняттю правильного рішення. У процесі комунікативного акту людина передає до 80 % інформації, яку хотіла повідомити, сприймає лише 79 %, розуміє до 60 %, запам'ятовує від 10 до 25 % наведеної інформації [1, с. 387]. Така «коротка пам'ять», властива масовій свідомості, дає додаткові можливості для маніпулювань інформацією.

Висновки. Постіндустріальному суспільству властиве широке використання інформації в різних сферах суспільних відносин. Впродовж 1990-х втіленням цієї тенденції стала всесвітня комп'ютерна мережа інтернет. Ознакою постіндустріального суспільства є урбанізація, завдяки якій 2010 р. вперше у людській історії у глобальному масштабі кількість мешканців міст перевищила кількість жителів сіл. Інформаційні війни доби постмодерну перетворюють політику на спектакль з усіма видами театрального мистецтва. Причому «спектакль» може охоплювати усі жанри – від комедії, фарсу до трагедії.

Ключовим моментом свідомого захисту є виявлення і розпізнавання маніпуляції. Варто не втомлюватися аналізувати отриману інформацію, ставлячи питання: хто, що, де, коли, з якою метою, яким способом, з якими співучасниками діє? Не задовольнятися готовими поясненнями фактів. Шукати внутрішній зв'язок між подіями. Розташовувати значущі факти у часовій послідовності. Шукати суперечності у відомих фактах. Відокремлювати встановлені факти від сумнівних і від невідомого.

Передача пам'яті відбувається у вигляді продукування стереотипів. Переказ жорсткої минувшини не може допомогти подолати страх перед майбутнім. Ніхто не знає, який із багатьох сценаріїв, написаних сьогодні, потрібен для майбутнього. Отже, ідентичність завжди політизована. Тому боротьба за збереження своєї та проти чужої ідентичності робить конфлікти більш гострими й тривалими. Кожна людина водночас має декілька ідентичностей: етнічну, громадянську, класову, релігійну. Ці різні ідентичності можуть не співпадати навіть у межах одного суспільства. Ідентичності не створюються раз і назавжди. Питання ідентичності загострюються в умовах кризових процесів. Еліти, як правило, більше стурбовані питаннями ідентичності, ніж більшість населення, яка пасивно усвідомлює власну ідентичність.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бойко О. Д. Політичне маніпулювання. К. : Академія, 2010. 432 с.
2. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
3. Исаев Б. А. Теория политики. СПб. : Питер, 2008. 464 с.
4. Єрмоленко В. Плинні ідеології. Ідеї та політика в Європі XIX–XX століть. К. : Дух і літера, 2018. 480 с.
5. Кампанія ЄС проти про кремлівської дезінформації [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://www.euvdisinfo.eu>
6. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М. : Эксмо, 2000. 864 с.
7. Литвиненко О. В. Інформаційні війни та операції. К. : НІСД, 2003. 240 с.
8. Почепцов Г. Г. Информационные войны. – М. : Ваклер, 2001. 573 с.

9. Почепцов Г. Г. Від правди – до постправди, від фейку – до постфейку // Дзеркало тижня. 2018. №1 5, 21 квітня. С. 11.
10. Соціологія. Короткий енциклопедичний словник. К., 1998. С.296.
11. Фомичева И. Д. Социология СМИ. М. : Аспект Пресс, 2012. 360 с.

Олександра Кулинич

Информационные войны и журналистская деятельность

В статье рассматриваются процессы влияния информационных войн на журналистскую деятельность. Информационная война рассматривается как технология использования недостоверной информации с целью победы над оппонентом. Особое значение информационные войны приобретают в условиях «гибридных войн» как инструмент использования информационного оружия для достижения победы над конкурентами и оппонентами.

Ключевые слова: информационная война, журналистика, стандарты журналистики, пропаганда, манипуляция, фейк.

Oleksandra Kulynych

Informational Wars and Journalistic Activities

The article analyzed the processes of influence of informational war at journalism standards. It given description of different ways of manipulative influence on Public opinion through the giving information are necessary for professional journalistic activity. The article also analyzes publications of Ukrainian and foreign scientists about manipulations problems. The informational war approach is using fake news for successfully contra opponent. A description of various ways to manipulate public opinion through the provision of information and anti-propaganda tools are essential for professional journalism. Some publications of leading domestic and foreign scientists on problems of manipulation with the help of information in the media are analyzed. The informational war is considered in the context hybrid war as instrument for informational weapons for victory against opponents. Informational wars is considered as a technology of using distorted information which is using by the subjects of social and international conflicts in order to win in informational war, has a special meaning during the hybrid war – using the information as a weapon against the opponents and competitions.

Keywords: informational war, journalism, standards, manipulation, propaganda, fake.