

2. Струніна Л. В. Впровадження інноваційних технологій в рекламну діяльність [Електронний ресурс]. – URL : http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4377/1/Strunina_Innovative_technology_in_advertisement.pdf
3. Школа рекламіста [Електронний ресурс]. – <http://www.advertiser-school.ru/> від 10.04.2011 р.
4. Интерактивные футболки. Представительство Центра Маркетинга США в Украине и СНГ [Електронний ресурс]. – URL : <http://www.best-promoitems.com/rus/interactive-futbolka.php>

DOI: <http://doi.org/10.31617/k.knute.2019-03-19.61>

ПСИХОЛОГІЧНІ ВІЙНИ – ВІЙНИ ХХІ СТОЛІТТЯ

Проха А. С.

студентка 3 курсу
кафедра маркетингу

Гамова І. В.

к.е.н., доцент
кафедра журналістики та реклами

*Київський національний торговельно-економічний університет,
Україна*

Ключові слова: *психологічна війна, холодна війна, інформаційний вплив, саботаж, пропаганда.*

Keywords: *psychological warfare, cold war, information influence, sabotage propaganda.*

Факти здійснення інформаційного впливу на широку аудиторію можна виявити протягом усієї історії суспільства. Зрозуміло, що в різні періоди інтенсивність застосування тих чи інших способів впливу, як і рівень його організації, змінювалися.

Люди живуть в інформаційному полі і щодня черпають інформацію з преси, радіопередач, з екранів телевізорів. Знаходячись часто в світі відірваних від реальності символів, вони можуть йти навіть проти своїх власних інтересів. Реальність може відходити на другий план, грати підлеглу роль. В цьому значенні людина не є вільною, тим більше що відпрацьований ряд способів ефективною інформаційної дії.

Сучасні можливості електронних ЗМІ, поліграфії, розмножувальної й іншої техніки в поєднанні з науковою та публіцистичною літературою, періодикою дозволяють ефективно впливати на розум,

свідомість і психіку мільйонів людей. Інформація та пропаганда стали сьогодні настільки могутніми, що здатні зумовлювати появу, перебіг і кінцевий результат політичних подій, навіть глобальних проблем миру й війни.

Вперше поняття «психологічна війна» використав доктор М. Кам-панео у своїй книжці «Досвід військової психології», що вийшла друком в 1904 р, у Бухаресті.

Перший досвід психологічної війни американці отримали у Другій світовій війні. До 1945 р. ці дії мали допоміжний характер, а потім, у роки «Холодної війни», набули самостійного характеру як «психологічна сфера» зовнішньої політики. 1948 р. була ухвалена «Директива СНБ 10/2», яка зобов'язала ЦРУ провадити психологічну війну. Згідно з цією директивою, основними таємними операціями є: пропаганда, економічна війна, превентивні прямі дії (саботаж, допомога підпільному руху та емігрантським групам тощо) [2].

Психологічна війна – сукупність різних форм, методів і засобів впливу на людину з ціллю зміни в бажаному напрямку її психологічних характеристик, а також групових норм, масових настроїв, суспільної свідомості в цілому [1].

В Міністерстві оборони США цей термін означає «планове використання пропаганди і інших психологічних дії, що мають за основну мету вплив на думки, емоції, стосунки, і поведінку ворожих іноземних груп, таким чином, щоб підтримувати досягнення національних завдань.

У психологічній війні, у свою чергу, задіяні як інформаційні канали, так і психотропний, психогенний, психотронний та інші види впливу [3].

- У рамках психологічної війни можна виділити такі напрями [4]:
- мобілізація й оптимізація моральних і психологічних сил задля виконання поставлених завдань;
 - захист від руйнівного психологічного впливу супротивника (психологічна протидія, прикриття, захист, контрпропаганда);
 - психологічна дія для дезорієнтації, деморалізації і дезорганізації супротивника (психологічна боротьба);
 - вплив на погляди, настрої, поведінку дружніх і нейтральних аудиторій в напрямі, сприятливому для досягнення цілей.

Психологічна дія відбувається передусім заради ініціації певних реакцій і конкретної поведінки об'єкта.

Основна мета психологічної війни – змінити в потрібному напрямі (дія або бездіяльність) поведінку супротивника за рахунок трансформації його свідомості, сприйняття ним картини світу.

Відмітними особливостями понять «інформаційна війна» і «психологічна війна» є і те, що інформаційна війна ведеться здебільшого в так званому кібернетичному просторі, тоді як психологічна – в просторі соціальному.

Таким чином, інформаційно-психологічна війна за своєю суттю є певною комплексною методологією зміни картини світу суспільства країни – жертви агресії у заданому напрямі. При цьому під суспільством країни – жертви агресії слід розуміти як окремих осіб (чи групу осіб), що приймають рішення на різному рівні, так і окремі групи людей або масову свідомість народу загалом.

Список використаних джерел

1. Політологічний енциклопедичний словник / [Л. М. Герасіна, В. Л. Погрібна, І. О. Поліщук та ін.] ; за ред. М. П. Требіна. – Харків : Право, 2015. – 816 с.
2. Історія інформаційно-психологічного протиборства : підруч. / [Я. М. Жарков, Л. Ф. Компанцева, В. В. Остроухов та ін.] ; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. – Київ : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. – 212 с. «Досвід військової психології» М. Кам-панео
3. Cebrowski A. K. Network-Centric warfare: its origin and future / Arthur K. Cebrowski, John J. Garstka // U. S. Naval institute proceedings. – 1998. – Vol. 124 ; Blaker J. R. Transforming military force: the legacy of Arthur Cebrowski and network centric warfare / James R. Blaker. – Westport ; London : Praeger security international, 2007. – XII, 248 p.
4. The implementation of network-centric warfare. – Washington : D. C. Office of the Secretary of Defense, 2005. – 79 p