

суб'єктивними факторами професійної приналежності, освіченості тощо. Відбудеться й внутрішня сегментація інформаційного простору Інтернету за критеріями якості, вичерпності й повноти інформації. На думку М. Кастельса, за сукупністю об'єктивних та суб'єктивних факторів користувачів мультимедіа можна буде умовно поділити на дві різні популяції – «взаємодіючої» й такої, «що включена у взаємодію». Дихотомія цих двох популяцій ґрунтуватиметься на спроможності «взаємодіючих» «обирати свої мультиспрямовані цілі та неспроможності «включених у взаємодію» робити такий вибір, обмежуючись лише певною кількістю «спакованих» варіантів вибору.

Висновки

Особистісна самореалізація в Інтернет-комунікаціях відбувається з домінуванням дискурсів реклами, педагогіки, політики та гри. В межах цих дискурсів спостерігаються дві основні інтенції особистої самореалізації в Мережі: готовність мислити й готовність споживати. Щодо першого типу дискурсу, то він переважно представлений освітніми намірами людини. Більше того, до інтелектуального сегменту інформаційного простору Інтернету ми відносимо наукову й навчальну комунікації у найширшому значенні цих видів комунікації: комунікацію між фахівцями щодо спеціальних тем; самоосвіту та дистанційне навчання в Мережі тощо. Розважальному сегменту інформаційного простору Інтернету найповніше відповідають ігровий та рекламний дискурси в описаному нами розмаїтті. Політичний дискурс може належати як до розважального (політичні

скандали, «жовта» преса), так і до інтелектуального (політична аналітика) сегментів інформаційного простору Інтернету.

Список літератури

1. Декларация принципов. Построение информационного общества – глобальная задача в новом тысячелетии. – Женева, 2003 г. – Режим доступу: <http://www.itu.int/dms-pub/itu-s/md/03/wsis/doc/s03-wsis-doc-04!!msw-r/doc/>.
2. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс; [пер. с англ. А. Матвеева; общ. ред. В. Харитоновой]. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. – 328 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
4. Каталог сайтов Рунета. «Творческие и общественные объединения». – Режим доступу: <http://www.wolst.ru/cat/c/3740/p/2>.
5. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Маклюэн; [пер. с англ. В. Г. Николаева]. – М.: Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.
6. Мокичев Д. С. В ожидании виртуального мессии // Постчеловек. От неандертальца до киборга. – М.: Алгоритм, 2008. – С. 78-104.
7. Оноприенко В. И., Оноприенко М. В. Неприсвоенные знания в современном мире // Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія: зб. наук. праць. – К.: Вид-во Національного авіаційного університету «НАУ-друк», 2008. – № 1 (7). – С. 44-48.
8. Тоффлер Е. Третья хвиля / Э. Тоффлер; [пер. с англ. В. Шовкун (ред. пер.)]. – К.: Видавничий дім «Всесвіт», 2000. – 475 с.
9. Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня / Й. Хейзинга; [пер. с нидерл.]. – М.: Прогресс, 1992. – 464 с.
10. Черняков А. Интернет-дискурс в современных культурно-информационных коммуникациях: методологические проблемы: Автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.13 / – Белгород – 2009. – 21 с.

С.Н.Ищук

ДИСКУРСЫ ЛИЧНОСТНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ В СЕТИ

Рассмотрены основные интенции личностной самореализации в Интернете. Путем сегментации коммуникативного пространства Интернета обосновывается доминирование дискурсов рекламы, педагогика, политики и игры. В рамках этих дискурсов наблюдаются две основные интенции личностной самореализации в Сети: готовность мыслить и потреблять.

Ключевые слова: информационное пространство Интернета, знания, Интернет-коммуникации, дискурсы, личностная самореализация.

S. Ishchuk

DISCOURSES OF PERSONALITY'S SELF-REALIZATION IN THE INTERNET

The article deals with the basic intentions of personality's self-realization in the Internet. By means of segmentation of the Internet communication space the domination of the discourses of advertising, pedagogy, politics and game playing is grounded. Within the frames of these discourses the two basic intentions of personality's self-realization in the Internet are observed: the readiness to think and to consume.

Keywords: information space of the Internet, knowledge, Internet communications, discourse, personal self-realization.

УДК 1.101.014

Т.А. Пода

ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА ЯК СТРАТЕГІЯ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ СВІДОМОСТІ (СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ)

Гуманітарний інститут Національного авіаційного університету

Анотація. У статті здійснюється аналіз сутності інформаційних війн і їхній вплив на політичну свідомість, а також відбиття цього впливу на суспільному бутті, виявляється залежність суспільного буття та суспільної свідомості від таких впливів.

Ключові слова: суспільство, політична свідомість, інформаційна війна, інформаційне суспільство, стратегія

Вступ

Сучасне суспільство вступило в нову еру, коли докорінно змінюються уявлення людей про світ. Змі-

на світоглядної парадигми пов'язана зі стрімким розвитком інформаційних технологій, інтеграцією та глобалізацією світової економіки. Національні дер-

жави все більшою мірою стають частиною світових глобальних структур: політичних, економічних, інформаційних тощо.

Поряд із цим спостерігається тенденція до зростання участі соціальних спільнот у сфері масової комунікації. Цьому сприяє тенденція глобалізації інформаційних потоків. Той факт, що конфлікти переміщуються з традиційного фізичного простору в кіберпростір, говорить про актуальність досліджень, присвячених аналізу інформаційних війн. Посилення інформаційно-психологічного впливу на людей є результатом переходу від відкритих військових конфліктів до прихованих інформаційних.

У сучасному соціумі, який часто називають пост-індустріальним, або інформаційним суспільством, спостерігається зростання комунікативних процесів, удосконалення існуючих та створення нових форм комунікації, посилення інформаційно-пропагандистського забезпечення політичних процесів, широко застосовуються різні форми маніпуляцій політичною свідомістю громадян.

Інформаційна революція перетворює світовий соціум на «глобальне село». Завдяки сучасним інформаційним технологіям віртуальний простір, що створюється ЗМІ, часто стає більш правдоподібним та привабливим в очах масової аудиторії ніж, справжня реальність.

Поняття «інформаційна війна» стало актуальним у наш час. Розвиток інформаційних технологій сприяє тому, що методи інформаційного впливу стають більш чіткими. Якщо раніше пропаганда була направлена на захоплення та маніпулювання всією свідомістю людини, то сьогодні відбувається маніпулювання тільки однією зі сторін особистості, тоді як людина загалом залишається абсолютно нормальною і тверезо оцінює навколишню реальність.

Постановка завдання

В умовах інформаційного суспільства виникла нова форма геополітичного протистояння – інформаційна війна, яка здійснюється з використанням ЗМІ та телекомунікаційних мереж, пронизує весь світовий інформаційний простір і здійснює вплив на свідомість значних мас населення, трансформуючи її в потрібному власникам ЗМІ напрямку.

Метою даної статті є аналіз сутності інформаційних війн і їх вплив на політичну свідомість в умовах інформаційного суспільства.

Аналіз досліджень

Вплив інформаційних війн на суспільне буття та суспільну свідомість досліджували Р. Чалдіні, С. Г. Кара-Мурза, В. П. Шейнов, І. Н. Панарін, В.Г.Крисько, Г. Г. Почепцов, А. С. Алексеев, Ю. М. Горський, С. М. Бухарін, В. О. Лекторский та ін. Дослідження показують, що інформаційні війни надають нового виміру сучасним соціальним процесам. Вони змінюють «правила гри» для військових, політиків, бізнесменів та мають суттєве значення для забезпечення соціальної, економічної, геополітичної та культурної безпеки суспільства.

Основна частина

Відомий французький соціолог і антрополог Ж. Баландьє переконаний, що сучасним світом правлять три сили – інформація, техніка і комунікація.

«Людина кінця ХХ століття ніби знаходиться в невидимому кокони, який створений мережами, що йому надають, при цьому стирається межа риси і шуми світу... Комунікаційне панування прогресує, воно знаходиться на шляху перетворення на першу насправді універсальну імперську реалізацію. Буденне та наукове знання, схоже, погоджується з тим фактом, що сьогодні панує комунікація» [1, с. 440].

Перші прояви інформаційних війн, пов'язані з маніпулюванням свідомістю, почали виникати століття тому, але широкого розповсюдження вони набули в другій половині ХХ століття. Це зумовлено: по-перше, неможливістю проведення глобальних військових конфліктів, які здатні знищити світ; по-друге, зміною сутності інформації, яка перетворилася на головний інструмент впливу постіндустріального суспільства та найновішу зброю. У зв'язку з інформаційно-комунікаційною революцією у сучасних суспільствах змінилося розуміння ролі і значення інформації для вирішення завдань забезпечення цілісності держави.

Що ж таке інформаційна зброя? В літературі можна знайти декілька визначень цього виду зброї, проте всі вони сходяться в одному: інформаційна зброя – це прихований інформаційний вплив на окремого індивіда чи суспільство з метою зміни його психофізичного стану в потрібному напрямку. Оскільки застосування цієї зброї має цілеспрямований, масовий і прихований характер, з метою маніпуляції свідомістю як окремих людей так і суспільною свідомістю, то спеціалісти вважають такі війни більш небезпечними, ніж звичайні.

Способи впливу на психіку людини з використанням інформаційної зброї поділяються на сенсорний і субсенсорний, маніпуляційний, інфікований, інформаційно-керуючий. Якщо перші чотири способи пропонують вплив безпосередньо на людину як особистість, що має свідомість, і в своїй основі мають локальний характер, то інформаційно-управляючі способи передбачають інформаційні впливи на організовані або неорганізовані маси людей з метою викликати особливу конфліктну поведінку в гострих (політичних, військових, надзвичайних) ситуаціях, а саме: ініціацію паніки, примус до здачі в полон, мобілізацію мітингуючих до активних дій. Результати таких впливів набувають глобального характеру, а їх наслідки для суспільства є катастрофічними.

Сам термін «маніпуляція» чи «маніпулювання» походить від латинського слова «manipulare». Його первинний зміст має позитивне значення «управляти», «управляти зі знанням справи», «надавати допомогу» тощо. Згідно з «Коротким оксфордським політичним словником», маніпулювання – використання певної ситуації на свою користь. [2, 382] Обговорюючи генезис маніпулювання свідомістю і поведінкою людей, вчені часто не збігаються в поглядах. Так, німецький соціолог Г.Франке розглядає маніпулювання як свого роду психічний вплив, який проводиться таємно. Філософ Г. Шишков пише, що феномен управління масами (термін, ідентичний за змістом із «маніпулюванням») є «суспільним і державним культивуванням ситуацій за допомогою ці-

леспрямованого впливу, щоб головним чином формувати суспільну структуру» [3].

Зосередимо увагу на комунікативних або символічних формах маніпуляції (наприклад, маніпуляції електоратом зі сторони політиків, або аудиторією зі сторони ЗМІ). Під маніпуляціями розуміється комунікаційна та інтеракційна практика, в межах якої маніпулятор здійснює контроль над людьми проти їх волі чи інтересів. Маніпуляція не просто містить елемент влади, вона зловживає владою. Тобто комунікативна маніпуляція – це використання нелегітимного впливу за допомогою механізмів дискурсу: той, хто маніпулює, змушує інших робити те, що відповідає інтересам того, хто маніпулює та суперечить інтересам тих людей, яким маніпулюють.

У більш широкому семіотичному розумінні маніпуляції її нелегітимний вплив може реалізовуватись через картини, фотографії, фільми та інші медіа. Очевидним є факт, що сучасні форми комунікативної маніпуляції мають мультимодальний характер. Якщо абстрагуватися від негативних конотацій, то маніпуляції можна розглядати як легітимне переконання. Різниця полягає в сприйнятті інформації реципієнтом. Різниця між негативною маніпуляцією і легітимним переконанням є незначною і може залежати від контексту: те, що є маніпуляцією для однієї людини, може не діяти на іншу. Одні й ті самі реципієнти можуть по-різному піддаватися маніпулятивним практикам залежно від ситуації, обставин і психічного стану.

Отже, маніпуляцію можна розглядати як: соціальний феномен, оскільки вона містить такі елементи як інтеракція і зловживання владою між соціальними групами та індивідами; як когнітивний феномен, оскільки маніпуляція – це завжди маніпуляція свідомістю; дискурсивно-семіотичний – оскільки маніпуляції завжди реалізують через текст, мову і візуальні образи.

Маніпуляція – це одна з дискурсивних соціальних практик домінуючих груп, направлених на поширення їх влади в суспільстві. В сучасному суспільстві доступ та контроль над ЗМІ та іншими соціальними ресурсами мають представники «символічних еліт» – політики, журналісти, вчені, письменники і т.д. Окрім маніпуляцій поширення влади може здійснюватися за допомогою інших механізмів: переконання, інформування, навчання та інших практик, що впливають на знання, переконання, а отже, і на дії реципієнтів. Отже, маніпуляція – дискурсивна форма відтворення влади еліт; це також одна з форм соціальної інтеракції. Маніпуляція – це, перш за все, маніпуляція свідомістю людей – переконаннями, думками, нормами, цінностями, ідеологіями що контролюють їх поведінку. Це контроль загальноприйнятих групових соціальних репрезентацій, оскільки саме від них залежить що роблять та говорять люди в різних життєвих ситуаціях протягом життя. Отже, маніпуляції переважно спрямовані на соціальне пізнання, на соціальні групи з їх загальноприйнятими знаннями.

Підсумовуючи, можна сказати, що загальна стратегія комунікативної маніпуляції полягає в зосередженні на тих когнітивних і соціальних рисах реципієнтів, які роблять їх більш сприйнятливими і

менш стійкими до маніпуляцій, в результаті чого останні перетворюються на жертв маніпуляцій, сприймаючи ті переконання і роблячи ті вчинки, які вони б в іншій ситуації не чинили.

Інформаційна війна – широке поняття, яке містить багато аспектів. Це і діяльність благодійних міжнародних фондів, соціальних груп, використання нейролінгвістичного програмування тощо. Однією з основних ознак інформаційної атаки є різкий дисбаланс позитивних та негативних повідомлень у доборі матеріалів, відсутність коректного обговорення різних точок зору, коли в ЗМІ витісняється раціональна складова і обговорення йде на рівні емоцій та особистих звинувачень. Така ситуація сприяє формуванню в масовій свідомості міфів, похідних від інтересів впливових соціальних груп. У сучасному інформаційному просторі у значній кількості народжуються соціальні, політичні, художні, релігійні міфи, та, незважаючи на свій ілюзорний характер, здійснюють досить реальний вплив на соціальне життя. В підсумку, сучасний міф перетворився на засіб соціальної мобілізації та маніпуляції суспільною свідомістю. Істина, яку для себе визначає людина, відкривається у формі міфу, тому що у ньому концентрується певне світорозуміння, аутентичне даній культурі, і при цьому не вимагає будь-яких аргументів. Міф, який виступає як колосальне джерело масової енергії, здатний мобілізувати навіть групи людей до певних дій. Інформація, яка оформлена в оболонку міфу, набуває чуттєво-виразну конкретність, легко запам'ятовується, естетизуючи життєвий світ сучасної людини, кидає її, в кращому випадку, в обійми ілюзій, а в гіршому, – робить її об'єктом різних маніпуляцій, в тому числі політичних. Масовокомунікаційний міф є найвагомішим ефектом масового спілкування, який відображає його сутність, сенс, цілі й мотивацію професійних комунікантів, пов'язану з необхідністю чинити вплив на людину та маси.

Першопочатковий вплив засобів масової інформації спрямовано на сферу почуттів, які у людини є рухомими, податливими, і якщо їх вдається контролювати, то і мислення стає підвладним. Чуттєвий рівень відображення швидше реагує на зовнішні впливи, а тому його легше й експлуатувати. А результат поглиблення впливу ЗМІ на людину – погіршення її розумової діяльності, що призводить до послаблення раціонально-критичної оцінки того, що відбувається. Це значно полегшує процес занурення соціальних міфів у свідомість суспільства.

Але не потрібно забувати і про те, що інформаційна війна спрямована на міфологізацію та примітивізацію свідомості, має й протилежний бік. Масовізація суспільства, спроби керувати масовою свідомістю перетворює суспільство на некеровану масу, яка поглинає своїх керівників, що є результатом будь-якої маніпуляції як форми насилля над людською свідомістю. Ефект «бумерангу» стає все більш актуальним для сучасного суспільства.

Говорячи про інформаційні війни, не можна оминути увагою формування Української державності і тих втрат, яких вона зазнає від цих війн, не роблячи при цьому жодних зусиль для протистояння. Як відомо, ефективність державного управління все час-

тіше стає залежною від інформаційного забезпечення. Без інформації важко уявити політичне управління, розвиток політичної свідомості суспільства, взаємодію суб'єктів об'єкта політики. В процесі інформаційно-комунікативної дії в свідомості суб'єкта формується образ державної влади, її політичних інститутів та лідерів. Якщо система інформаційних зв'язків між державою, громадянським суспільством та особистістю добре розвинута, тоді керівні функції держави реалізуються з найбільшим потенціалом.

Щодо українського суспільства, то незаперечним є той факт, що вже протягом більше, ніж 20-ти років, воно хоча і є номінально незалежним, проте залишається внутрішньо розкладеним і деморалізованим. Немає єдиного політичного порозуміння, спільності, єдиної спільної мети для розбудови держави. За умов існування значної кількості зовнішніх небезпек для незалежності держави, основною все ще залишається внутрішня розрізненість та непорозуміння між різними політичними спільнотами. У ст. 17 Конституції України наголошено, що забезпечення інформаційної безпеки – одна з найважливіших функцій держави, справа всього народу [4; С. 153]

За справедливими словами В. Полохала «українське суспільство вийшло із сімдесятирічного періоду перебування в СРСР без передумов для цивілізованого демократичного розвитку – без ознак громадянського суспільства, без демократично налаштованої національної еліти, без повноцінної національної культури та усвідомлення себе як нації» [5]. Тому й не дивно, що на сьогодні ми маємо такі проблеми в побудові здорового суспільства, спрямованого на саморозвиток і вдосконалення. Та маємо вкотре наголосити, що причини таких наслідків полягають не тільки в спадку тоталітарного режиму. Важливо розуміти, окрім того, роль інструментів інформаційно-психологічного впливу в деструктивних процесах, підміну культурних традицій, смислів, символічних, ціннісних орієнтирів в сфері суспільної свідомості. [6, с. 73] Отже державна політика забезпечення інформаційної безпеки є важливою складовою політики національної безпеки. В її основі повинна бути системна превентивна діяльність органів державного управління щодо надання гарантій інформаційної безпеки особі, соціальним групам, суспільству та державі загалом.

Держава повинна захистити інформаційний простір України, створити належні законодавчі й економічні умови для створення й виробництва націона-

льного інформаційного продукту. Цей продукт повинен бути високоякісним і конкурентоспроможним, базуватися на національних цінностях, містити в собі модель традиційної української культури і моралі, які б генерували в українському народі почуття гідності, історичної відповідальності, здатності до розбудови своєї держави на демократичних засадах і побудови громадянського суспільства в Україні. Саме вкорінення таких преференційних моделей у масову свідомість української аудиторії національними засобами масової комунікації становить одну з найсуттєвіших гарантій інформаційної безпеки нашого суспільства.

Висновки

Отже, можемо зробити висновок, що сучасна війна – це якісно нове явище, пов'язане із системним використанням інформації з метою маніпуляції політичною свідомістю. Інформаційна війна є процесом соціального контролю, метою якого є знищення опонента, використовуючи інформацію. Інформаційні війни третього тисячоліття ведуть усі розвинені країни світу, які є самодостатніми суб'єктами світової політики. І, незважаючи на значну кількість досліджень, що стосуються ведення інформаційних війн і маніпуляцій масовою свідомістю, наслідки таких маніпуляцій часто призводять до деморалізації суспільства, та масових війн на етнічній, релігійній, расовій чи мовній основах, що є неприпустимим і не виправдовує жодну мету.

Список літератури

1. Желтов В. В. Теория власти / В. В. Желтов. – М. : Флинта : МПСИ, 2008. – 584 с.
2. Короткий оксфордський політичний словник / пер. з англ.; За заг. ред. І. Макліна, А. Макмілана, – К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2006, – 789с.
3. Основні поняття та сутність маніпулятивного впливу. Походження й еволюція феномену «маніпуляція» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://psychlib.com.ua/osnovni-ponyattya-ta-sutnist-manipulyativnogo-vplyvu-pohodzhennya-y-evolyuciya-fenomenu-manipulyaciyaquot.htm>
4. Данільян О. Г., Дзьобань О.П., Панов М. І. Національна безпека України: структура та напрямки реалізації: Навчальний посібник. – Харків: Фоліо, 2002. – 285с.
5. Полохало В. И. Негражданское общество как социополитический феномен Украины / В. И. Полохало // Политические исследования. – 1999. – № 6. – С. 25-33.
6. Смольц С. П. Інформаційна війна як чинник формування суспільного буття / С. П. Смольц // Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка. – 2011. – Випуск 3. – С. 70-74.

Т.А. Пода

ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА КАК СТРАТЕГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ (СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ)

В статье осуществляется анализ сущности информационных войн и их влияние на политическое сознание, а также отражение этого влияния на общественном бытии, показывается зависимость общественного бытия и общественного сознания от таких воздействий.

Ключевые слова: общество, политическое сознание, информационная война, информационное общество, стратегия

T. Poda

INFORMATION WAR AS THE STRATEGY OF FORMATION OF POLITICAL CONSCIOUSNESS (SOCIAL AND PHILOSOPHICAL ANALYSIS)

The article analyzes the nature of information wars and its impact on political consciousness and reflection of this impact on social life, shows the dependence of social being and social consciousness from such influences.

Keywords: society, political awareness, information war, information society, strategy