

УДК 159.9

А.М. Ісмаїлова

Керівник: к.психол.н, доцент В.В. Вишньовський

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

## «ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА ТА МАСОВА КУЛЬТУРА»

A.M. Ismailova

### «INFORMATION WARFARE & MASSKULT»

Хоча фактично з інформаційною війною можна зустрітися ще у тексті Біблії зараз це питання особливо актуальне. Боротьба за розум людей багато в чому на даний час є першочерговим завданням для перемози у будь-якій війні. Інформаційна війна – це виклад інформації у так, щоб можна було сформувавши у групи людей або суспільства в цілому потрібну громадську думку, точку зору, логічний хід взаємодоповнюючих думок, систему поглядів, що є вигідною, корисною та бажаною для тих, хто організував інформаційну пропаганду [4].

Виходячи зі змісту та ролі інформації у сучасному світі, американський дослідник М. Маклуен ще декілька десятиліть тому вивів в певній мірі сміливу і пророчу тезу: «Істинно тотальна війна – це війна за допомогою інформації». Саме Маклуен першим проголосив, що зараз економічні зв'язки і відносини все більше змінюють форму з обміну товарами на обміну знаннями. Від тепер засоби масової комунікації самі є новими «природними ресурсами», що збільшують багатства суспільства. Тобто боротьба за капітал та простори збуту відходять на другий план, головним стає доступ до інформаційних ресурсів, знань, це призводить до того, що війни ведуться вже більше в інформаційному просторі та за допомогою інформаційних видів озброєнь [3].

Інформаційна війна набула найбільшого розмаху у ХХ столітті саме тому, що засоби масової інформації, такі як: газети, радіо, а згодом і телебачення стали невід'ємною частиною життя більшості населення, стали надійним джерелом новин та знань. А у двадцять першому столітті одне з основних правил сприймання інформації це отримання даних про її правдивість з опорою на надійні і вже перевірені раніше джерела.

Інформаційна війна може також поділятися на: кібервійну, психологічну війну, семантичну війну, мережеву війну, ідеологічну диверсію, радіоелектронну боротьбу. Метою інформаційної війни зазвичай є послабити матеріальні і моральні сили противника, та посилити свої. Досить очевидним є той факт, що інформаційна війна являє собою складову частину ідеологічної боротьби [4].

Головне завдання інформаційних війн – це маніпулювання народними масами. Зазвичай вони полягають у: внесенні шкідливих та ворожих поглядів в індивідуальну та суспільну свідомість; дезінформації та дезорієнтації; послаблення певних поглядів та звичаїв для їх викорінення та насадження нових; залякування свого народу образом певного ворога; «гра м'язами» – залякування противника власною могутністю [4].

Вплив на культуру під час інформаційної війни, насамперед, пов'язаний з розповсюдженням невибагливої масової культури з певним ідеологічним наповненням. Масова культура – ефективний інструмент інформаційної війни. Її переваги в тому, що по-перше вона приносить прибуток, по-друге в найдоступнішій формі доносить потрібну інформацію, по-третє усуває і замінює цінності національних культур, що робить об'єктів інформаційної агресії уразливими і слабкими [2].

У своїй статті «Глобалізація культури в інформаційному вимірі» Ю.В. Трач зазначає, що в умовах розширення використання глобальних інформаційно-комунікаційних мереж, виникають нові форми та методи культурної агресії, застосування яких ставить під загрозу збереження самотності та національної ідентичності цілі країни і народи. Безмежне розповсюдження «екранної» культури створює серйозні психологічні проблеми через

зростаючу пасивність у сприйнятті інформації, розмивання кордонів між ілюзіями та дійсністю [6].

Багато дослідників, серед них В.С. Горський, В. Шейко та М. Александрова, Т.С. Пітякова, стверджують, що на українську культуру негативно впливає «неправильна українізація» закордонних творінь популярної культури, адже часом вони несумісні зі встановленими в Україні моральними нормами або просто є неякісними. Вони вважають загрозливим явищем і засилля західної та російської культури на українському ринку, тому що вони стають основою для формування нової системи цінностей [1] [7] [5].

Зараз в Україні все інтенсивніше поширюється масова культура російського та американського виробництва. Так як ідеологічно вони дуже часто сильно відрізняються це призводить до конфліктів і суперечок в середині українського суспільства. Така інформаційна агресія відбувається внаслідок поширення цим країнами власного впливу в світі та сильної інформаційної потужності, а не за конкретною вказівкою [1].

Головними засобами інформаційної війни і розповсюдження масової культури в Україні є ЗМІ, Інтернет, література, кіно, естрада, комп'ютерні ігри. ЗМІ поєднують в собі найпотужніші інструменти формування громадської думки – телебачення, радіо, пресу. Саме їх доступність для усіх верств суспільства дає можливість доносити необхідну інформацію за дуже короткий час. Тотальне розповсюдження масової культури – це заслуга, насамперед, засобів масової інформації [1].

Вплив літератури, кіно та телевізійних програм важко переоцінити, адже часто саме під їх впливом формується особистість людини, засвоюються моральні норми і установки людини на рахунок любові, дружби, сім'ї, соціальних взаємовідносин.

На теперішній момент стрімко зросла вага соціальних мереж, власних блогів, та інших ресурсів самостійно створених користувачами Інтернету. Люди довіряють думці інфлюенсера з того чи іншого питання. Проте не завжди той, хто може впливати на думки мас є чесною та принциповою людиною. Інколи вони проголошують проплачені кимось ідеї і також є частиною інформаційної війни. Блогер може пояснити якусь складну тему чи розповісти про останні події, дати їм оцінку, що впливає і на сприйняття глядача. У наш час інформація переслідує нас скрізь і дає нам навіть більше ніж ми цього потребуємо [1].

Підводячи підсумки, варто зазначити, що в наш час треба бути особливо обережними з тією інформацією та тим контентом, що ми споживаємо і споживати лише достовірну інформацію, та якісний контент.

### **Література:**

1. Вовкун В. Державна стратегія культурного поступу. Культура і життя. - №7-8. 2010. С. 11-22.
2. Горський В.С. Глобалізація культури як проблема України. Наукові записки. - Т. 20. 2002. С. 74-81
3. Почепцов Г. Г. Информационные войны. Москва : Рефл-бук : Ваклер, 2000. 573 с.
4. Почепцов Г.Г., Чукут С.А. Інформаційна політика: Навч. посіб. для студентів ВНЗ, аспірантів, викладачів. Вид. 2-ге, стер. Київ, 2008. 663 с.
5. Проблеми самоідентифікації сучасного українського суспільства: матеріали учасників науково-практичної конференції, 16 травня 2008 року. Київ, 2009. 252 с.
6. Трач Ю.В. Глобалізація культури в інформаційному вимірі. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Kis/2009\\_2/17.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Kis/2009_2/17.pdf) (дата звернення: 14.11.2021)
7. Шейко В., Александрова М. Культура та цивілізація в історико-культурній думці України в добу глобалізації: монографія. Київ: Ін-т культурології АМУ, 2009. 312 с.