

Використання PR-технологій в інформаційних війнах

Ольга Трач

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

olya@trach.com.ua

Abstract. The specifics of the use of political PR-technology as the basis of conducting information-psychological wars are considered. Models of PR-campaign are considered.

Ключові слова: PR-технології; інформаційні війни; засоби масової інформації; Інтернет

У час становлення інформаційного суспільства актуальність використання засобів масової інформації (ЗМІ) як каналу комунікації складно переоцінити. Завдяки постійно зростаючій аудиторії у ЗМІ різко зріс обсяг інформації, яку держави перестали контролювати. А це означає, що інформація перетворилася в один з найважливіших ресурсів. Вперше термін «інформація» став асоціюватися зі зброєю. «Хто володіє інформацією, той володіє світом», - крилата фраза Н. Ротшильда, який жив в XIX столітті, зараз актуальна як ніколи. Але важлива стала не стільки сама інформація, а способи і методи її застосування. Серед них особливо ефективними в контексті впливу на суспільство є політичні PR-технології. Підвищений інтерес до PR-технологій в сфері політики пов'язаний з декількома процесами. По-перше, глобальний контроль діяльності держав в різних сферах з боку міжнародних організацій. Тепер агресія в будь-якому вигляді не схвалюється світовою спільнотою. Звідси з'явилася необхідність в пошуках нових джерел сили і впливу. По-друге, постійний розвиток теорій комунікацій і впливу на масову свідомість актуалізували цю область наукового знання.

Оксана Березова

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

oksana.berezova2015@gmail.com

Сьогодні саме PR-технології з опорою на функціонуючі ЗМІ перетворилися в нову гілку влади, від якої залежать чи відбуваються в світі геополітичні та економічні процеси глобального і локального характеру. Саме тому проблема ведення інформаційних війн є настільки актуальною і затребуваною на сучасному етапі розвитку політики, економіки і соціуму.

Сам термін «інформаційна війна» став активно згадуватися в ЗМІ після проведення операції «Буря в пустелі» в 1991 р, коли нові інформаційні технології вперше були використані як засіб ведення бойових дій. Офіційно ж даний термін вперше був ужитий в директиві міністра оборони США № 3600 від 21 грудня 1992 [1].

Під інформаційною війною розуміється процес протиборства людських спільнот, спрямований на досягнення політичних, економічних, військових або інших цілей стратегічного рівня шляхом впливу на цивільне населення, влади і (або) збройні сили протилежної сторони за допомогою розповсюдження спеціально відібраної і підготовленої інформації, інформаційних матеріалів та протидії таким діям на власну бік. Незважаючи на відносну новизну терміну, явище інформаційних воєн не є новим. Протягом всієї історії людства як під час воєн, так і в мирні дні використовувалися різні моделі комунікативного впливу з різноманітним арсеналом засобів. Ще в V столітті до нашої ери під час греко-перських воєн цар Ксеркс поширював чутки про незліченності свого воїнства, щоб залякати

греків. А Сунь Цзи у своєму трактаті «Мистецтво війни» писав, що війна - є шлях обману, припускаючи, що перемога у війні знаходиться не на полі бою, але поза ним.

За останні півстоліття людство вчинила серйозний стрибок в області інформаційних технологій. Інформаційні носії стали більш доступними і компактними, відповідно зріс і рівень інформованості суспільства. Це відбулося в якісному розвитку таких каналів комунікацій, як радіо і телебачення, а з кінця 80-х рр. ХХ століття – глобальної мережі Інтернет. Інтернет дав небачений раніше доступ до величезних масивів інформації. Завдяки анонімності і мультимедійності він поступово стає найважливішим джерелом інформації. Зміна поколінь остаточно відсуне телебачення на другий план. У сучасному світі створені ідеальні умови для ведення інформаційної війни: повна свобода ЗМІ, відсутність цензури в усіх її формах, доступність отримання і передачі інформації в будь-якому вигляді. Таким чином, особливо дієвим методом ведення інформаційних війн стають PR-технології. Під PR-технологіями слід розуміти комплекс організаційних заходів і прийомів використання ЗМІ, обумовлених поточним рівнем розвитку науки і спрямованих на аудиторію для впливу на неї в потрібному для організацій напрямку [2]. Інформаційна війна може спиратися на методи планування кампанії, розроблені в рамках PR, оскільки для PR-кампанії характерно не просто увагу до аудиторії, а й увагу до непрямих методів впливу [3]. Інформаційна війна часто виглядає як масштабна PR-кампанія і будується за аналогічною схемою. Наприклад, Ф. Джефкінс пропонує модель PR-кампанії, яка включає шість етапів:

- аналіз ситуації;
- визначення цілей;
- визначення публіки;
- відбір каналів масової комунікації і методів роботи з ними;
- планування бюджету;
- аналіз результатів.

Дані етапи PR-кампанії характерні і для ведення інформаційної війни. Основною відмінністю є масштабність і значимість. Політичні PR-технології будуються на логічних доводах і фактах, а на емоційному враженні. Головною особливістю використання PR-технологій в інформаційних війнах стає той факт, що ми не присутні при конкретних подіях, не бачимо їх своїми очима, тому змушені керуватися тільки матеріалами, поданими ЗМІ. Зі ЗМІ ми дізнаємося не тільки про саму подію, а й отримуємо відразу його оцінку. І, звичайно, проектуємо її на себе. Оцінка, якісно і своєчасно подана нам, стає нашою оцінкою.

Можна зробити висновок, що в сучасному світі інформаційна війна стала цілком законним способом політичного протистояння. Причому війна ведеться як між окремими політичними особистостями, так і між державами. Незважаючи на те, що значна частина суспільства усвідомлює процес цілеспрямованого інформаційного впливу на противника і допускає можливість використання маніпуляційних технологій, воно все одно піддається впливу з боку засобів масової інформації.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] А. Манойло, “Інформаційно-психологічна війна: фактори, що визначають формат сучасного збройного конфлікту” // Інформаційні технології та безпека: матеріали 5 Міжнар. наук.-практ. конф. 2005. № 8. С. 73-80.
- [2] О. Калмиков, А. Денисова, “Методична експертиза PR-технологій”. М.: Инфра-М.
- [3] С. Федущко, О. Трач, “Інформаційні атаки на віртуальні спільноти: виявлення та протидія”, Materials of International scientific and practical conference "Modern scientific researches and developments: theoretical value and practical results. Bratislava, Slovak Republic. Volume 4. p. 141-143.
- [4] Markovets O., Dumanskyi N. The structure of the system of processing citizens' appeals // Econtechmod. – 2017. – Том 6 № 2. С. 33–38.