

5. Винер Н. Кибернетика и общество // Под общей редакцией Э. Я. Кульмана. – М.: Иностранная Литература, 1958.
6. Arquilla J., Ronfeldt D. The Emergence of Noopolitik: Toward an American Information Strategy. – Santa Monica, Calif.: RAND, 1999.
7. Wallerstein I. Unthinking Social Science. The Limits of Nineteenth-Century Paradigms. – Cambridge: Polity Press, 1991.
8. Сравнительное изучение цивилизаций: Хрестоматия // Сост. Ерасов Б. С. – М: Аспект-Пресс, 1999.
9. Краузе М. Измерительные информационные системы. – М.: Мир, 1975.
10. Adams U. University Press. – 2003.
11. Стариш А. Г. Философия информации. – Симферополь: Таврия, 2004.
12. Робертсон Д. С. Информационная революция и технология. Реферативный сб. // ИНИОН РАН. – М. 1993, С.17-26.
13. Шейдлин А. Е. Новая энергия. – М: Наука, 2004.
14. Масуда И. Информационное общество как постиндустриальное общество. – М., 1993.
15. Bacon F. The works-vol. – N.-Y., 1968.
16. Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // Новая технократическая волна на Западе. – М.: ЭРИС, 2002.
17. Белл Д. Социальные рамки информационного общества. – М., 1998.
18. Дайзард У. Наступление информационного века. – М., 2001.
19. Домарев В. В. Інформаційна безпека як складова частина національної безпеки України. – Режим доступа: [//www.domarev.kiev.ua](http://www.domarev.kiev.ua).
20. Гали Б. Повестка дня для мира. Превентивная дипломатия, миротворчество и поддержание мира. – Нью-Йорк, ООН, 1992.
21. Resolution adopted by the General Assembly UN [on the report of the First Committee (A/53/576)] «Development in the field of information and telecommunication in the context of information security». – Distr. General A/RES/53/70, N.-Y., 1999.
22. Nye J. S., Owens W. Jr. America's Informational edge Strategy and force planning. – Режим доступа: <http://www.infowar.com/>.
23. Гумилев Л. Г. Этногенез и биосфера Земли. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2002.

**Шутов Роман Вікторович,**

*аспірант Відкритого міжнародного університету розвитку людини (ВМУРОЛ) «Україна»*

УДК 327.8:15

### **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНІХ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ВПЛИВІВ**

*В статті розглянуто основні теоретичні аспекти зовнішніх інформаційно-психологічних впливів як складової природного процесу обміну інформаційними імпульсами між державою та глобальним інформаційним середовищем, визначено категорію та розглянуто структуру інформаційно-психологічних впливів.*

**Ключові слова:** *інформаційно-психологічний вплив, інформаційно-психологічна операція, суб'єкти впливу, об'єкти впливу, канали, методи, агент зовнішнього інформаційного впливу.*

*В статье рассмотрены основные теоретические аспекты внешних информационно-психологических воздействий как составляющей естественного процесса обмена информационными импульсами между государством и глобальной информационной средой, определена категория и рассмотрена структура информационно-психологических воздействий.*

**Ключевые слова:** *информационно-психологическое воздействие, информационно-психологическая операция, субъект воздействия, объект воздействия, канал, метод, агент внешнего информационного воздействия.*

*This article enlightens the basic theoretic issues of foreign information-psychological influences as a part of normal information impulses exchange between the state and global information environment. The meaning and structure of information-psychological influences are defined.*

**Key words:** *information-psychological influence, information-psychological operation, the actor of influence, the subject of influence, the tool, the method, the agent of foreign information influence.*

Сучасні міжнародні відносини перебувають в стані активної трансформації. Мова йде не тільки про систему взаємовідносин між державами, мінливу систему глобальних стримувань та противаг, а й не в останню чергу про нові методи та механізми взаємодії – як у напрямку співпраці, так і в площині протидії.

Глобальний світ помістив Україну в нове – інформаційне – середовище. Україна усвідомлює себе як суб'єкт інформаційної взаємодії, який має власні інтереси в інформаційному просторі і відчуває на собі інформаційні впливи ззовні. Від інтеграції держави в це середовище, механізмів, які будуть залученні для реалізації державних інтересів в ньому та для протидії викликам та загрозам, від адекватності держави як системи навколишньому середовищу залежить життєздатність України як держави XXI століття. В свою чергу, вироблення механізмів реагування на інформаційні імпульси ззовні повинно спиратись на дослідження інформаційних впливів як об'єктивного явища сьогоденної дійсності.

**Метою** даного дослідження є спроба теоретичного осмислення зовнішніх інформаційних та інформаційно-психологічних впливів, зокрема:

1. на основі аналізу підходів вітчизняних науковців спробувати виробити визначення зовнішніх інформаційних впливів;
2. визначити основні структурні елементи зовнішніх інформаційних впливів, дати їм визначення та характеристики.

Увага українських науковців до проблем інформаційної безпеки України протягом останніх років зумовила те, що сформувалося спільне наукове бачення певних аспектів інформаційної взаємодії, вимальовується консенсус відносно засад стратегії реагування на зовнішні інформаційні впливи. Так, дослідженням цієї проблеми займаються наразі такі науковці, як О. Литвиненко, Г. Почепцов, М. Дмитренко, О. Соснін, П. Прибудько, І. Лук'янець, В. Ліпкан, М. Швець, А. Рось, Я. Жарков, Є. Гуцал, Н. Грицяк, Ю. Рубан, В. Василюк, С. Климчук, О. Андрєєва, Ю. Бондар, В. Цимбалюк та багато інших.

Проте по ряду напрямків залишаються прогалини та невирішені протиріччя, що зокрема стосується самого розуміння інформаційного впливу, його складових. Розглядаючи зовнішні інформаційні впливи в контексті національної безпеки, науковці розглядають їх лише в контексті інформаційної боротьби, що залишає поза увагою значний пласт проблеми. В даному дослідженні буде здійснено спробу розширити межі наукового дослідження інформаційних та інформаційно-психологічних впливів для формування повної картини предмету.

Для визначення категорії інформаційного впливу важливо визначити, що саме ми вважаємо впливом. Це поняття є надзвичайно широким, і воно застосовується практично в усіх галузях науки. С. І. Ожегов визначив «вплив» як «дію, яку здійснює хто-небудь або щонебудь стосовно когось чи щось». Український дослідник проблем безпеки В. А. Ліпкан також широко визначає цю категорію як «дію, що спрямована на систему або інший об'єкт і визначає її перехід із одного стану до іншого та змінює її якість в тому чи іншому напрямі»

[3, с. 570]. В цьому визначенні для нас важливим є те, що вплив – це не просто дія, а така дія, яка призводить до кількісних чи якісних змін об'єкта.

Цю позицію поділяє вітчизняний науковець Я. Жарков. Він визначає інформаційно-психологічний вплив як «такий вплив на індивідуальну або суспільну свідомість інформаційно-психологічними або іншими засобами, що викликає трансформацію психіки, зміну поглядів, думок, відносин, ціннісних орієнтацій, мотивів, стереотипів особистості з метою вплинути на її діяльність і поведінку. Кінцевою його метою є досягнення певної реакції, поведінки (дії або бездіяльності) особистості, яка відповідає цілям психологічного впливу» [2]. Подібне визначення дають і П. Прибутко з І. Лук'янцем: «інформаційно-психологічний вплив – це інформаційний і психологічний вплив на свідомість та психологію людей (особистостей і груп) з метою зміни світоглядних та психологічних структур їхньої свідомості й підсвідомості, трансформації їхніх емоційних станів, стимулювання відповідних типів поведінки» [8, с. 40].

Дуже близькими за значенням є поняття «інформаційна (інформаційно-психологічна) операція», «інформаційний захід», «інформаційна акція». Так, А. Мануйло, А. Петренко та Д. Фролов, підсумовуючи напрацювання американських науковців, наводять такі визначення терміну «психологічна операція»: «У широкому розумінні під ПсО [психологічними операціями] розуміється сплановане використання засобів, форм і методів поширення інформації для здійснення певного впливу на установки та поведінку людини. Такі операції складаються з політичних, військових та ідеологічних заходів, мета яких – зміна біхевіоральних та емоційних установок певних груп людей та окремих осіб з тих чи інших питань у бажаному напрямку... В більш вузькому розумінні ПсО застосовуються збройними силами для деморалізації та дезорієнтації супротивника. В цьому випадку вони розглядаються як специфічна зброя, за допомогою якої підвищується ефективність бойових дій» [6, с. 298].

Даючи ці визначення, науковці розглядали такі випадки, коли інформаційний вплив є усвідомленою дією суб'єкта, яка спрямована на досягнення визначеної мети. Такий підхід може бути достатнім для аналізу інформаційних впливів у контексті бойових дій чи виборчих технологій, проте при застосуванні його в сфері інформаційної безпеки держави ми приходимо до розуміння, що необхідно відмежувати категорію «зовнішній інформаційно-психологічний вплив» та «інформаційно-психологічні операції».

Категорію зовнішнього інформаційного впливу можна розглядати в двох якостях – як акт і як процес. У другому випадку інформаційним впливом можна назвати будь-яке проникнення інформації іноземного походження в інформаційний простір України. Це може бути інформація будь-якого спрямування, у будь-якому вигляді, вона може потрапити внаслідок спонтанної інформаційної дифузії чи цілеспрямовано. З цієї позиції інформаційний вплив – це явище перманентне, повсякденне і звичайне, це нормальний обмін інформаційними імпульсами між Україною та оточуючим її середовищем.

Говорячи про зовнішній інформаційний вплив як про акт, ми надаємо йому ознак, притаманних будь-якій дії:

- усвідомлений або спонтанний характер;
- обмеженість в часі;
- наявність суб'єкта, що цю дію реалізовує;
- наявність інструментарію дії (тобто те, яким чином коїться дія).

Повертаючись до питання визначення інформаційних впливів і дискусії щодо наявності попереднього мотиву при здійсненні цього впливу, ми стверджуємо, що, обмежуючи коло уваги лише цілеспрямованими впливами, ми не враховуємо вагомий спектр потенційних загроз та чинників, який несуть в собі дії спонтанні.

В березні 2010 року ми стали свідками доволі показової в цьому плані ситуації. На одному з ізраїльських сайтів було опубліковано заяву румунського науковця Джорджа Мармурену про те, що у 2035-2040 роках на кордоні між Україною та Румунією можливий сильний землетрус. В український інформаційний простір ця інформація проникла, судячи з

усього, через громадянина Ізраїлю, який подзвонив своєму родичу, який мешкав у Миколаєві, та попередив його про небезпеку. Вже за декілька днів інформація поширилася серед миколаївців та одеситів; як і водиться, повідомлення обросло додатковими деталями: вже стало «відомо», що землетрус відбудеться приблизно 9 березня 2010 року, сила – за різними даними від 5-6 до 9-10 балів за шкалою Ріхтера (люди, не обізнані в деталях сейсмології, пояснювали одне одному просто: «сильніше ніж у Гаїті!», натякаючи на страшний землетрус, що стався на початку року на Карибських островах), і в ніч після жіночого свята багато з них взяли з домівок все найцінніше і вийшли ночувати просто неба або в автомобілях. На це відреагували загальнонаціональні ЗМІ; 9 березня ролики про паніку у Миколаєві та Одесі пройшли по всіх телеканалах, і про це вже говорила (вірячи чи ні, не важливо) вся Україна. Паніка вщухла сама собою через декілька днів; цьому також дещо посприяли ЗМІ, які пояснили громадянам, що боятися землетрусу немає підстав.

Другим прикладом може стати ситуація у Південній та Північній Кореї в грудні 2002 року. Мова йде про вихід у прокат голлівудського фільму «Помри, але не зараз», дія якого відбувається у Кореї. Корейці по обидва боки 50-ї паралелі були обурені рядом сцен, в яких зображувалась корейська дійсність. Так, профанацією були названі еротична сцена в будистському храмі, епізод вбивства корейського генерала власним сином, картина демілітаризованої зони, яка зовсім не відповідає реальному стану речей, та інші деталі фільму, які не лише були викривленням дійсності, а й зачіпали національні почуття корейців. В країнах пройшли масові демонстрації протесту. Це співпало з погіршенням військово-політичних відносин Сеула та Пхеньяна із США; під впливом громадського обурення в Південній Кореї знову постало питання про доцільність перебування на території країни американського контингенту; Північна Корея знову заявила про продовження розробок ядерної зброї.

Ми не маємо підстав стверджувати, що голлівудські режисери ставили собі завдання погіршити відносини своєї держави з Кореєю, так само як пан Мармурену та невідомий історії громадянин Ізраїлю не хотіли позбавляти десятків українців святкового вечора вдома. Вони виконували свою звичайну роботу, жили звичайним життям, але якимось чином своїми діями вплинули на інформаційний простір інших держав, де відбулися події, які ніхто передбачити не міг.

Ці приклади переконують, що система забезпечення національної безпеки повинна бути готовою як для відповіді на інформаційні атаки, так і на захист населення від випадкових загроз, які можуть виникнути внаслідок дифузного проникнення в інформаційний простір України інформації, яка була вироблена закордонними суб'єктами для власних цілей, які можуть не полягати в зміні свідомості українських громадян.

Повертаючись до питання тотожності термінів «інформаційний вплив», «інформаційна операція» та «інформаційна акція (захід)», робимо висновки:

1. Інформаційний вплив може бути як цілеспрямованим, свідомим, так і спонтанним.
2. Інформаційною операцією може бути тільки цілеспрямований інформаційний вплив. Ми схиляємось до позиції тих дослідників, які застосовують цей термін для всіх цілеспрямованих інформаційних впливів (Р.Маклаурін: психологічні операції – «всі міжнародні комунікації, що плануються і спрямовуються на вплив на інших» [цит. за: 9, с. 60]).
3. Інформаційна акція (захід) – конкретна дія суб'єкта, через яку реалізується інформаційна операція. Переслідуючи конкретне вузьке завдання (інформування цільової групи з певних питань, влаштувати наукове обговорення якоїсь проблеми тощо), інформаційні дії в межах інформаційної операції об'єднуються єдиною спільною метою (формування іміджу, дестабілізація ситуації тощо).

Отже, *інформаційно-психологічний вплив* – дія, яка прямо чи опосередковано змінює інформаційний простір держави (суспільства) і таким чином призводить до змін у психіці (когнітивні структури, емоційні стани, свідомі чи підсвідомі психічні процеси) її громадян.

**Зовнішній інформаційно-психологічний вплив** вирізняється специфічним колом суб'єктів, які його здійснюють.

**Суб'єктами** зовнішніх інформаційних впливів ми можемо назвати будь-які закордонні держави, інституції, іноземних громадян, які активно створюють та поширюють інформаційний продукт, який потрапляє до інформаційного простору України, призводячи до змін у свідомості чи підсвідомості громадян України.

Тобто суб'єктом зовнішнього інформаційного впливу можуть бути:

- інші держави в особі органів державної влади та окремих посадовців;
- міжнародні організації;
- закордонні організації, інститути;
- суб'єкти закордонного та міжнародного бізнесу;
- окремі громадяни або групи громадян інших держав.

Суб'єкт є не транслятором, а творцем інформаційного продукту та рушійною силою його поширення. Це розмежування важливе при визначенні місця закордонних мас-медіа в механізмі здійснення інформаційних впливів. Ми вважаємо, що ретранслюючи інформаційні повідомлення з урядових джерел чи інформаційних агентств, закордонні ЗМІ виступають тільки каналом поширення інформації (каналом здійснення інформаційного впливу), натомість активне створення власних інформаційних матеріалів переводить його в ранг суб'єкта. У кожній окремій ситуації закордонні медіа можуть виконувати як роль суб'єкта, так і каналу.

При дослідженні зовнішнього інформаційного впливу важливим є правильне визначення наявності мети (цілей) впливу і визначення самої мети у разі її наявності.

**Мета** – усвідомлений бажаний стан дійсності, який відповідає інтересам суб'єкта впливу і для досягнення якого чиниться інформаційний вплив.

Цілі впливу витікають з інтересів суб'єкта, що цей вплив здійснює. Так, органи державної влади можуть ставити за мету популяризацію мови та культури, захист інтересів громадян, досягнення економічного та політичного домінування; транснаціональні корпорації – побудову іміджу, збільшення продажів тощо. Саме визначення цілей впливу є першим кроком до визначення його як загрози. Це в свою чергу потребує від системи національної безпеки дієвого механізму ідентифікації загроз, чіткої методології співставлення інтересів держави та суспільства з цілями та завданнями зовнішніх інформаційних впливів для прогнозу подальшого розвитку ситуації та вироблення адекватної системи протидії негативним наслідкам або впливу як такому.

Як правило, в умовах інформаційної боротьби та інформаційної війни інформаційно-психологічні впливи (в даному випадку – інформаційно-психологічні операції) несуть потенціал загрози, переслідують цілі та використовують методи, які неприйнятні для іншої сторони.

Свідомість та підсвідомість (когнітивна та емоційна складові психіки) громадян України є **об'єктом** зовнішнього інформаційно-психологічного впливу. Цим інформаційний вплив відрізняється від впливу економічного, військового, політичного.

Необхідно зазначити, що відповідно до цілей інформаційного впливу (якщо такі є) об'єкт впливу може обмежуватися конкретними групами, але важко обмежити сферу впливу лише на конкретну групу. Це зумовлено специфікою інформаційних процесів: важко впливати на якусь частину інформаційного поля, не впливаючи на інші; навіть обираючи географічно чи секторально обмежені канали впливу (місцеві ЗМІ, спеціалізовані видання, дірект-мейлінг тощо), важко не допустити подальшого поширення інформації. Тому під інформаційний вплив завжди потрапляє широке коло населення України. Проте з точки зору стратегії впливу доцільно використовувати категорію **цільової аудиторії** – це сукупність громадян, зміна свідомості яких є прямою метою інформаційного впливу.

Для характеристики зовнішнього інформаційного впливу важливою є категорія каналу впливу.

**Канал впливу** – матеріально-технічні засоби, процеси або соціальні інститути, за допомогою яких інформація потрапляє від суб'єкта впливу до об'єкта або цільової аудиторії. Ще в політичній науці використовується термін «засоби впливу». Я. Жарков використовує поряд із цим поняття «технології», від якого ми утримаємося. Ми пропонуємо розуміти технологію впливу як сукупність методів зміни свідомості, а не як інструмент донесення інформації. На наше переконання, цей термін більш доцільний при дослідженні стратегій інформаційно-психологічних операцій.

На нашу думку, прийнятну класифікацію каналів інформаційного впливу дали П. Прибутко та І. Лук'янець:

- ЗМІ
- література
- мистецтво у різних його формах
- освіта
- виховання (різноманітні форми виховання в системі освіти, громадських організацій, неформальних групах тощо)
- особисте спілкування. [8, с. 42].

Натомість ми додамо до цього списку ще один важливий канал інформаційно-психологічного впливу: матеріальні цінності та елементи побутового життя.

Вибір каналу за умов цілеспрямованого інформаційно-психологічного впливу визначається цілями інформаційно-психологічної операції, її часовими рамками, специфікою цільової аудиторії та ресурсами суб'єкта. При виборі беруться до уваги особливості кожного каналу.

Окрім суб'єктів зовнішнього інформаційно-психологічного впливу, при аналізі механізмів його здійснення виявляється ще одна категорія інститутів та осіб, яка активно виробляє та поширює відповідну інформацію і при цьому знаходиться на території України. Мається на увазі методика опосередкованого інформаційного впливу, коли функції суб'єкта впливу виконують інститути всередині держави. Ми вважаємо за доцільне використовувати в таких випадках термін «агенти».

**Агенти зовнішнього інформаційно-психологічного впливу** – громадяни, групи громадян або інститути країни, які активно створюють та поширюють інформаційний продукт, мета та зміст якого відповідає завданням зовнішнього інформаційного впливу та сприяють досягненню ним свого результату.

Відповідно до цього визначення, ми можемо говорити про агентів лише в контексті інформаційно-психологічної операції.

Агенти, як правило, діють від власного імені і за власним бажанням.

Аналіз агентів зовнішніх інформаційних впливів є надзвичайно важливим для забезпечення інформаційної безпеки України, оскільки вони часто використовуються для маскування та приховування інформаційного впливу, для здійснення «сірої» та «чорної» пропаганди, для створення ефекту «свій до свого», чим значно підвищують ефективність та результативність впливу.

Коло інститутів, які можуть виступати і виступають в Україні як агенти зовнішніх впливів, є надзвичайно широким. Аналіз практики інформаційних операцій на території нашої країни показує, що найбільш активно цю роль виконують:

- політичні партії
- організації громадянського суспільства
- ЗМІ.

Проблема агентів зовнішнього інформаційного впливу в Україні потребує детального дослідження – як теоретичного, так і практичного, для вироблення ефективних механізмів їх нейтралізації, створення несприятливих умов для їх діяльності. В межах цієї статті лише додамо, що агент може за свої послуги отримувати винагороду (грантова підтримка ОГС, політична підтримка партійних лідерів, фінансування ЗМІ), а може діяти за власною ініціативою. На нашу думку, найбільшу небезпеку являють собою саме добровільні агенти.

Наступним елементом зовнішнього інформаційного впливу, який ми розглянемо в межах цього дослідження, є методи впливу. *Метод* – це сукупність прийомів, способів, принципів, за допомогою яких досягаються цілі інформаційно-психологічного впливу.

В сучасній науці існують певні напрацювання, на основі яких ми можемо виокремити методи інформаційно-психологічних впливів. Так, О. Литвиненко в своїх дослідженнях говорить про методи впливу на інформаційні потоки [4, с. 4-6]:

1. Несанкціоноване розповсюдження інформації – витоки, крадіжка, несанкціоноване копіювання інформації тощо.

2. Несанкціонована модифікація інформації – основа кампаній дезінформації. Дослідник пояснює: «Модифікація наслідує мету порушення гомоморфних властивостей відображення властивостей реального об'єкту в його інформаційний фантом». Це досягається: а) знищенням інформації; б) зашумленням каналу; в) нав'язуванням інформації; г) піддробкою інформації.

3. Несанкціоноване блокування інформації.

Для нашого дослідження це є по суті методи інформаційно-психологічного впливу.

А. Манойло, А. Петренко та Д. Фролов у своїй роботі пропонують такі методи (у них вони мають назву «складових») інформаційно-психологічного впливу [6, с. 280-294]:

1. Дезінформування.

2. Лобіювання.

3. Маніпулювання свідомістю.

4. Пропаганда.

5. Управління кризами.

6. Шантаж.

Подібний перелік дає австралійський вчений К. Попп [10, с. 163]:

1. Заперечення інформації (приховування, крадіжка інформації).

2. Обман (свідоме введення неправдивої інформації).

3. Деструкція (введення інформації, яка здійснює негативні ефекти всередині системи опонента).

4. Підрив (введення інформації, яка руйнує систему опонента).

Ми маємо згадати в рамках огляду методології інформаційних впливів концепцію інформаційної асиметрії. Інформаційна асиметрія – метод організації та здійснення інформаційних операцій в умовах інформаційного протиборства, який оснований на чиненні впливу на тих ділянках інформаційного простору, в яких система безпеки супротивника не має адекватних вибудованих механізмів захисту. Таким чином, вплив здійснюється там, де супротивник менше за все очікує, виникає ефект неочікуваності, який дозволяє найбільш повно досягти цілей інформаційної операції.

Ми не будемо намагатися запропонувати свою класифікацію методів інформаційно-психологічних впливів ззовні, але зауважимо на тому, що всі наведені вище методи доцільні лише в умовах інформаційного протиборства та інформаційної війни, і тому як класифікації методів зовнішніх інформаційних операцій вони не є повні. Як ми вже говорили вище, мета зовнішнього інформаційного впливу далеко не завжди полягає в нанесенні шкоди іншій стороні. Хоча привабливим для когось може здатися розгляд інформаційних впливів як постійного та обов'язкового джерела загроз, ми маємо адекватно підходити до вивчення кожного конкретного випадку і в першу чергу сприймати інформаційно-психологічні впливи ззовні як природний процес, як нормальне явище, яке є чинником інформаційних процесів в Україні, а отже потребує контролю та нагляду з боку системи національної безпеки – але не обов'язково протидії та блокування.

Так, інтереси суб'єктів інших країн можуть досягатися не лише дезінформуванням та оманю, а й поширенням об'єктивної інформації. На цьому принципі побудовані всі іміджеві інформаційні операції і сама концепція Public Relations (PR).

За влучним визначенням В. Бебика [1, с. 163], Public Relations треба розглядати як:

1. Царину наукових знань, що досліджує інформаційно-комунікаційну сферу суспільства в контексті контролю та маніпулятивного управління суспільною свідомістю.

2. Спеціалізовану галузь менеджменту інформаційно-комунікаційної сфери суспільства, яка спрямована на організацію і відносну гармонізацію комунікаційних зв'язків у суспільстві з метою підвищення ефективності функціонування інститутів держави і громадянського суспільства.

У мінливому сучасному світі, в умовах глобальної жорсткої інформаційної боротьби арсенал методів зовнішнього інформаційно-психологічного впливу постійно поповнюється. Наведені тут варіанти зможуть допомогти нам у подальшому дослідженні зовнішніх інформаційних впливів в сьогodenній Україні, а для нас буде куди більш важливим на основі даного дослідження визначити той інструментарій, який використовують наразі іноземні суб'єкти для впливу на український інформаційний простір.

Здійснивши цей короткий огляд, ми охопили основні аспекти теоретичного осмислення зовнішніх інформаційно-психологічних впливів: розглянули підходи до дефініції та виявили власне визначення предмету дослідження, виявили основні його складові (мотив, мета, суб'єкт, об'єкт, канал, агент, метод) та дали їм короткий аналіз. Ми окреслили можливі подальші напрямки наукового дослідження предмету. Так, більш детального аналізу потребують проблеми інтересів різних категорій суб'єктів, актуальна методологія інформаційно-психологічних впливів, механізми «вербовки» та роботи агентів впливу, методи ідентифікації інформаційних загроз та інші аспекти.

На сьогодні одним з пріоритетних ми вважаємо ґрунтовне дослідження зовнішніх інформаційно-психологічних впливів в сучасній Україні та вироблення методології аналізу та реагування на них для забезпечення інформаційної безпеки держави та суспільства. Результати даного дослідження можуть бути використані як теоретична основа для цієї роботи.

#### *Література:*

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: Монографія. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.
2. Жарков Я. Небезпеки особистості в інформаційному просторі // Юридичний журнал. – 2007. – № 2. – С. 65 – 72.
3. Ліпкан В. А. Теорія національної безпеки: Підручник. – К: КНТ, 2009. – 631 с.
4. Литвиненко О. В. Інформаційна безпека Європи: конспект лекцій до курсу лекцій для студентів спеціальності «Міжнародна комунікація» спеціалізації «Європейські комунікації». – К., 1999. – 61 с.
5. Манойло А. В. Объекты и субъекты информационного противоборства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/psywar24.htm> – Заголовок з екрану.
6. Манойло А. В., Петренко А. И., Фролов Д. Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. – М.: Горячая линия-Телеком, 2007. – 242 с.
7. Ольшанский Д. В. Основы политической психологии. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 496 с.
8. Прибутько П. С. Інформаційні впливи: роль у суспільстві та сучасних воєнних конфліктах / П. С. Прибутько, І. Б. Лук'янець. – К.: Вид. Паливода А. В., 2007. – 252 с.
9. Почепцов Г. Г. Психологические войны. – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2000. – 528 с.
10. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2003. – 656 с.