

ІСТОРИОГРАФІЯ. ДЖЕРЕЛОЗНАВСТВО. МЕТОДОЛОГІЯ

УДК 316.77:32]:801.4(091)

Олеся Куцька

АГІТАЦІЯ, ПРОПАГАНДА, ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНА ВІЙНА: ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ ТЕРМІНІВ, ЇХ ЗНАЧЕННЯ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК

Аналізується походження основних термінів та етапи розробки теоретичних засад інформаційно-психологічного впливу. Окреслюється понятійне забарвлення кожної із зазначених дефініцій у різні історичні періоди, причому увага звертається на переорієнтування їх із допоміжного чинника впливу на масову свідомість в один із ключових. Робиться спроба визначити ознаки, які характеризують терміни «агітація», «пропаганда», «інформаційно-психологічна війна» з метою осмислення можливості їх певної взаємозаміни або ототожнювання. Визначаються рівні застосування інформаційно-психологічного впливу у військовій діяльності та конкретизується понятійний апарат у цій сфері. Зроблено висновок, що термінологія, яка характеризує вплив на свідомість людей, змінювалася в історичній перспективі, причому її характеристики нароцувалися відповідно до політичних, військових та економічних вимог.

Ключові слова: агітація, пропаганда, психологічна війна, інформаційна війна, інформаційно-психологічна війна.

Одним із важливих питань у ході битв, війн і конфліктів, які відбувалися в історії людства, було й залишається інформаційне забезпечення. З появою у воєнно-політичній сфері нового типу війн – «гібридних» – інформаційно-психологічне протистояння набуває нового значення: стає ледь не основним засобом збройної боротьби між протистоячими сторонами.

Історична ретроспектива трансформації терміна «пропаганда» та теоретичне переродження його в «інформаційно-психологічну війну» підкреслює актуальність дослідження, оскільки дає важливе практичне підґрунтя для розуміння основних її процесів у сучасних умовах.

При цьому слід пам'ятати, що головна вимога до розуміння будь-якої сфери діяльності – це чіткість та однозначність термінології, яка застосовується при її описі чи коментуванні. А це питання, на нашу думку, потребує окреслення основних дефініцій, а саме: «пропаганда», «агітація», «психологічна війна», «інформаційна війна», «інформаційно-психологічна війна».

Історії та практиці інформаційно-психологічного впливу присвячено чимало публікацій, найвідомішими серед яких є роботи іноземних дослідників: М. Кампанео, Дж. Фуллера, А. Блау (вийшли у світ на початку ХХ ст.); Л. Фараго, К.-Х. Рюдигера (видані в ході Другої світової війни); У. Догерті, М. Яноца, П. Лайнбарджера (опубліковані одразу після війни); Г. Екклза, Г. Саммерза (праці 80-х рр. ХХ ст.); М. Лібікі, А. Едельштейна (кінця ХХ ст.). Серед авторів радянського періоду, які присвятили свої праці інформаційно-психологічним війнам, передусім слід відзначити М. Бурцева, Д. Волгогонова, в подальшому на пострадянському просторі стали відомими праці В. Криська, Н. Волковського, Г. Почепцова, Л. Леонтьєвої, С. Ніконова, В. Жаркова. Кожен із зазначених авторів дає своє визначення термінів, якими апелює. Це спонукало нас до узагальнення формулювань, що вживалися попередниками.

Розпочати пропонуємо з історії виникнення зазначених термінів. Так, слово «пропаганда» можна вважати найдавнішим із зазначених понять. Перше його вживання датується 1622 р., коли Папа Уран VIII заснував таку інституцію, як «конгрегація пропаганди». Це була комісія кардиналів, які відповідали за іноземні місії Церкви. Підкреслимо, що тут мова йде про вплив на іноземну аудиторію. За різними даними, в Європі упродовж ХVIII–ХІХ ст. термін «пропаганда» був повністю нейтральним і означав поширення політичних ідей [1]. Так, в англійській мові під «пропагандою» розуміли розповсюдження інформації з певної причини. Перевизначення цього поняття відбувається упродовж ХХ ст. Воно спричинене Другою світовою війною, і зокрема тим, що СРСР та Німеччина використовували пропаганду відповідно до постулатів комунізму та нацизму в усіх формах публічного вираження. А оскільки обидві ці ідеології були неприйнятні західним суспільством, то, відповідно, негативне сприйняття їх проектувалося на поняття «пропаганда» [2].

Дуже тісно пов'язують агітацію з пропагандою і навіть деколи розглядають як одну з її форм [3]. За окремими даними, агітація в Росії складалася ще у роки революцій 1905 і 1917 рр. як одна з форм боротьби партії за військо і політичну єдність пролетаріату. У роки Другої світової війни

агітаційно-масова робота займала одне із чільних місць у системі ідеологічної, політичної, організаторської діяльності партії [4, с. 97].

На початку XIX ст. до вжитку входить ще один термін, який у своєму значенні також містить характеристики впливу на свідомість людей – це «психологічна війна». Точна дата введення в обіг цього терміна наразі невідома. За одними даними, поняття «психологічна війна» використав доктор М. Кампанео у своїй книзі «Досвід військової психології», надрукованій у 1904 р. в Бухаресті [5]. За іншими – його перше вживання датується 1920 р. і з'являється у дослідженнях з питань Першої світової війни британського історика Дж. Фуллера [1]. Надалі це поняття можна зустріти у книзі А. Блау «Ведення війни духу» (1937 р.) [5]. Американці дають власне використання цього терміна вже у 1940 р. [1], а в СРСР його починають вживати з 1941 р. [6, с. 45]. У контексті подальшого розвитку цього терміна можна згадати праці В. Бехтерева за темами «Коллективно-рефлекторне навіювання», «Коллективна рефлексологія», «Навіювання і його роль в суспільному житті», «Навіювання і натопл» – у СРСР, щодо Німеччини – геббельсівську пропаганду; щодо США – дослідження директора управління стратегічних досліджень США, генерал-майора У. Донована. Цікавим є те, що одним із перших його кроків був запит до доктора У. Лангера про складання психологічного портрету А. Гітлера з метою з'ясування, чим керується фюрер у прийнятті своїх рішень. Портрет фюрера разом із супроводжувальною запискою невдовзі «зверстано». У. Лангер пізніше пишався, що його передбачення справдилися. Зокрема, прогнозувалося таке: «З кожною поразкою Німеччини фюрер все більше впадатиме в психічний розлад, на цьому ґрунті він скоріше може скоїти самогубство, аніж прийме милість переможця і здасться в полон» [7].

Тема психологічної війни, яка активно почала підійматися в часи Другої світової війни, набула неабиякого значення у повоєнні часи. Відомими Л. Фараго «Психологічна війна в Німеччині» 1942 р. та К.-Х. Рюдигера «Готовність до ведення війни духу» 1944 р. У США у 1948 р. навіть була прийнята «Директива СНБ 10/2», що зобов'язала ЦРУ вести психологічну війну. Вона діє і сьогодні. У цьому ж році Конгрес США прийняв закон Сміта-Мукдта, який надав уряду право створювати пропагандистські служби для втручання у справи інших країн [5].

Розробки в галузі психологічної війни тривали. Серед відомих праць середини XX ст. можна згадати «Посібник з ведення психологічної війни», виданий у 1955 р. У. Догерті та М. Яноцем, книгу П. Лайнбарджера «Психологічна війна», видану в США на початку 60-х рр. XX ст.

Термін «психологічна операція» (як похідна нижчого рівня впливу) виникає наприкінці Другої світової війни, у 1945 р., і вживається у військовому значенні капітаном військово-морського флоту США Е. Захаріасом в питанні пришвидшення японської капітуляції [2]. Та використовувати його в американських офіційних документах почали лише з 1957 р. Термін «психологічна операція» дав змогу застосувати відповідний інструментарій в ситуації відсутності широкомасштабних військових операцій. Підкреслимо, що цей інструментарій застосовували не лише до ворогів, а й до нейтральних країн чи навіть союзників [1]. А вже у 1987 р. термін «психологічна війна» був вперше офіційно закріплено в польовому статуті збройних сил США «33–1 – Психологічні операції» [2].

Варто зазначити, що заходи психологічного впливу до 1945 р. мали допоміжний характер, а потім, у роки «холодної війни», набули самостійний характер як «психологічна сфера» зовнішньої політики [5]. Розпочинаються розробки теоретичних засад впливу на психологію людини, масову свідомість (безпосередньо на людину, соціальні групи та соціум у цілому), і в ході проведення різноманітних «психологічних операцій» проходять апробацію практичні методики. До цих досліджень долучено обмежене коло осіб, і відбуваються вони під контролем секретних спецслужб. До розробок у цій сфері були залучені наукові й спеціалізовані структури (науково-дослідні), в т. ч. академічні інститути, університети, коледжі, лікарні та різноманітні лабораторії. Подібного роду роботи велися не лише у США, а й в колишньому СРСР, Великій Британії, ФРН, Франції та інших країнах [7].

Наступними визначеннями у ланцюжку характеристик впливу на свідомість людей у військовій галузі є терміни «інформаційна війна». За різними даними, час виникнення цього явища пояснюється по-різному. Дехто стверджує, що особливого значення інформаційні війни набули у XX ст., коли газети, радіо, а потім і телебачення стали справді засобами масової інформації та поширювана через них інформація – справді масовою. У 20-х рр. США вели радіопередачі на регіони своїх «традиційних інтересів» – країни Латинської Америки, Великобританія – на свої колонії. Німеччина, яка домагалася перегляду умов Версальського миру, – на німців Померанії і Верхньої Сілезії у Польщі та Судетів – у Чехії. Тоді ж, у 30-х рр. XX ст., інформаційні війни перестають бути додатком до збройних і перетворюються у самостійне явище. Прикладом цього є німецько-австрійська радіовійна 1933–1934 рр. з приводу приєднання Австрії до райху [8].

За окремими даними, термін «інформаційна війна» був вжитий вперше Т. Роном у звіті «Системи зброї та інформаційна війна», який він підготував у 1976 р. для компанії «Боїнг». Автор, зокрема, зазначив, що інформаційна інфраструктура стає ключовим компонентом американської

економіки, але вона одночасно перетворюється у вразливу ціль як у воєнний, так і у мирний час [9, с.11]. Публікація звіту Т. Рона послужила початком активної кампанії у засобах масової інформації. Сама постановка проблеми вельми зацікавила американських військових, і вони почали активно обговорювати це питання вже з 1980 р. у складі групи американських військових теоретиків Г. Екклз, Г. Саммерз та ін. [10]. У першу чергу це обумовлено закінченням періоду «холодної війни». За іншими даними, вперше поняття «інформаційна війна» введено в 1985 р. в Китаї. У свою чергу в основу теоретичних підходів китайських фахівців у галузі інформаційного протиборства покладено погляди давньокитайського військового діяча Сунь-Цзи (V ст. до н. е.). А в США воно з'явилося на початку 90-х рр. XX ст. [11].

І дійсно, офіційно термін «інформаційна війна» починає вживатися після проведення операції «Буря в пустелі» 1991 р. в Іраку, в ході якої інформаційні технології вперше були використані як засіб ведення бойових дій. Офіційно ж цей термін вперше введений директивою міністра оборони США DODD 3600 від 21 грудня 1992 р. [8; 10], де він вживався у вузькому значенні і розглядався як різновид радіоелектронної боротьби. У подальшому в звіті американської корпорації «Ренд» MR-661–OSD «Strategic Information Warfare. A new face of War» (1996 р) вперше з'явився термін «стратегічна інформаційна війна (інформаційне протиборство)». Вона визначалася як війна із використанням державного глобального інформаційного простору та інфраструктури для проведення стратегічних військових операцій і зміцнення впливу на власний інформаційний ресурс [8].

Причому одним із перших теоретиків інформаційної війни визначається М. Лібікі. У його роботі «Що таке інформаційна війна?», вперше опублікованої Національним інститутом оборони США в 1995 р., саме поняття не визначене. Замість цього М. Лібікі описує форми інформаційної війни, серед яких виокремлює сім основних і двадцять додаткових [11].

У лютому 1996 р. Міністерство оборони США ввело в дію «Доктрину боротьби з системами контролю і управління». Публікація визначає боротьбу з системами контролю та управління як «об'єднане використання прийомів і методів безпеки, військового обману, психологічних операцій, радіоелектронної боротьби та фізичного руйнування об'єктів системи управління, підтриманих розвідкою, для недопущення збору інформації, надання впливу або знищення здібностей противника з контролю та управління над полем бою, при одночасному захисті своїх сил і сил союзників, а також перешкоджання противнику робити те ж саме» [10]. Найбільш важливим є те, що ця публікація визначила поняття війни із системами контролю і управління. І це було вперше, коли Міністерство оборони США окреслило можливості і доктрину інформаційної війни. Згодом, у жовтні 1998 р., у тексті «Об'єднаної доктрини інформаційних операцій», це роз'яснення відносно суті термінів інформаційної операції та інформаційної війни [7; 11].

Отже, термінологія, що характеризує вплив на свідомість людей, змінювалася в історичній перспективі, причому їх характеристики нарощувалися відповідно до політичних, військових та економічних вимог. Таким чином, умовно можна вести мову про певну ідентичність або одночасність цих понять. Цей висновок певним чином підтверджують слова американського професора А. Едельштейна, який вважає, що настала ера нової пропаганди, яка відрізняється від попередньої значною кількістю ознак [12, с. 35]. Спробуємо визначити власне ознаки, які характеризують кожен із позиціонованих на початку розділу термінів.

Варто наголосити, що в енциклопедіях та словниках перших повоєнних років практично відсутнє загальне визначення поняття «пропаганда», проте розкриваються поняття «пропаганда війни», «воєнно-технічна пропаганда». При цьому зустрічаємо термін «агітаційно-масова робота», який означає практичну діяльність політичних партій, громадських організацій та окремих осіб із мобілізації населення на активні дії для досягнення певних соціальних цілей [4, с. 97]. Сама ж агітація розкривається як засіб політичного впливу на маси шляхом бесід, доповідей, виступів на мітингах, через друковані засоби, радіо, кіно, телебачення і т. ін. [13, с. 21]. За більш пізнім варіантом, 1988 р., термін «агітація» розкривається як розповсюдження ідей для впливу на свідомість, настрої, громадську свідомість мас за допомогою усних виступів, засобів масової інформації [14, с.19]. Сучасний словник подає нам агітацію як найважливіший засіб впливу на свідомість і настрої широких мас з метою спонукати їх до політичної чи іншої активності, ідеологічна зброя боротьби партій. При цьому зазначається, що агітація проводиться шляхом поширення певних ідей і гасел за допомогою різноманітних засобів: через пресу (газети, журнали, брошури, листівки, заклики тощо), усні виступи (доповіді, бесіди, читання газет та ін.), радіо, телебачення, кіно, театр, образотворче мистецтво (плакати, діаграми, карикатури тощо), політичну і художню літературу [3]. Отже, можна простежити певну гру слів, поширення в терміні «пропаганда» функцій самої агітації, проте смислове навантаження, на нашу думку, залишається тотожним.

Варто зауважити, що нерідко слова «агітація» і «пропаганда» зустрічаються разом в офіційних заявах чи виступах радянських політичних лідерів. Наприклад, «Комуністична партія розглядає політичну агітацію та пропаганду як одне із найважливіших засобів виховання трудящих мас у дусі комунізму» [13, с. 21]. Про тісний зв'язок агітації з пропагандою веде мову Г. Плеханов, одночасно відзначаючи їх відмінність: «... пропагандист дає багато ідей одній особі або декільком особам, натомість агітатор дає лише одну або лише декілька ідей, проте він доносить їх до великої маси людей» [15, с. 181].

Таким чином, ці два поняття мають спільні ознаки. Проте розглянемо більш детально термін «пропаганда». Станом на 1963 р. «Энциклопедический словарь» містив наступне тлумачення слова «пропаганда» – розповсюдження і роз'яснення, обґрунтування певного світогляду, знань [13, с. 259]. Через десять років трактування цього терміна майже не змінилося – поширення і постійне глибоке та детальне роз'яснення яких-небудь ідей, поглядів, знань [16, с. 246]. Іще майже через десятиліття, у 1988 р., зазначається: у вузькому контексті пропаганда – це діяльність з розповсюдження у масах ідейно-політичних поглядів певних класів, партій, держав. При цьому як основні принципи комуністичної пропаганди визначаються: науковість, партійність, конкурентність, тісний зв'язок із життям [17, с. 764]. Через 20 років «Сучасний тлумачний словник української мови» подає варіант розкриття терміна «пропаганда», практично вбираючи у себе усі попередні визначення – друковане або усне поширення і роз'яснення ідей, вчень, поглядів, політичних, наукових та інших знань; ідейний вплив на широкі верстви суспільства, що має політичний або релігійний характер [18, с. 595].

Таким чином, на сьогодні ситуація зі з'ясуванням сутності пропаганди та денотатом цього терміна є проблемною. Одні дослідники вказують на її ідеологічну сутність, другі – на психологічну, треті – на комунікативну. Всі вони схильні бачити її сутність у специфіці засобів її впливу. Перші в добре сформульованих ідеях (В. Ленін, Г. Плеханов, А. Гітлер), другі – в технологіях психологічного впливу та особливостях сприйняття аудиторії (Г. Ласвелл, Е. Аронсон, Е. Пратканис, Л. Войтасик), треті – в технологіях організації ефективної комунікації з об'єктами пропаганди (В. Ліппман, Л. Богарт, Е. Кері, Ш. Дж. Перрі-Джілз) [19, с. 328]. Проте сутність будь-якого соціально-політичного феномена швидше та адекватніше можна визначити не через засоби його реалізації, а через функції, які виконує це явище в певній сфері.

Наведемо декілька інших підходів до визначення пропаганди. Дж. Браун говорить про пропаганду як про будь-яку доктрину чи практику, що будується на впливі на емоційне ставлення інших. Ф. Тейлор робить акцент в пропаганді на намаганні слугувати тому, хто організовує цей процес. Тобто це комунікація, завданням якої є задоволення інтересів людей, які виконують цю комунікацію. Дж. Джоветт і В. О'Доннелл визначають пропаганду як «засуджене заплановане і системне намагання формувати сприйняття, маніпулювати розумінням і спрямовувати поведінку, щоб досягти результатів, які задовольняють пропагандиста» [1].

Зважаючи на світові тенденції, визначення терміна «пропаганда» останнього часу зводяться до наступного – це інтенсивні комунікативні процеси, що мають на меті зміну поведінки аудиторії, на яку вони налаштовані. Так, А. Еделстайн вводить поняття нової пропаганди, яка, на його думку, формується сьогодні вже за іншими законами. Якщо стара пропаганда тоталітарна і прямує від невеликої кількості комунікаторів до багатьох, то нова пропаганда – демократична і задається як породження комунікації від багатьох до багатьох. Якщо для старої пропаганди були характерні обмежений доступ і гомогенність, то для нової характерними є широкий доступ і різноманітність. Стара пропаганда характеризується спрощеними повідомленнями і захищеністю своїх форм, нова пропаганда – складністю повідомлень і творенням нових мовних форм [1]. Отже, пропаганда як інтенсивна комунікативна технологія постійно потребуватиме використання нових методів і нових дослідницьких теорій, оскільки вона має прикладні цілі, що потребують постійного оновлення всіх механізмів. Змінюється людство, і разом з ним змінюються методи впливу, переходячи від простих до значно складніших.

Наведені цитати підкреслюють той факт, що сьогодні термін «пропаганда» знову може бути нейтральним для широкого вжитку, хоча частіше він використовується як журналістське негативне визначення дій тих чи інших інформаційних підрозділів, особливо військових. Це саме стосується і випадків політичного протистояння, коли опоненти можуть вказувати на вислів свого противника як на пропагандистський.

Дуже часто і широко пропаганду використовують у військових цілях. У роки Другої світової війни слово «пропаганда» набуває префікса «спец». При цьому термін «спецпропаганда» (спеціальна пропаганда) означає, за С. Ніконовим, партійно-державну структуру політико-психологічного впливу на ідеологічного противника у колишніх збройних силах СРСР [20, с. 65]. Існують два інших визначення цього поняття: перший – це методика ідеологічного впливу на

війська противника [21]; другий – це примушення противника до здачі та ослаблення його бойового духу під час бойових дій [22].

Згодом для військової галузі пропаганда набуває нових визначень, таких як психологічна війна, психологічна операція, інформаційна війна. При цьому психологічна війна розглядається як сукупність різноманітних форм, методів і засобів впливу на людей з метою зміни у бажаному напрямі їх психологічних характеристик (поглядів, суджень, ціннісних орієнтацій, настроїв, мотивів, установок, стереотипів поведінки), а також групових норм, масових настроїв, суспільної свідомості в цілому [2; 23, с. 8].

Міністерство оборони США конкретизувало цілі психологічної війни у військовому аспекті. На думку американців, це планове використання пропаганди та інших психологічних дій, що мають за основну мету вплив на думки, емоції, стосунки і поведінку ворожих іноземних груп, таким чином, щоб підтримувати досягнення національних завдань [2].

У літературі зустрічається й більш агресивне формулювання терміна «психологічна війна», а саме: планомірне використання державою та її установами засобів і заходів ідеологічної дезорієнтації та розкладання свідомості людей і груп людей з метою зниження їх ідейної, політичної, духовної та морально-психічної стійкості, спонукання до негативних дій чи бездіяльності населення та особового складу армій інших держав як у воєнний, так і в мирний час [5]. При цьому визначаються наступні форми психологічних операцій: пропагандистські дії – це систематизоване, цілеспрямоване розповсюдження ідей за допомогою різноманітних засобів зв'язку та інформації з метою впливу на думки, почуття, стани і ставлення або поведінку для досягнення прямої чи опосередкованої користі для своєї країни; психологічні дії – це різні політичні, економічні та інші дії, які скеровувалися на підризу позицій протилежної сторони та зміцнення власних позицій [5].

Термін «психологічна операція» також має американське коріння і означає планові дії з передачі відібраної інформації та індикаторів до іноземних аудиторій, щоб вплинути на їхні емоції, мотиви, цілі міркування, і нарешті, на іноземні уряди, організації, групи, та індивідуумів [2].

У СРСР існувало також подібне визначення терміна «психологічна операція», під яким розумілися планова пропагандистська або допоміжна (політична, економічна, культурна, відповідно військова та інша) діяльність, яка проводиться в мирний або воєнний час, розрахована на іноземні ворожі, дружні або нейтральні аудиторії з метою впливу на їх відносини і поведінку в сприятливому напрямку для досягнення політичних і військових цілей [2].

Отже, психологічна операція використовується на тактичному рівні психологічної війни і є складовою інформаційної операції. А оскільки в психологічній операції використовується інформація, то вона є актом інформаційної війни.

У свою чергу під терміном «інформаційна війна» розуміється комплексна дія на систему державного і військового управління протипорочної сторони, її політичне і військове керівництво, яка вже в мирний час приводила б до прийняття сприятливих для своєї держави рішень, а в ході війни повністю паралізувала структуру управління противника. Одночасно з наступальною дією інформаційне протипорочство обумовлює забезпечення надійного захисту національної інформаційної інфраструктури [24, с. 29–30].

Поява феномену інформаційної війни пояснюється у звіті американської корпорації «Ренд» MR-661–OSD. Там зазначено, що зміни у суспільно-політичному житті низки держав, викликані швидкими темпами інформатизації і комп'ютеризації суспільства, призводять до перегляду геополітичних поглядів керівництва, виникнення нових стратегічних інтересів, і, як наслідок, відбувається зміна політики, що проводиться цими країнами [8]. Цей погляд підтримує китайський військовий аналітик В. Пуфен, який зазначає, що інформаційна війна є продуктом епохи інформації, який у бою часто використовує інформаційну технологію й інформаційну зброю. Він становить «мережевізацію» бойових дій і є новою моделлю для остаточної боротьби часу та простору. У центрі його – боротьба за контроль над інформаційним полем бою, для того, щоб впливати або ухвалити рішення щодо перемоги або поразки [11].

При цьому варто зазначити, що різниця в перекладі слова «warfare», що може бути розтлумачене і як війна, і як боротьба, спричинила одночасне вживання понять «інформаційна війна» та «інформаційна боротьба (протипорочство)». Друге поняття більш широко вживається в Росії, де воно означає «суперництво соціальних систем в інформаційно-психологічній сфері з приводу впливу на ті чи інші сфери соціальних відносин і встановлення контролю над джерелами стратегічних ресурсів, в результаті чого одні учасники протипорочства отримують переваги, необхідні їм для подальшого розвитку, а інші їх втрачають» [8]. Тому вбачається доречним тотожне використання обох термінів, в залежності від контексту конкретного офіційного документа або наукової публікації.

Як психологічна війна складається із психологічних операцій, так й інформаційна війна має свій тактичний, так би мовити, рівень – інформаційну операцію. Пояснити зв'язок двох останніх категорій можна наступним чином. Інформаційна операція – це дії, що проводяться з метою ускладнити збір, обробку, передачу інформації інформаційними системами противника при захисті власної інформації та інформаційної мережі. Стратегічний рівень – інформаційна війна – передбачає комплексний вплив на систему державного і військового управління протиборчої сторони, на її військово-політичне керівництво. Вже в мирний час він повинен призводити до прийняття сприятливих для сторони-ініціатора інформаційного впливу рішень, а в ході конфлікту повністю паралізувати функціонування інфраструктури управління противника [10].

Інформаційні операції на державному рівні також можуть вирішувати завдання захисту національних інтересів, попередження міжнародних конфліктів, недопущення провокаційних і терористичних акцій, а також забезпечення безпеки національних інформаційних ресурсів. На військовому рівні інформаційні операції являють собою комплекс заходів, які проводяться у масштабах збройних сил, їх видів і є складовою воєнної кампанії. Вони скеровувалися на досягнення інформаційної переваги над противником (у першу чергу – в управлінні військами) та на захист своїх систем управління [25].

Варто зауважити, що в літературі зустрічається переплетення двох понять інформаційної та психологічної війн, що спричинене, на нашу думку, взаємопохідними поставлених перед цими заходами завдань і взаємозалежністю дій, які передбачають їх виконання. Під час ведення інформаційно-психологічної війни вплив, який здійснюється на людей, може проводитись у двох взаємодоповнювальних площинах. Перша із них – це інформаційне середовище, в якому протиборство протікає у засобах масової інформації, та в середовищі технічних (інформаційних) засобів збройної боротьби (системах контролю та управління, радіоелектронних засобах, комп'ютерних мережах тощо). Другою площиною є свідомість людей та загальної аудиторії, на яку здійснюється вплив. Ця площина ґрунтується на використанні психологічного тиску, який полягає у воєнних акціях демонстративного або відволікаючого характеру, системі торгових і фінансових санкцій, застосуванні психотропної зброї, нейролінгвістичного програмування тощо.

Наприклад, Пентагон до елементів інформаційно-психологічної війни зараховує: добування розвідувальної інформації, дезінформування, психологічні операції, фізичне руйнування інформаційних ресурсів противника (у тому числі з використанням електромагнітного впливу), напади (фізичні, електронні) на його інформаційну структуру, зараження комп'ютерними вірусами його обчислювальних мереж, проникнення до інформаційних мереж тощо, а також відповідні заходи протидії, захисту власних інформаційних ресурсів [7]. А отже, інформаційно-психологічну війну можна віднести до ресурсного економного способу відстоювання особистих інтересів шляхом насильницького викривлення інформаційного простору з метою перерозподілу ролей, місця і функцій суб'єктів інформаційного простору задля досягнення переваг у політичній, соціальній, економічній, культурній, релігійній та інших сферах.

Таким чином, основними об'єктами ураження у нових війнах будуть інформаційна інфраструктура і психіка противника, відповідно до чого навіть з'явився термін «human network» [10]. Зважаючи на викладене, можна зробити наступні висновки: по-перше, відкидаючи ідеологічне забарвлення, терміни «пропаганда», «агітація», «психологічна війна», «інформаційна війна», «інформаційно-психологічна війна» в загальному їх розумінні мають практично однакову понятійну основу; по-друге, при вживанні усіх цих термінів розуміють вплив за допомогою вербальної чи невербальної інформації на людину чи групу осіб; по-третє, вживання вищезазначених термінів у військовій сфері має чітку ієрархічну структуру. Пропаганда та агітація є інструментами психологічної операції. Остання використовується на тактичному рівні психологічної війни і є складовою інформаційної операції. А оскільки в психологічній операції використовується інформація, то вона є актом інформаційної війни.

Запропонований аналітичний матеріал робить спробу створити підґрунтя для розуміння основних визначень, які вживаються дослідниками у процесі вивчення питання пропагандистського впливу як одного із видів забезпечення бойових дій. Результати дослідження стануть у нагоді при формуванні теоретичних засад інформаційно-психологічного протиборства та укладання тлумачних словників військової термінології.

Список використаних джерел

1. Почепцов Г. Інформаційна політика URL: <http://westudents.com.ua/glavy/52146-81-ponyattya-nformatsynovyni.html>. (дата звернення 01.04.2017).
2. Пропаганда URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення 01.04.2017).
3. Агітація URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення 01.04.2017).
4. Советская Военная Энциклопедия: В 8 т. [Председатель гл. ред. комиссии А. Гречко. М.: Воениздат, 1976. Т. 1. 640 с.
5. Ягупов В. Морально-психологічне забезпечення: Підручник URL: <http://medbib.in.ua/psihologichni-viyni-operatsiji-yak-skladovi36879.html>. (дата звернення 01.04.2017).
6. Волкогон Д. Психологическая война: Подрывные

действия империализма в области общественного сознания. М.: Воениздат, 1983. 288 с. 7. Лисенко В. Застосування інформаційно-психологічних прийомів задля відстоювання інтересів держави. URL: <http://personal.in.ua/article.php?id=301>. 8. Інформаційна війна. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення 01.04.2017). 9. Гриняев С. Концепция ведения информационной войны в некоторых странах мира // Зарубежное военное обозрение. 2002. № 2. С. 11–15. 10. Інформаційні війни: види, цілі, методи. URL: <http://uareferat.com/> (дата звернення 01.04.2017). 11. Інформаційно-психологічні війни і їх вплив на масову свідомість. URL: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=598892#1> (дата звернення 01.04.2017). 12. Почепцов Г. Информационные войны. М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. 576 с. 13. Энциклопедический словарь: В 2 т. [Гл. ред. Б. Введенский]. М.: Государственное научное издательство «Советская энциклопедия», 1963. Т. 1. 656 с. 14. Советский энциклопедический словарь [Гл. ред. А. Прохоров]. 4-е изд. М.: Советская энциклопедия, 1988. 1600 с. 15. Большая Советская Энциклопедия: В 30 т. [Гл. ред. А. Прохоров]. изд. 3-е. М.: Советская энциклопедия, 1969. Т. 1. 608 с. 16. Словник української мови. К.: Наукова думка, 1977. Т. 8. 928 с. 17. Украинский Советский Энциклопедический Словарь: В 3-х томах [Отв. ред. А. Кудрицкий]. К.: Глав. ред. УСЭ, 1988. Т. 2. 768 с. 18. Сучасний тлумачний словник української мови: 60 000 слів [За заг. ред. В. Дубічинського]. Х.: «Школа», 2008. 832 с. 19. Павлов Д. Політична пропаганда: до визначення поняття // Гілея: науковий вісник. Київ, 2013. Вип.79. С. 328–331. 20. Ніконов С. Психологічні операції. Темні психологічної боротьби: Інформаційно-методичний посібник. Львів: ВІ при НУ «ЛП», 2001. 76 с. 21. Илларионов А. Основы спецпропаганды. URL: <http://aillarionov.livejournal.com/408515.html>. 22. Владимир Яковлев, вас там не стояло! URL: <http://zampolit-ru.livejournal.com/5042381.html> (дата звернення 01.04.2017). 23. Крысько В. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) [Под общ. Ред. А. Тараса]. Мн.: Харвест, 1999. 448 с. 24. Куцька О. Інформаційно-психологічне протидія в період конфлікту НАТО – Югославія 1999 року [рукопис дис. на здобуття наукового ступеня к.і.н. за спеціальністю 20.02.22 – військова історія]. Львів: НУ «ЛП», 2004. 215 с. 25. Інформаційно-психологічні війни URL: <http://osvita.ua/vnz/reports/psychology/28792/> (дата звернення 01.04.2017).

References

1. Pocheptsov H. Informatsiyna polityka [information politics] URL: <http://westudents.com.ua/glavy/52146-81-ponyattya-nformatsyno-vyni.html>. 2. Propahanda [Propaganda], Material z Vikipediyi – vil'noyi entsyklopediyi URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0>. 3. Ahitatsiya [Agitation], Material z Vikipediyi – vil'noyi entsyklopediyi URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B3%D1%96%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F>. 4. Sovetskaja Voennaja Jenciklopedija [Soviet Military Encyclopedia], Moskva, Voenizdat, 1976, T. 1. 640 p. 5. Jagupov V. Moral'no-psihologichne zabezpechennja: Pidručnik [Moral-psychological support]. URL: <http://medbib.in.ua/psihologichni-viyni-operatsiji-yak-skladovi36879.html>. 6. Volkogonov D. Psihologicheskaja vojna: Podryvnye dejstvija imperializma v oblasti obshhestvennogo soznanija [psychological warfare: Subversive actions of imperialism in the field of public consciousness], Moskva, Voenizdat, 1983. 288 p. 7. Lysenko V. Zastosuvannya informatsiyno-psykholohichnykh pryjomiv zadlya vidstoyuvannya interesiv derzhavy [Information-psychological methods utilization to stand up for country's interests], Sayt zhurnal «Personal». URL: <http://personal.in.ua/article.php?id=301>. 8. Informatsiyna viyna [Information warfare], Material z Vikipediyi – vil'noyi entsyklopediyi. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0_%D0%B2%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0_%D0%B2%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0_%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%B8_%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8. 11. Informatsiyno-psykholohichni viyny i yikh vplyv na masovu svidomist' [information-psychological warfare and its influence on mass concious]. URL: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=598892#1>. 12. Pocheptov G. G. Informacionnye vojny [Information warfare], Moskva, «Refl-buk», Kyjiv, «Vakler», 2001. 576 p. 13. Jenciklopedicheskij slovar' [Encyclopedic Dictionary], Moskva, Gosudrastvennoe nauchnoe izdatel'stvo «Sovetskaja jenciklopedija», 1963. T.1. 565 p. 14. Sovetskij jenciklopedicheskij slovar' [Soviet Encyclopedian dictionary] Moskva, Sovetskaja jenciklopedija, 1988. 1600 p. 15. Bol'shaja Sovetskaja Jenciklopedija [Great Soviet Encyclopedia], Moskva, Sovetskaja jenciklopedija, 1969. T. 1. 608 p. 16. Slovnyk ukrajins'koyi movy [Ukrainian language dictionary], Kyjiv, «Naukova dumka», 1977. T. 8. 928 p. 17. Ukrainskij Sovetskij Jenciklopedicheskij Slovar' [Ukrainian Soviet Encyclopedia Glossary], Kyjiv, Glav. Red. USJe, 1988. T.2. 768 p. (In Russ.). 18. Suchasnyy tлумachnyy slovnyk ukrajins'koyi movy: 60 000 sliv [The Ukrainian language Modern explanatory dictionary: 60 000 words], Kharkiv, «Shkola», 2008. 832 p. 19. Pavlov D. Politychna propahanda: do vyznachennja ponyattja [Political propaganda: term definition], Zbirnyk naukovykh prats' «Gileya: naukovyy visnyk», Kyjiv, 2013, vol. 79. pp. 328–331. (in Ukr.). 20. Nikonov S. Psykholohichni operatsiyi. Teminy psykholohichnoi borot'by: Informatsiyno-metodychnyy posibnyk [Psychological operation. Terms of psychological warfare: Information-methodological aide me moiré], L'viv: VI pry NU «LP», 2001. 76 p. (in Ukr.). 21. Illarionov A. Osnovy specpropagandy [Bedrock of special propaganda]. URL: <http://aillarionov.livejournal.com/408515.html>. (In Russ.). 22. Vladimir Jakovlev, вас там не стояло! [Vladimir

Yakovlev, You didn't stand there!]. URL: <http://zampolit-ru.livejournal.com/5042381.html>. (In Russ.). 23. Kryś'ko V. Sekrety psihologicheskoy vojny: celi, zadachi, metody, formy, opyt [Secrets of psychological warfare: goals, tasks, methods, forms, experience], Minsk, «Harvest», 1999. 448 p. (In Russ.). 24. Kutska O. Informatsiyno-psykholohichne protyborstvo v period konflikту NATO – Yuhoslaviya 1999 roku [Information-psychological confrontation during NATO-Yuhoslaviia conflict in 1999], Rukopys dys. na zdobuttya naukovoho stupenya k.i.n. za spetsial'nistyu 20.02.22 – viys'kova istoriya], L'viv: NU «LP», 2004. pp. 215. 25. Informatsiyno-psykholohichni viyny [Information-psychological warfare]. URL: <http://osvita.ua/vnz/reports/psychology/28792/>.

Олеся Куцкая

**АГИТАЦИЯ, ПРОПАГАНДА, ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ВОЙНА:
ИСТОРИЯ ПОЯВЛЕНИЯ ТЕРМИНОВ, ИХ ЗНАЧЕНИЕ И ВЗАИМОСВЯЗЬ**

Анализируется происхождение основных терминов и этапы разработки теоретических основ информационно-психологического воздействия. Определяется понятийная окраска каждой из указанных дефиниций в разные исторические периоды, причем внимание обращается на переориентацию их из вспомогательного фактора воздействия на массовое сознание в один из ключевых. Делается попытка определить признаки, характеризующие термины «агитация», «пропаганда», «информационно-психологическая война» с целью осмысления возможности их определенной взаимозаменяемости или отождествления. Определяются уровни применения информационно-психологического воздействия в военной деятельности и конкретизируется понятийный аппарат в этой сфере. Сделан вывод, что терминология, характеризующая влияние на сознание людей, менялась в исторической перспективе, причем ее характеристики наращивались в соответствии с политическими, военными и экономическими требованиями.

Ключевые слова: агитация, пропаганда, психологическая война, информационная война, информационно-психологическая война.

Olesia Kutska

**AGITATION, PROPAGANDA, INFORMATION-PSYCHOLOGICAL WARFARE: HISTORY
OF TERMS APPEARANCE, THEIR MEANING AND INTERCONNECTION**

Main topics and milestones of development psychological warfare theoretical background are under analysis. It has been determined that the term «propaganda» is supposed to be the oldest one among the above stated terms (first usage dates back to the XVII century). At the beginning of the XX century such terms as «agitation» came into usage, in approximately 20 years – «psychological warfare» and «information warfare», at the end of «Cold War» period – a term «information-psychological warfare» was formed.

Thus, terminology that describes influence on people's conscious underwent changes in historical perspective, moreover, its meaning had been accumulated according to political, military and economical demands. In the military field somewhat transfer of the information-psychological influence from side means of «correction» mass conscious into one of the core one attracts its attention.

Today, determination of the above mentioned terms is of great issue. Some researches point at their ideological meaning, another – at psychological, the other one – at communicative. With utilization of these terms, one can understand influence of verbal and non-verbal information on a person or group of people. Further connection is seen in the military field: propaganda and agitation are the means of psychological operation. The least is used on the tactical level of psychological warfare and is a part of information warfare. And as information is utilized in the psychological warfare it is then a part of information warfare.

Proposed analysis in the article gives the opportunity to conclude that putting aside ideological meaning; such terms as agitation, propaganda, information warfare, psychological warfare, information-psychological warfare in their general sense possess almost the same meaning.

Key words: agitation, propaganda, information warfare, psychological warfare, information-psychological warfare.